



Inês da Fonseca Matias Marques

# A CONSTRUÇÃO DA PERSONAGEM NAS NARRATIVAS DO JORNALISMO DIGITAL

Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientada pela  
Doutora Ana Teresa Peixinho, apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e  
Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2016



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

# A CONSTRUÇÃO DA PERSONAGEM NAS NARRATIVAS DO JORNALISMO DIGITAL

**Ficha Técnica:**

<b>Tipo de trabalho</b>	<b>Dissertação de Mestrado</b>
<b>Título</b>	<b>A CONSTRUÇÃO DA PERSONAGEM NAS NARRATIVAS DO JORNALISMO DIGITAL</b>
<b>Autora</b>	<b>Inês da Fonseca Matias Marques</b>
<b>Orientadora</b>	<b>Ana Teresa Fernandes Peixinho de Cristo</b>
<b>Júri</b>	<b>Presidente: Doutor João José Figueira da Silva</b> <b>Vogais:</b> <b>1. Doutor Carlos António Alves dos Reis</b> <b>2. Doutora Ana Teresa Fernandes Peixinho de Cristo</b>
<b>Identificação do Curso</b>	<b>2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo</b>
<b>Área científica</b>	<b>Comunicação e Jornalismo</b>
<b>Data</b>	<b>2016</b>
<b>Data da defesa</b>	<b>1-7-2016</b>
<b>Classificação</b>	<b>19 valores</b>



*À Ana Maria,  
a minha primeira Mestre*



## Agradecimentos

Muitas são as “personagens” que conosco se vão cruzando na narrativa da vida. O episódio que este trabalho constitui não é diferente... Cabe-me, portanto, agradecer a quem tornou possível o seu sucesso.

Para a Doutora Ana Teresa, nunca terei palavras que agradeçam toda a dedicação. Agradeço-lhe, em primeiro lugar, o seu profissionalismo e rigor científico, que me servem de exemplo desde o dia em que entrei para esta Faculdade; agradeço por acreditar e confiar em mim, mais do que certamente mereço; agradeço pela forma exímia com que orientou esta tese, fazendo-me trabalhar nela com paixão; agradeço, por fim, a amizade.

À Ana Maria, inspiradora professora que foi e dedicada amiga que é, agradeço ter-me preparado para chegar aqui: ter despertado em mim a paixão pelas Letras; incentivar-me a fazer sempre mais e melhor; ter-me dado a mão nos tempos em que me deu aulas e nunca mais a ter largado, fazendo-me crescer, sobretudo, enquanto pessoa; ensinar-me a não falhar, mas apoiar-me quando isso acontece... Enfim, por ter sofrido comigo esta tese.

À Leonor, minha fiel companheira desta caminhada, agradeço ter estado sempre ao meu lado, mesmo quando a distância nos separou. Se hoje sei o que é a verdadeira camaradagem e espírito de partilha, devo-o ao seu encorajamento e às constantes trocas de ideias.

Aos docentes do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, pela aceitação das minhas escolhas e pelas pistas que me foram dando. Um especial agradecimento é devido ao Professor Doutor Carlos Reis, que me lançou verdadeiramente nos Estudos Narrativos, tanto através das suas aulas, como no gentil convite que me fez para integrar o projeto de investigação “Figuras da Ficção”, por si coordenado, onde tenho tido a oportunidade de aprender com um grupo de excelência. Também não posso deixar de agradecer ao Professor Doutor Sílvio Santos, pelas profícuas trocas de ideias sobre jornalismo digital, ao longo destes dois anos, pelo auxílio técnico na análise do *corpus* desta tese e pelo constante encorajamento e aconselhamento.

À minha família e aos meus amigos, pelo orgulho que têm em mim e pelo tempo que não lhes dei, para me dedicar a esta tese. Pelo apoio e compreensão, obrigada.

Aos amigos que aceitaram deixar neste trabalho a sua marca: à Joana, pela preciosa ajuda nalgumas traduções; à Madalena e ao Pedro, pela conceção e ilustração da capa.

Ao jornal Público, na pessoa de Isabel Anselmo, secretária da redação, pela forma solícita com que acedeu aos meus pedidos e pelo incentivo à prossecução deste estudo.



## Resumo

Considerando que todos os textos jornalísticos são narrativas e que a personagem é uma das categorias centrais do texto narrativo, o presente trabalho pretende, através do cruzamento entre os Estudos Narrativos e as Ciências da Comunicação, contribuir para o estudo da personagem em narrativas jornalísticas digitais.

Para tal, recorre-se ao confronto entre a bibliografia e um estudo de caso, com um *corpus* constituído por três séries de reportagens digitais, de três órgãos de comunicação social portugueses: *Público*, *Expresso* e *Rádio Renascença*. Num primeiro momento, apresentamos o estado da arte, em que é feita a primeira abordagem ao tema do trabalho, articulando a teoria da personagem com as questões relacionadas com o ambiente digital.

De seguida, é teorizada a personagem na narrativa jornalística, com base nas teorias construtivistas do jornalismo e na adaptação das teorias sobre a personagem ficcional, definindo-se aí que “a personagem jornalística é qualquer figura – individual ou coletiva – constante de uma narrativa jornalística, ao serviço de objetivos informativos e comunicacionais, construída de acordo com uma seleção de características de uma pessoa com existência empírica”. Posteriormente, a narrativa e, mais precisamente, a reportagem, é caracterizada em ambiente digital, identificando-se o que é que a personagem pode ganhar ao ser construída nesse contexto, tirando partido, essencialmente, das características inerentes a esse meio: hipertextualidade, não-linearidade, interatividade, convergência, multiplataforma, transmedialidade, imersão e multimodalidade. Antes de se concluir, são apresentados os resultados do estudo de caso, bem como o modelo de análise de personagens jornalísticas criado para analisar o *corpus*, que cruza os modelos de análise de personagens ficcionais com as técnicas de análise dos *media*, nomeadamente a análise de conteúdo e a análise do discurso.

**Palavras-chave:** personagem, personagem jornalística, reportagem, narrativa digital, jornalismo digital

## Abstract

Considering that all journalistic texts are narratives and that the character is one of the key elements of narrative text, this work aims to contribute to the study of character in digital journalistic narratives, through the combined use of Narrative Studies and Communication Sciences.

For this purpose, we compared the bibliography with a case study, its *corpus* being composed of three series of digital reports, from three Portuguese news media: *Público* (daily newspaper), *Expresso* (weekly newspaper), *Rádio Renascença* (radio station). Initially, we present the state of the art, and the first approach to the work's theme is made by articulating the character theory with the issues related to the digital environment.

After that, the character in journalistic narrative is theorized, based on the constructivist theories of journalism and on the adaptation of fictional character theories. The journalistic character is defined as “any figure – individual or collective – present in a journalistic narrative, serving informative and communicative purposes, shaped according to a selection of characteristics of someone with empirical existence”. Subsequently, narrative and, more precisely, report are characterized in the digital environment. We identify what the character can gain by being shaped in this context, essentially by taking advantage of the characteristics inherent to that means: hypertext, nonlinearity, interactivity, convergence, crossmedia, transmedia storytelling, immersion and multimodality. Before concluding, the results of the case study are presented, as well as the model for analysing journalistic characters created for this *corpus*, which crosses models of fictional characters' analysis with media analysis techniques, namely the content and discourse analysis.

**Keywords:** character, character in journalism, report, digital narrative, digital journalism

## Índice

<b>Introdução</b> .....	<b>17</b>
<b>Capítulo 1: Estado da Arte</b> .....	<b>21</b>
<b>Capítulo 2: Para uma teoria da personagem na narrativa jornalística</b> .....	<b>35</b>
2.1. A personagem jornalística como consequência da construção social da realidade .....	35
2.2. Definições de personagem ficcional e modelos de análise .....	38
2.3. Personagem <i>versus</i> Pessoa .....	46
2.4. Tipificação e retrato .....	50
<b>Capítulo 3: Personagem em reportagens digitais</b> .....	<b>55</b>
3.1. A reportagem como grande género narrativo do jornalismo .....	55
3.2. Narrativas digitais .....	60
3.3. Reportagens digitais: novas narrativas ou velhos formatos? .....	73
3.4. O dever da personagem em contexto digital .....	80
<b>Capítulo 4: Narrativas do jornalismo digital português – proposta de análise</b> .....	<b>83</b>
4.1. Objetivos e objeto de estudo .....	83
4.2. Metodologia .....	84
4.3. Resultados .....	90
<b>Conclusão</b> .....	<b>107</b>
<b>Bibliografia</b> .....	<b>117</b>

<b>Anexos</b> .....	<b>i</b>
<b>Anexo 1: Categorias de análise</b> .....	<b>i</b>
1.1. Categorias respeitantes à identificação da reportagem .....	i
1.2. Categorias respeitantes à análise das personagens .....	i
1.3. Categorias respeitantes aos aspetos formais da reportagem .....	iii
<b>Anexo 2: Tabelas (resultados da análise)</b> .....	<b>vi</b>
Tabela 1: Relevância e número de personagens (total) .....	vi
Tabela 1.1.: Relevância e número de personagens, no <i>Público</i> .....	vi
Tabela 1.2.: Relevância e número de personagens, no <i>Expresso</i> .....	vi
Tabela 1.3.: Relevância e número de personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	vi
Tabela 2: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens (total) .....	vi
Tabela 2.1.: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens, no <i>Público</i> .....	vii
Tabela 2.2.: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens, no <i>Expresso</i> .....	vii
Tabela 2.3.: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	vii
Tabela 3: Tipos de personagem (total) .....	vii
Tabela 3.1.: Tipos de personagem, no <i>Público</i> .....	vii
Tabela 3.2.: Tipos de personagem, no <i>Expresso</i> .....	vii
Tabela 3.3.: Tipos de personagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	vii
Tabela 4: Tipologia de personagens (total) .....	viii
Tabela 4.1.: Tipologia de personagens, no <i>Público</i> .....	viii
Tabela 4.2.: Tipologia de personagens, no <i>Expresso</i> .....	viii
Tabela 4.3.: Tipologia de personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	viii
Tabela 5: Tipos de caracterização das personagens (total) .....	viii
Tabela 5.1.: Tipos de caracterização das personagens, no <i>Público</i> .....	viii

Tabela 5.2.: Tipos de caracterização das personagens, no <i>Expresso</i> .....	viii
Tabela 5.3.: Tipos de caracterização das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	viii
Tabela 6: Função das personagens (total) .....	ix
Tabela 6.1.: Função das personagens, no <i>Público</i> .....	ix
Tabela 6.2.: Função das personagens, no <i>Expresso</i> .....	ix
Tabela 6.3.: Função das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	ix
Tabela 7: Relação entre relevo e função das personagens (total).....	ix
Tabela 7.1.: Relação entre relevo e função das personagens, no <i>Público</i> .....	x
Tabela 7.2.: Relação entre relevo e função das personagens, no <i>Expresso</i> .....	x
Tabela 7.3.: Relação entre relevo e função das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	x
Tabela 8: Tipos de discurso (total) .....	xi
Tabela 8.1.: Tipos de discurso, no <i>Público</i> .....	xi
Tabela 8.2.: Tipos de discurso, no <i>Expresso</i> .....	xi
Tabela 8.3.: Tipos de discurso, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xi
Tabela 9: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens (total) .....	xi
Tabela 9.1.: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens, no <i>Público</i> .....	xii
Tabela 9.2.: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens, no <i>Expresso</i> .....	xii
Tabela 9.3.: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xii
Tabela 10: Relação entre tipo de discurso e função das personagens (total) .....	xiii
Tabela 10.1.: Relação entre tipo de discurso e função das personagens, no <i>Público</i> .....	xiii
Tabela 10.2.: Relação entre tipo de discurso e função das personagens, no <i>Expresso</i> .....	xiv
Tabela 10.3.: Relação entre tipo de discurso e função das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> ..	xiv
Tabela 11: Personagens com discurso direto por função (total).....	xv
Tabela 11.1.: Personagens com discurso direto por função, no <i>Público</i> .....	xv
Tabela 11.2.: Personagens com discurso direto por função, no <i>Expresso</i> .....	xv
Tabela 11.3.: Personagens com discurso direto por função, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xv
Tabela 12: Número médio de citações por órgão de comunicação social.....	xv
Tabela 13: Tipos de caracterização das personagens (total) .....	xv
Tabela 13.1.: Tipos de caracterização das personagens, no <i>Público</i> .....	xv
Tabela 13.2.: Tipos de caracterização das personagens, no <i>Expresso</i> .....	xvi
Tabela 13.3.: Tipos de caracterização das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xvi
Tabela 14: Tipos de categorização, por tipo individualizado (total) .....	xvi
Tabela 14.1.: Tipos de categorização, por tipo individualizado, no <i>Público</i> .....	xvi
Tabela 14.2.: Tipos de categorização, por tipo individualizado, no <i>Expresso</i> .....	xvi
Tabela 14.3.: Tipos de categorização, por tipo individualizado, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xvii
Tabela 15: Tipos de categorização por relevo da personagem (total) .....	xvii
Tabela 15.1.: Tipos de categorização por relevo da personagem, no <i>Público</i> .....	xviii
Tabela 15.2.: Tipos de categorização por relevo da personagem, no <i>Expresso</i> .....	xviii
Tabela 15.3.: Tipos de categorização por relevo da personagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xix
Tabela 16: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem (total) ...	xix
Tabela 16.1.: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem, no	
<i>Público</i> .....	xx
Tabela 16.2.: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem, no	
<i>Expresso</i> .....	xxi
Tabela 16.3.: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem, na	
<i>Rádio Renascença</i> .....	xxii
Tabela 17: Diversidade de elementos de categorização (total) .....	xxii
Tabela 17.1.: Diversidade de elementos de categorização, no <i>Público</i> .....	xxii
Tabela 17.2.: Diversidade de elementos de categorização, no <i>Expresso</i> .....	xxiii
Tabela 17.3.: Diversidade de elementos de categorização, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxiii
Tabela 18: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem (total) .....	xxiii
Tabela 18.1.: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem, no <i>Público</i>	
.....	xxiv
Tabela 18.2.: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem, no <i>Expresso</i>	
.....	xxiv

Tabela 18.3.: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxiv
Tabela 19: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem (total).....	xxv
Tabela 19.1.: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem, no <i>Público</i> .....	xxv
Tabela 19.2.: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem, no <i>Expresso</i> .....	xxvi
Tabela 19.3.: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxvi
Tabela 20: Processos de transitividade (por processo individualizado) (total).....	xxvi
Tabela 20.1.: Processos de transitividade (por processo individualizado), no <i>Público</i> .....	xxvii
Tabela 20.2.: Processos de transitividade (por processo individualizado), no <i>Expresso</i> .....	xxvii
Tabela 20.3.: Processos de transitividade (por processo individualizado), na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxvii
Tabela 21: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado (total).....	xxviii
Tabela 21.1.: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado, no <i>Público</i> .....	xxix
Tabela 21.2.: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado, no <i>Expresso</i> .....	xxx
Tabela 21.3.: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxxi
Tabela 22: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado (total).....	xxxii
Tabela 22.1.: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado, no <i>Público</i> .....	xxxii
Tabela 22.2.: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado, no <i>Expresso</i> .....	xxxiii
Tabela 22.3.: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxxiii
Tabela 23: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem (total).....	xxxiv
Tabela 23.1.: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem, no <i>Público</i> .....	xxxiv
Tabela 23.2.: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem, no <i>Expresso</i> .....	xxxv
Tabela 23.3.: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxxv
Tabela 24: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem (total).....	xxxvi
Tabela 24.1.: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem, no <i>Público</i> .....	xxxvi
Tabela 24.2.: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem, no <i>Expresso</i> .....	xxxvii
Tabela 24.3.: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxxvii
Tabela 25: Modalidade do discurso das personagens (total).....	xxxviii
Tabela 25.1.: Modalidade do discurso das personagens, no <i>Público</i> .....	xxxviii
Tabela 25.2.: Modalidade do discurso das personagens, no <i>Expresso</i> .....	xxxviii
Tabela 25.3.: Modalidade do discurso das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxxviii
Tabela 26: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado (total).....	xxxviii
Tabela 26.1.: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado, no <i>Público</i> .....	xxxix
Tabela 26.2.: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado, no <i>Expresso</i> .....	xxxix
Tabela 26.3.: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xxxix
Tabela 27: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado (total).....	xxxix

Tabela 27.1.: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado, no <i>Público</i> .....	xxxix
Tabela 27.2.: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado, no <i>Expresso</i> .....	xl
Tabela 27.3.: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xl
Tabela 28: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado (total) .....	xl
Tabela 28.1.: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado, no <i>Público</i> .....	xl
Tabela 28.2.: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado, no <i>Expresso</i> .....	xli
Tabela 28.3.: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xli
Tabela 29: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens (total).....	xli
Tabela 29.1.: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens, no <i>Público</i> .....	xlii
Tabela 29.2.: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens, no <i>Expresso</i> .....	xlii
Tabela 29.3.: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xliii
Tabela 30: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem (total) .....	xliii
Tabela 30.1.: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem, no <i>Público</i> .....	xliv
Tabela 30.2.: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem, no <i>Expresso</i> .....	xlv
Tabela 30.3.: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xlvi
Tabela 31: Meio Expressivo principal das reportagens (total).....	xlvi
Tabela 31.1.: Meio Expressivo principal das reportagens, no <i>Público</i> .....	xlvi
Tabela 31.2.: Meio Expressivo principal das reportagens, no <i>Expresso</i> .....	xlvi
Tabela 31.3.: Meio Expressivo principal das reportagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xlvii
Tabela 32: Uso de texto para a figuração das personagens (total) .....	xlvii
Tabela 32.1.: Uso de texto para a figuração das personagens, no <i>Público</i> .....	xlvii
Tabela 32.2.: Uso de texto para a figuração das personagens, no <i>Expresso</i> .....	xlvii
Tabela 32.3.: Uso de texto para a figuração das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xlvii
Tabela 33: Uso de imagem nas reportagens (total) .....	xlvii
Tabela 33.1.: Uso de imagem nas reportagens, no <i>Público</i> .....	xlvii
Tabela 33.2.: Uso de imagem nas reportagens, no <i>Expresso</i> .....	xlvii
Tabela 33.3.: Uso de imagem nas reportagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xlviii
Tabela 34: Uso de fotografia para a figuração das personagens (total).....	xlviii
Tabela 34.1.: Uso de fotografia para a figuração das personagens, no <i>Público</i> .....	xlviii
Tabela 34.2.: Uso de fotografia para a figuração das personagens, no <i>Expresso</i> .....	xlviii
Tabela 34.3.: Uso de fotografia para a figuração das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xlviii
Tabela 35: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração (total) .....	xlviii
Tabela 35.1.: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração, no <i>Público</i> .....	xlviii
Tabela 35.2.: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração, no <i>Expresso</i> .....	xliv
Tabela 35.3.: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração, na <i>Rádio Renascença</i> .....	xliv
Tabela 36: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração (total) .....	xliv
Tabela 36.1.: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração, no <i>Público</i> .....	xliv
Tabela 36.2.: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração, no <i>Expresso</i> .....	l
Tabela 36.3.: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração, na <i>Rádio Renascença</i> .....	l
Tabela 37: Uso de vídeo nas reportagens (total) .....	l
Tabela 37.1.: Uso de vídeo nas reportagens, no <i>Público</i> .....	l

Tabela 37.2.: Uso de vídeo nas reportagens, no <i>Expresso</i> .....	l
Tabela 37.3.: Uso de vídeo nas reportagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	li
Tabela 38: Uso de vídeo para a figuração das personagens (total) .....	li
Tabela 38.1.: Uso de vídeo para a figuração das personagens, no <i>Público</i> .....	li
Tabela 38.2.: Uso de vídeo para a figuração das personagens, no <i>Expresso</i> .....	li
Tabela 38.3.: Uso de vídeo para a figuração das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	li
Tabela 39: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração (total) .....	li
Tabela 39.1.: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração, no <i>Público</i> .....	lii
Tabela 39.2.: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração, no <i>Expresso</i> .....	lii
Tabela 39.3.: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lii
Tabela 40: Uso de som nas reportagens (total) .....	lii
Tabela 40.1.: Uso de som nas reportagens, no <i>Público</i> .....	liii
Tabela 40.2.: Uso de som nas reportagens, no <i>Expresso</i> .....	liii
Tabela 40.3.: Uso de som nas reportagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	liii
Tabela 41: Uso de som para a figuração das personagens (total).....	liii
Tabela 41.1.: Uso de som para a figuração das personagens, no <i>Público</i> .....	liii
Tabela 41.2.: Uso de som para a figuração das personagens, no <i>Expresso</i> .....	liii
Tabela 41.3.: Uso de som para a figuração das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	liii
Tabela 42: Suporte expressivo das personagens (total).....	liii
Tabela 42.1.: Suporte expressivo das personagens, no <i>Público</i> .....	liv
Tabela 42.2.: Suporte expressivo das personagens, no <i>Expresso</i> .....	liv
Tabela 42.3.: Suporte expressivo das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	liv
Tabela 43: Relação entre função e suporte expressivo das personagens (total).....	liv
Tabela 43.1.: Relação entre função e suporte expressivo das personagens, no <i>Público</i> .....	lv
Tabela 43.2.: Relação entre função e suporte expressivo das personagens, no <i>Expresso</i> .....	lv
Tabela 43.3.: Relação entre função e suporte expressivo das personagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lvi
Tabela 44: Função do texto na reportagem (total).....	lvi
Tabela 44.1.: Função do texto na reportagem, no <i>Público</i> .....	lvi
Tabela 44.2.: Função do texto na reportagem, no <i>Expresso</i> .....	lvi
Tabela 44.3.: Função do texto na reportagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lvi
Tabela 45: Função do vídeo na reportagem (total).....	lvii
Tabela 45.1.: Função do vídeo na reportagem, no <i>Público</i> .....	lvii
Tabela 45.2.: Função do vídeo na reportagem, no <i>Expresso</i> .....	lvii
Tabela 45.3.: Função do vídeo na reportagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lvii
Tabela 46: Função do áudio na reportagem (total).....	lvii
Tabela 46.1.: Função do áudio na reportagem, no <i>Público</i> .....	lvii
Tabela 46.2.: Função do áudio na reportagem, no <i>Expresso</i> .....	lvii
Tabela 46.3.: Função do áudio na reportagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lviii
Tabela 47: Uso de infografia na reportagem (total) .....	lviii
Tabela 47.1.: Uso de infografia na reportagem, no <i>Público</i> .....	lviii
Tabela 47.2.: Uso de infografia na reportagem, no <i>Expresso</i> .....	lviii
Tabela 47.3.: Uso de infografia na reportagem, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lviii
Tabela 48: Tipos de infografia (total).....	lviii
Tabela 48.1.: Tipos de infografia, no <i>Público</i> .....	lviii
Tabela 48.2.: Tipos de infografia, no <i>Expresso</i> .....	lviii
Tabela 48.3.: Tipos de infografia, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lix
Tabela 49: Uso de hiperligações nas reportagens (total).....	lix
Tabela 49.1.: Uso de hiperligações nas reportagens, no <i>Público</i> .....	lix
Tabela 49.2.: Uso de hiperligações nas reportagens, no <i>Expresso</i> .....	lix
Tabela 49.3.: Uso de hiperligações nas reportagens, na <i>Rádio Renascença</i> .....	lix



*Para mim, as grandes narrativas são as histórias das pessoas.  
Não são os exércitos de Napoleão. É o soldado de Napoleão.*

Clara Ferreira Alves  
*E, A Revista do Expresso, n.º 2247, 21/11/2015*



## Introdução

Sendo requisito de qualquer projeto de investigação trazer alguma inovação à(s) área(s) de estudos em que se insere, procurámos, através do cruzamento entre os Estudos Narrativos e as Ciências da Comunicação, encontrar um objeto de estudo que pudesse suscitar novas reflexões. Esta convicção, juntamente com a nossa participação, enquanto membro em formação, no projeto de investigação “Figuras da Ficção”, do Centro de Literatura Portuguesa da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, coordenado pelo Prof. Doutor Carlos Reis<sup>1</sup>, conduziu-nos ao tema da figuração de personagens em narrativas jornalísticas digitais.

Com base em bibliografia sobre construção da realidade social, teorias da narrativa, narrativas jornalísticas, narrativas digitais, teoria da personagem, jornalismo digital e reportagem, partimos para a investigação com base nos seguintes pressupostos: i) o estudo dos mecanismos de figuração de personagens tem sido quase exclusivo ao domínio ficcional; ii) a possibilidade de existência de personagens no jornalismo não é consensual; iii) o jornalismo digital é um objeto em constantes mutações, sendo muito fácil que os estudos se tornem ultrapassados ou, por outro lado, se façam projeções que se vêm a manifestar irrealistas. Deste modo, estamos confrontados com a dificuldade, mas também o desafio, de demonstrar que, como em qualquer narrativa, a personagem é uma das categorias centrais dos textos jornalísticos (*latu sensu*) e de perceber em que medida o jornalismo digital utiliza o seu potencial tecnológico para investir na figuração de personagens.

Se, na antiga narratologia, a personagem, enquanto categoria narrativa, foi diminuída, ao ponto de ser reduzida “à dimensão funcionalista e imanentista de ‘[ser] de papel’” (Reis, 2006: 15), os atuais Estudos Narrativos, herdeiros das teorias de Bakhtine – que preconiza a necessidade de se projetar o ‘outro’ nas narrativas (Reis, 2006: 16) – oferecem-lhe um lugar central. Isto porque reconhecem uma “necessidade epistemológica de recuperação da personagem” (Reis, 2015: 22), em que seja feita uma “revisão conceptual que exige que a personagem seja olhada sob o signo de uma pluralidade de perspetivas e de manifestações” (Reis, 2015: 25). Desafiados por este repto, bem como pela própria transformação da área dos Estudos Narrativos (pense-se, desde logo, na própria evolução da nomenclatura, desde a Teoria Narrativa, passando pela Narratologia, até se chegar, agora, aos Estudos Narrativos), é nosso

---

<sup>1</sup> Para mais informações sobre o projeto, consultar <https://figurasdaficcao.wordpress.com/about/> [última consulta em maio de 2016].

propósito contribuir para o estudo da figuração da personagem em narrativas jornalísticas digitais, mais precisamente no género reportagem.

Partindo do princípio de que as personagens do jornalismo digital têm uma base comum às do jornalismo tradicional, já que, como veremos, o que acontece é que o meio digital, devido às suas características (entre as quais a ilimitação de espaço), pode contribuir apenas para uma figuração mais elaborada, o nosso primeiro intuito é identificar os mecanismos gerais de figuração de personagens em narrativas jornalísticas. Dessa forma, estaremos em condições de propor uma definição de personagem jornalística – outro dos nossos objetivos –, já que, confrontando a teoria da personagem – ficcional e jornalística – com um estudo de caso, estaremos na posse de dados que nos permitirão afirmar o que é e como se figura a personagem nas narrativas jornalísticas. Esse estudo de caso é baseado num modelo de análise criado para o efeito, que resulta da adaptação de modelos de análise de personagens ficcionais e de conhecimentos adquiridos e aplicados por nós em estudos realizados anteriormente, com recurso a técnicas de análise dos *media*, principalmente análise de conteúdo e de discurso.

Tal modelo foi desenvolvido tendo em vista, em primeiro lugar, a resposta às necessidades deste trabalho, mas também a possibilidade de adaptação, com vista à sua aplicabilidade futura. Assim, nele estão contempladas também categorias de análise respeitantes aos aspetos formais das reportagens, que nos permitirão perceber o funcionamento da narrativa jornalística no mundo digital, detetar as transformações dessas narrativas decorrentes das potencialidades desse mundo e, desse modo, caracterizar a reportagem digital no jornalismo português.

Além dos já apontados objetivos gerais, este estudo tem ainda na sua base um pequeno conjunto de objetivos específicos, a saber: i) demonstrar que, à luz da teoria da construção da realidade social, podemos considerar personagens as figuras humanas veiculadas pelo jornalismo; ii) perceber a diferença entre a construção mental da imagem de uma pessoa do mundo ontológico e de uma personagem do mundo construído pelo texto jornalístico; iii) entender a personagem como categoria narrativa essencial ao jornalismo, devido à maior identificação entre leitor e personagem e, conseqüentemente, à maior imersão que possibilita; iv) identificar procedimentos de metalepse na construção das figuras jornalísticas; v) demonstrar que as personagens jornalísticas são, na maior parte das vezes, personagens-tipo, figuradas de acordo com um protótipo; vi) verificar se as características apontadas pelos especialistas como identitárias das narrativas digitais se verificam no *corpus* em análise; vii) equacionar em que medida os aspetos apontados como inovações trazidas pelo ambiente digital alteram, de facto, a essência da narrativa, no que à construção de personagens diz respeito.

O primeiro passo para a construção deste trabalho foi a leitura de bibliografia teórica. Certo é que não partimos do zero para a seleção dos títulos, pois que, no ano curricular do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, elaborámos dois estudos que nos permitiram, em primeiro lugar, tomar o primeiro contacto com as teorias e, em segundo, levantar algumas hipóteses de trabalho e, inclusivamente, chegar a algumas conclusões que nos serviram de base para esta dissertação. Falo dos artigos “A figuração de personagens históricas ao serviço da sátira”<sup>2</sup>, realizado na unidade curricular Estudos Narrativos, da responsabilidade do Prof. Doutor Carlos Reis, e “A exploração dos recursos digitais para a construção de narrativas”<sup>3</sup>, elaborado no âmbito da unidade curricular Comunicação Multimédia, ministrada pelo Prof. Doutor Sílvio Correia Santos.

Deste modo, os primeiros três capítulos deste trabalho dizem respeito a um enquadramento teórico, que se tenta crítico, sobre personagem jornalística e reportagem em contexto digital. No capítulo 1, é feito o estado da arte, em que se procura desenhar uma primeira abordagem ao tema do trabalho, articulando a teoria da personagem com as questões relacionadas com o ambiente digital, sendo que, em cada um dos dois capítulos seguintes, se desenvolvem pormenorizadamente estas questões. O capítulo 2 ensaia uma teoria da personagem na narrativa jornalística: começa-se por demonstrar a possibilidade de existência de personagens no jornalismo, à luz das teorias construtivistas, passando-se, de seguida, para a apresentação de definições e modelos de análise de personagens ficcionais; a terceira parte do capítulo põe em confronto a factualidade com a ficcionalidade e, por conseguinte, as pessoas com as personagens, para, por fim, assente nas questões da tipificação e do retrato operados pelas personagens, se propor uma definição de personagem jornalística. O capítulo 3 debruça-se sobre as personagens em contexto digital, mais especificamente, em reportagens desse tipo. Iniciado por uma contextualização da reportagem enquanto grande género narrativo do jornalismo, aludindo-se, inclusivamente, ao chamado Novo Jornalismo e ao jornalismo narrativo, o capítulo prossegue com a caracterização da narrativa em ambiente digital, nomeadamente através da identificação das características daquele ambiente que contribuem para a construção de narrativas. Seguidamente, apresentamos uma reflexão sobre se, efetivamente, estamos perante novas narrativas ou se, por outro lado, a *web* recicla e/ou

---

<sup>2</sup>Trabalho disponível em

[https://www.academia.edu/16130369/A\\_Figura%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_Personagens\\_Hist%C3%B3ricas\\_ao\\_Servi%C3%A7o\\_da\\_S%C3%A1tira](https://www.academia.edu/16130369/A_Figura%C3%A7%C3%A3o_de_Personagens_Hist%C3%B3ricas_ao_Servi%C3%A7o_da_S%C3%A1tira) [última consulta em maio de 2016]

<sup>3</sup> Deste estudo surgiu uma segunda versão alargada, em coautoria com a Prof. Doutora Ana Teresa Peixinho, que se encontra no prelo, para publicação no n.º 2 da revista *Mediapolis*, editada pela Imprensa da Universidade de Coimbra.

reproduz os velhos formatos, terminando o capítulo com a identificação dos ganhos de que a personagem pode beneficiar ao ser construída no mundo digital.

O 4.º e último capítulo deste trabalho apresenta o estudo de caso, constituído por três séries de reportagens digitais – “12 ideias para Portugal” (*Público*)<sup>4</sup>, “Nós, Portugueses: retratos de um país que vai a eleições” (*Expresso*)<sup>5</sup> e “Os anos da Troika” (*Rádio Renascença*)<sup>6</sup>. O primeiro ponto descreve e justifica este *corpus*, enquadrando-o nos nossos objetivos, sendo de seguida apresentada a metodologia de análise, baseada em técnicas de análise de conteúdo e de discurso e também na análise narrativa. É, então, nesse ponto que concretizamos o nosso objetivo de criação de um modelo de análise da personagem jornalística, já que é nesse momento que o apresentamos e justificamos, à luz dos modelos de análise de personagens ficcionais que lhe dão origem. Por fim, são apresentados os resultados da análise.

Assim, é com o confronto desses dados com as leituras e reflexões que os precedem que terminamos esta tese, numa conclusão que procura responder às questões que motivaram a sua execução, tentando, assim, chegar-se a uma caracterização da personagem nas narrativas do jornalismo digital português.

---

<sup>4</sup> Disponível em <http://www.publico.pt/12-ideias-para-portugal> [última consulta em maio de 2016].

<sup>5</sup> Disponível em <http://expresso.sapo.pt/legislativas2015/2015-09-10-Nos-portugueses-retratos-de-um-pais-que-vai-a-eleicoes> [última consulta em maio de 2016]

<sup>6</sup> Disponível em <http://rr.sapo.pt/os-anos-da-troika/> [última consulta em maio de 2016]

## Capítulo 1: Estado da Arte

Entre os estudiosos do jornalismo, a ideia de existência de personagens nas narrativas de imprensa está longe de reunir consenso, uma vez que estas se constituem como narrativas factuais e o conceito de personagem foi, durante muitas décadas, conceptualizado em termos de entidade ficcional. No entanto, os Estudos Narrativos, desde a década de '90 do séc. XX, alargaram-se ao ponto de incluir, hoje, “derivadas que contemplam também as narrativas mediáticas e as linguagens digitais, tendo em atenção procedimentos compositivos e efeitos cognitivos que as narrativas literárias não conheciam nem provocavam” (Reis, 2015: 16).

Antes de entrarmos na questão da personagem jornalística, propriamente dita, remetamo-nos à base e confrontemos algumas definições de personagem:

- “No sentido mais amplo, ‘personagem’ designa qualquer entidade, individual ou coletiva - normalmente humana ou com características humanas - introduzida num trabalho de ficção narrativa. As personagens existem, assim, nos mundos diegéticos e desempenham um papel, não importa quão pequeno, num ou mais estados de coisas ou eventos contados na narrativa. Personagem pode ser sucintamente definido como um participante num mundo diegético” (Margolin, 2007: 66)<sup>7</sup>;
- “a personagem revela-se, não raro, o eixo em torno do qual gira a ação e em função do qual se organiza a economia da narrativa” (Reis e Lopes, 1990: 306);
- “participante[s] num mundo diegético”, atualmente estudadas de acordo com três paradigmas teóricos: semântico, em que “as personagens são apresentadas textualmente como séries de estados descontínuos, e a sua continuidade é dependente do mundo [ficcional]”; cognitivo, enquanto “unidade conceptual que os leitores intuitivamente etiquetam de ‘personagem’”, que “é mentalmente gerada em resposta a pistas textuais”; comunicativo, que entende a personagem como uma entidade “sempre influenciada, direta ou indiretamente, pelo seu criador”, que a caracteriza de acordo com a informação que fornece sobre ela (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 52-56);
- “O termo ‘personagem’ é usado para referir os participantes em mundos diegéticos, criados por vários *media*, em contraste com as ‘pessoas’, como os indivíduos do mundo real” (Jannidis, 2009: 14).

---

<sup>7</sup> Esta referência, bem como todas as outras cuja fonte não seja originalmente escrita em português, resulta de uma tradução livre feita pela autora.

Poderíamos aqui continuar a enumerar definições. Contudo, parece-nos que das quatro que acima transcrevemos podemos retirar os aspetos que consideramos centrais: a personagem é um agente do mundo diegético textualmente criado, sendo ela também uma criação textual, que se transforma numa entidade mental, criada pelo leitor, e é em torno dela que gira a ação. Até aqui, nada restringe esta categoria narrativa ao universo ficcional, pese embora o termo “mundo diegético” (*storyworld*) a ele seja normalmente associado. No entanto, nas definições de Uri Margolin e de Fottis Jannidis, encontramos duas referências que nos transportam para o universo da ficção: a personagem enquanto “entidade [...] introduzida num trabalho de ficção narrativa” (Margolin, 2007: 66) e enquanto “contraste com as ‘pessoas’” (Jannidis, 2009: 14).

Esta separação entre narrativas factuais e ficcionais é, a nosso ver, uma das questões que levam a não se considerarem personagens os participantes nas narrativas jornalísticas. Por sua vez, esta separação é motivada pelo problema da “ténue linha divisória entre verdade e verosimilhança” (Reis, 2005: 134). Vejamos: o jornalismo é, por excelência, a narrativa do real, tendo, por isso, um compromisso com a verdade; a literatura, pelo contrário, goza de um estatuto que não a obriga ao verosímil. Para Maria Augusta Babo (1996: 3), a essência da diferença entre narrativas factuais e ficcionais está precisamente na independência da ficção em relação à referencialidade, que lhe permite, inclusivamente, uma rutura com o mundo ontológico:

do ponto de vista da estrutura narrativa não nos é possível encontrar uma diversidade estruturante entre as chamadas narrativas ficcionais e as ditas narrativas factuais. Quer dizer que os procedimentos textuais inerentes à ficção, na literatura, são os mesmos, do ponto de vista formal, da narrativa histórica ou jornalística. [...] a diferença não [constitui] sequer uma mudança de género mas um grau maior de capacidade a refigurar o tempo e a referencialidade (Babo, 1996: 3).

Deste modo, enquanto a narrativa factual ambiciona uma “refiguração do real” (Babo, 1996: 4), “a narrativa ficcional cria o seu próprio referente, o ‘mundo do texto’” (Babo, 1996: 4). É, então, nesta base que assenta o chamado pacto implícito entre autor e leitor: como salienta Umberto Eco (2012: 58 ss.), para se ler ficção, é necessário que “segundo um acordo narrativo, comecemos a viver no mundo possível da sua história como se fosse o nosso mundo real”, já que “por definição, os textos ficcionais falam claramente de pessoas e acontecimentos inexistentes (e, por esse motivo, pedem-nos que suspendamos a nossa crença)”. Do mesmo modo, quando lemos narrativas jornalísticas, sabemos, implicitamente, que estamos perante

uma construção da realidade: “o pacto que o jornalismo estabelece com os leitores é o pacto de verdade e honestidade: o público lê estas narrativas como índices de real” (Peixinho, 2012: 182), sendo elas que providenciam “esquemas mentais e formas de moldar os nossos modos de perceber, conhecer e acreditar.” (Peixinho, 2012: 185). No entanto, o facto de as narrativas ficcionais poderem conter referências ao mundo ontológico (advindo daqui a verosimilhança) poderá confundir o leitor (Eco, 1997: 131).

É justamente aqui que chegamos ao cerne da questão das personagens: na literatura, dada a sua semelhança com modelos reais, a sua interpretação poderá causar equívocos de leitura, até porque, “para perceber as personagens, os leitores tendem a recorrer ao seu conhecimento sobre as pessoas reais” (Jannidis, 2009: 16). Assim sendo, porquê considerar personagens as figuras que povoam as narrativas jornalísticas? Não conduzirá isso a uma maior confusão?

A nosso ver, não, já que é nosso objetivo contribuir para uma melhor compreensão dessas figuras, ao perceber como e com que intuítos são construídas. Desde logo, há que considerar que tanto os textos factuais como os ficcionais “convidam o leitor a imaginar um mundo, e a imaginá-lo como uma realidade física, autónoma, equipada com objetos palpáveis e habitada por indivíduos de carne e osso” (Ryan, 2001: 92): afinal, o nosso conhecimento do real é, na maioria dos casos, mediado por narrativas, nomeadamente pelas do jornalismo. É, portanto, através dessas narrativas que acedemos ao conhecimento sobre as personagens: “ao contrário das pessoas que existem no mundo real, que são completas, só podemos falar significativamente sobre aqueles aspetos da personagem que foram descritos no texto ou que nele estão implícitos” (Jannidis, 2009: 17), o que leva Eco (2012: 64) a afirmar que

as personagens ficcionais são *insuficientemente determinadas* – isto é, conhecemos poucas propriedades suas – ao passo que os indivíduos reais são *completamente determinados* e deveríamos conseguir afirmar cada um dos seus atributos conhecidos. No entanto, embora isto seja verdade de um ponto de vista ontológico, de um ponto de vista epistemológico, é exatamente o contrário: ninguém pode afirmar todas as propriedades de um determinado indivíduo ou de uma determinada espécie, que são potencialmente infinitas, ao passo que as propriedades das personagens ficcionais são fortemente limitadas pelo texto narrativo – e os atributos mencionados contam para a identificação da personagem.

Com base nesta porosa fronteira entre factual/ficcional, verdadeiro/verosímil e pessoa/personagem, podemos falar na existência de procedimentos metalépticos na construção de personagens jornalísticas, já que, segundo Augusto Paim (2014: 351), sendo esta uma “forma de transcender as barreiras entre ficção e não ficção”, acaba por causar uma confusão entre

pactos de leitura, não se distinguindo mais o que é realidade do que é ficção. Diz-nos este autor (Paim, 2014: 352) que,

devido ao fato de o pacto de leitura do jornalismo ser diferente do pacto da literatura, quando o leitor lê uma notícia, ele sabe que aquela fonte citada no texto é uma pessoa real e existe para além daquele texto. A metalepse é, portanto, um recurso fundamental e permanente das narrativas jornalísticas.

Importa aqui lembrar que a metalepse, figura narrativa criada por Genette, se define como “a transição de um nível narrativo para outro [...] alcançada apenas pela narração, o ato que consiste precisamente em introduzir numa situação, por meio do discurso, o conhecimento de outra situação” (Genette, 1980: 234) ou como “qualquer intrusão do narrador extradiegético ou do narratário no universo diegético (ou das personagens diegéticas num universo metadieético, etc.) ou o inverso” (Genette, 1980: 234-235).

É nas teorias construtivistas do jornalismo<sup>8</sup>, cujo alicerce é *A Construção Social da Realidade*, de Berger e Luckmann, segundo a qual é pela linguagem e, naturalmente, pelos seus usos, que acedemos e damos sentido ao mundo (Berger e Luckmann, 2003: 57), que encontramos a base para considerarmos personagens as figuras presentes nas narrativas jornalísticas. Da mesma forma que “posso falar de inumeráveis assuntos que não estão de modo algum presentes na situação face a face, inclusive assuntos dos quais nunca tive, nem terei, experiência direta” (Berger e Luckmann, 2003: 57), posso caracterizar pessoas com quem nunca estive, de acordo com aquilo que sobre elas me foi dito na comunicação social. Contudo, essas pessoas terão, com certeza, mais atributos do que aqueles que são dados a conhecer ao público, tornando-se, por isso, na mente do leitor, personagens.

Como em todos os aspetos da narrativa jornalística, também a figuração das personagens é fruto de uma construção, já que, como salienta Gaye Tuchmann (2002: 91), “os jornalistas cobrem, selecionam e difundem histórias sobre os temas identificados como interessantes ou importantes”. Assim, tal como quando Eco (2012: 64), referindo-se a personagens ficcionais, diz que elas são “fortemente limitadas pelo texto narrativo”, também as pessoas de quem o jornalismo fala acabam por se tornar personagens, figuradas de acordo com os interesses do jornalista e dos seus objetivos ao construir determinada narrativa.

---

<sup>8</sup> A este respeito, confrontar Traquina (2007) e Tuchmann (2002).

Arriscamo-nos a dizer que nenhum dos atuais estudiosos da narrativa nega o seu caráter construtivista. Vejamos, por exemplo, o que diz Helen Fulton, considerando que “a ‘realidade’ que nos é mostrada é, ela própria, construída” (Fulton, 2005a: 6):

num mundo dominado por *media* impressos e eletrônicos, o nosso sentido de realidade é crescentemente estruturado pela narrativa. Os filmes e documentários contam-nos histórias sobre nós mesmos e o mundo em que vivemos. A televisão fala-nos de volta e oferece-nos a ‘realidade’ na forma de hipérbole e paródia. O jornalismo impresso transforma a vida diária numa história. Os anúncios narrativizam as nossas fantasias e desejos (Fulton, 2005a: 1).

Nesta senda, cabe ainda citar Sola-Morales (2013: 122), quando diz que “a realidade quotidiana é uma construção simbólica já que o ser humano compreende e constrói o seu mundo mediante símbolos”. Ora, um desses símbolos pode ser, precisamente, a personagem narrativa, seja ela factual ou ficcional.

De acordo com Eco (2012: 76), “uma personagem ficcional é certamente um objeto semiótico”. Assim,

as personagens podem ser signos numa variedade de formas: podem ser instâncias de comportamento exemplar, podem ser símbolos ou, de outras formas, representativos de sentimentos, atitudes, problemas, entre outros. Além disso, as personagens são uma parte importante da estrutura emocional dos textos literários, dos filmes, etc. Elas influenciam os sentimentos, humores e emoções da audiência num nível considerável” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 15).

Esta concepção, sendo quase diretamente dependente das teorias construtivistas do jornalismo, é outro dos argumentos que nos permite equacionar a existência de personagens jornalísticas. Segundo Bruno Araújo (2012: 11), “recorrendo ao pensamento de Phillippe Hamon – que traça um estatuto semiológico para a personagem, tratando-a, assim, como um signo –, poderemos analisar a existência e o caráter conceptual das ditas personagens jornalísticas”. Acrescenta o autor que,

partindo desse princípio, podemos aferir que o processo de criação de personagens jornalísticas – processo, através do qual, os vários atores sociais ganham vida textual – é de inegável pertinência, na medida em que, os muitos eixos semânticos, associados à sua construção, poderão criar

imagens, favoráveis ou disfóricas, desses mesmos atores, limitando a percepção do público a pontos de vista truncados e únicos (Araújo, 2012: 12).

Chegamos, portanto, ao momento de perceber, efetivamente, o estado da arte no que à teoria da personagem jornalística diz respeito. No panorama internacional, notamos que há autores que falam de personagens mediáticas, como é o caso de Jonathan Cohen (2001: 250), que identifica quatro tipos: apresentadores, figuras desportivas, *cartoons* e participantes em jogos. Não é, contudo, esta a aceção que, neste trabalho, desejamos imprimir às personagens jornalísticas, já que nos parece que o que leva o autor a considerar estas figuras personagens será uma certa aura mítica que as envolve, fazendo com que pareçam ficção. Ora, o que nós defendemos é que qualquer figura que povoe uma narrativa jornalística se constitui como uma personagem.

Em Portugal, é Mário Mesquita o primeiro autor que conhecemos a considerar a existência de personagens jornalísticas. No seu artigo “A personagem jornalística – da narratologia à deontologia”, diz-nos que “a criação de personagens é uma atividade estruturante das práticas e do discurso jornalístico” (Mesquita, 2004: 124) e que “a ‘pessoa real’ é sempre ontologicamente irreduzível às narrativas que se possam contar a seu respeito, enquanto a personagem de ficção se circunscreve àquilo que o autor nos conta acerca dela” (Mesquita, 2004: 132). Além disso, o professor de jornalismo identifica, nesse trabalho, as três funções desta entidade: i) a identificação dos subgéneros da narrativa, ii) a organização textual e iii) o “lugar de investimento do autor e do leitor no plano psíquico, ideológico e axiológico” (Mesquita, 2004: 131).

Mais recentemente, também Ana Teresa Peixinho se tem dedicado ao estudo de personagens jornalísticas. Num artigo em que analisa os “procedimentos retórico-narrativos para a construção de personagens jornalísticas” (Peixinho, 2014), a investigadora assinala a contaminação do jornalismo pela literatura, já que aquele recorre a “instrumentos e procedimentos retóricos e narrativos tipicamente ligados à narrativa ficcional” (Peixinho, 2014: 330) e que “necessita de personagens, dá-lhes centralidade e projeção” (Peixinho, 2014: 341). Diz-nos ela que

a personagem jornalística é submetida a um trabalho de construção e composição que nos impede de a lermos como o reflexo especular da figura real que lhe deu origem. Antes de mais porque o jornalista capta apenas alguns traços que permitam identificá-la de modo célere e eficaz,

privilegiando a existência de personagens planas que se submetam a uma economia narrativa e sejam de fácil leitura” (Peixinho, 2014: 332).

Embora os estudos da personagem jornalística estejam, como temos vindo a demonstrar, pouco desenvolvidos, sobretudo em contexto nacional, parece-nos que isso poderá estar prestes a mudar, tendo em conta o recente reconhecimento do potencial da narrativa para a construção das estórias do jornalismo. Na verdade, esta questão não é nova, se pensarmos no movimento conhecido por Novo Jornalismo, teorizado por Tom Wolfe (Wolfe, 1977). Contudo, este movimento, caracterizado pela adoção de técnicas da escrita literária, não foi e, a nosso ver, dificilmente se tornará, um padrão da escrita jornalística<sup>9</sup>. É, por outro lado, o muito que se tem escrito sobre *storytelling* que nos faz ter esperança num futuro investimento na figuração de personagens jornalísticas, muito particularmente no jornalismo digital.

Marc Lits (2015), num artigo em que aborda as problemáticas da narrativa face às potencialidades da *web* para o jornalismo, postula a questão do *storytelling* como um “regresso da narrativa” (Lits, 2015: 21), embora se questione se, de facto, ela alguma vez desapareceu. Ainda assim, diz:

mas se o narrativo está de regresso com força, é no entanto usado de forma diferente *do new journalism* ou da literatura, não só porque reinventa a construção da intriga, mas também porque o narrativo “escrito” vai coexistir com sequências, integrando a banda desenhada, a imagem, jogos gráficos diversos (Lits, 2015: 24).

Deixemos as questões relacionadas com o meio digital, que abordaremos adiante, e vejamos agora como se define o termo *storytelling*, a fim de perceber qual a sua relação com o modo narrativo, bem como a sua aplicabilidade ao jornalismo:

o *storytelling* constitui uma técnica para narrar fatos como se fossem histórias. Ao enfatizar a narração e descrição, há um esforço de recriar cenas e personagens, tarefa estética de despertar sensações no consumidor de notícia, seja ela impressa ou audiovisual, para que ele se identifique com o relato e goste do texto jornalístico como apreciaria um texto mais elaborado, propriamente literário ou poético (Cunha e Mantello, 2014: 58).

---

<sup>9</sup> Voltaremos a este assunto no capítulo 3.

Ao aplicar a definição ao texto jornalístico, os autores defendem, desde logo, a sua aplicação a esse campo. Isto acontece porque, embora o termo seja, muitas vezes, aplicado ao domínio ficcional, “todos os aspetos de definição de uma história [...] se aplicam também às narrativas não ficcionais: as personagens (pessoas), a extensão no tempo, o mistério e envolvimento” (Alexander, 2011: 12).

Eis aqui um indício de que o investimento nas personagens, por parte dos jornalistas, possa vir a crescer, por via deste investimento no *storytelling*: o reconhecimento das “personagens (pessoas)” (Alexander, 2011: 12) como parte das narrativas não ficcionais. Bryan Alexander, numa obra que funciona, em parte, como guia prático para a aplicação destas técnicas no ambiente digital, parte do princípio de que “para uma história se relacionar com a audiência, ela deve representar alguma coisa reconhecível para a vida” (Alexander, 2011: 11), nomeadamente, as pessoas:

muitas histórias digitais representam uma ou mais personagens, sejam ficcionais ou históricas. Essas representações estão muitas vezes na primeira ou na terceira pessoa, biográficas ou autobiográficas. Um bom número de jogos e alguns enquadramentos de *storytelling* envolvem a audiência como uma personagem na segunda pessoa através de alguma mistura entre discurso e presença. Todos os media podem ser mobilizados para suportar a personagem (Alexander, 2011: 41).

A defesa da aplicação do *storytelling* ao jornalismo passa também, portanto, pelo incentivo ao investimento nas personagens, até enquanto elemento diferenciador dos textos: “no lugar de noticiar o que todos os veículos já noticiaram, são escolhidos ângulos desenvolvidos sobre história de personagens” (Cunha e Mantello, 2014: 65), não se pretendendo, com isso, “tirar os relatos jornalísticos do campo noticioso e reclassificá-los na literatura” (Cunha e Mantello, 2014: 60).

O crescimento do interesse pelas técnicas do *storytelling* é grandemente atribuído, por parte dos próprios autores que o estudam (Alexander, 2011; Lits, 2015; Ryan e Thon, 2014), ao desenvolvimento da *web* e às potencialidades que o digital oferece à atividade de contar histórias. Daí que Bryan Alexander fale mesmo em “*storytelling* digital”: “o que é o *storytelling* digital? Simplesmente, contar histórias com tecnologias digitais. Histórias digitais são narrativas construídas com o material da cibercultura” (Alexander, 2011: 3). É também na obra deste autor que encontramos a definição de “histórias digitais”, operada pela Universidade do Estado da Califórnia, que nos ajuda a perceber a razão desse potencial: as histórias digitais

devem, então “incluir uma narração atraente da história”, “fornecer um conteúdo significativo para entender a história que está a ser contada”, “usar imagens para captar e/ou expandir as emoções encontradas na narrativa”, “utilizar música e outros efeitos sonoros para reforçar ideias” e “convidar a uma reflexão séria por parte da(s) sua(s) audiência(s)” (Alexander, 2011: 27).

Ora, num meio tão plástico como é a *web*, que permite a integração de todos os modos e formas semióticos, a narrativa poderá ganhar um novo fôlego. Porém, tal como acontece nos estudos sobre a personagem, também no que ao *storytelling* digital diz respeito, os estudos aplicados ao jornalismo ainda não são abundantes. Basta ver que, quando se trata de dar exemplos, são os videojogos e a literatura eletrónica que figuram, ou seja, exemplos do domínio ficcional que têm a particularidade de se focar bastante na questão da personagem. Daniela Maduro (2014: 381) sublinha que “a ficção digital oferece às personagens uma nova forma de existência e novas possibilidades de interação entre estas e o leitor”, sendo esta interação uma das marcas diferenciadoras das personagens digitais: “elas respondem-te e tu tornas-te parte da ação – o que te faz sentir diferente de ser meramente uma testemunha” (Van Vught, Hoorn e Konijn, 2010: 329).

Se um dos desafios do jornalismo atual é o de atrair leitores, envolvendo-os nas suas histórias, talvez o caminho possa passar, então, pelo investimento nas personagens. Contudo, se a defesa da reportagem como género de excelência para se explorar as potencialidades da *web* para o jornalismo já é uma realidade (vejam-se, por exemplo, os estudos de João Canavilhas), não encontramos quem vá mais longe e estude o papel da personagem na reportagem digital.

Na verdade, este fenómeno pode ser causado, em parte, pelo ainda parco investimento no formato, em toda a sua plenitude. Basta olharmos para a realidade portuguesa: ao navegar pelos *sites* dos principais órgãos de comunicação social, poucos trabalhos encontramos que explorem todo o potencial do meio ou, quando os encontramos, damos conta de que são formatos pontualmente usados, quase em regime experimental.

Os estudos que encontramos são, então, bastante vocacionados para a teorização das características e potencialidades do ambiente digital para a construção de narrativas. Com base em todos os que lemos, enunciámos estas oito como as que consideramos mais significativas: hipertextualidade, não-linearidade, interatividade, *crossmedia*, convergência, transmedialidade, multimedialidade/multimodalidade e imersão. Ressalvamos que a agregação destas oito características resulta do cruzamento da leitura vários autores, que as vão enunciando de acordo com os seus interesses e focos. Para a caracterização da reportagem digital que pretendemos empreender nesta tese, parece-nos que este conjunto nos fornecerá as pistas mais

significativas para a investigação. Vejamos sumariamente, de seguida, em que consiste cada uma delas.

O mais antigo destes conceitos será, talvez, o de “hipertextualidade”, já que, segundo Bryan Alexander, o hipertexto, constituído por “dois elementos: os itens do conteúdo e as suas conexões” (Alexander, 2011: 18), é teorizado nos anos ‘80. O mesmo autor sintetiza desta forma o funcionamento do hipertexto, aplicado às histórias digitais:

os utilizadores – leitores – experienciam o hipertexto como uma plataforma não usual de *storytelling*. Nós navegamos através da lexia, colhendo e selecionando os links a seguir. Como com a leitura de um romance, nós assimilamos a história na nossa mente. Ao contrário do romance, não temos uma única e linear direção a seguir. Em vez disso, ler um hipertexto é algo como a hibridez de explorar um espaço (pensemos: um museu, um parque, uma cidade), resolver puzzles (que caminho será produtivo?), e ler um libreto de ópera ou o *closet drama* (encenando-o mentalmente) (Alexander, 2011: 18).

Os *links*, ou hiperligações, são, portanto, o “fio-condutor” (Canavilhas, 2014b: 61) do hipertexto, assegurando a ligação entre os vários blocos informativos, ou nós, que o constituem. Desta forma, João Canavilhas, num texto em que fala das “novas arquiteturas noticiosas” (Canavilhas, 2014a), salienta que, tendo os *links* vários tipos e funções, é necessário ter em conta algumas regras para a construção do hipertexto, de forma a garantir-se alguma coerência.

Assim, no hipertexto, “é o próprio leitor que elege como quer inteirar-se do conteúdo dos meios, que decide a trajetória e a ordem que quer seguir numa mensagem, ou um conjunto de mensagens pelas quais pode navegar” (Edo, 2007: 8), o que nos conduz à segunda característica do ambiente digital que identificamos: a não-linearidade. Esta desafia “o enredo linear e dividido entre início, meio e fim” (Maduro, 2014: 378), acabando por, muitas vezes, frustrar o leitor que deseja alcançar o desfecho da narrativa (Maduro, 2014: 379).

Causa direta da hipertextualidade e da não-linearidade, a interatividade é a terceira característica que merece a nossa atenção, sendo, a nosso ver, aquela que poderá causar mais polémica, se o termo for mal empregado. A *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* define a “interatividade” como

ciclo de *feedback* através do qual cada utilizador afeta o comportamento de um texto, considerando especialmente a escolha da informação a ser apresentada. Recurso encontrado principalmente nas narrativas digitais, a interatividade pode ser quer seletiva (clicando em *links*),

quer produtiva (texto contributivo, ações performativas), e deve resultar numa criação da história em tempo real (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 250).

A interatividade funciona, então, como uma estratégia de personalização da informação, por parte do utilizador (Canavilhas, 2014: 120; Garrand, 2006: 5), já que, dependendo dos percursos de leitura que sejam escolhidos, o resultado da leitura (*latu sensu*) será diferente. Contudo, e daí que identifiquemos esta característica como problemática,

toda a interatividade é (para já) pré-determinada. A situação ideal, a concretização de muitas das promessas modernas e pós-modernas, seria uma imensa base de dados consultável, facilmente acessível e que possibilitasse uma interação apenas e unicamente dependente do utilizador. E, ainda, que essa mesma base de dados fosse passível de ser acrescentada e constantemente atualizada pelos próprios utilizadores (Penafria, 2014: 150).

Através das hiperligações, podemos, assim, navegar por múltiplas plataformas, sejam elas independentes entre si ou esteja o conteúdo interligado, partindo de uma mesma organização. À “produção de qualquer conteúdo (notícias, música, texto e imagens) para mais do que uma plataforma mediática (por exemplo, impresso, *web* e tv) com a mesma organização mediática” (Veglis, 2012: 210) dá-se o nome de *crossmedia*, identificado por Ramón Salaverría (2014: 27) como sinónimo de multiplataforma. Se esta característica é, então, associada ao processo de distribuição de conteúdos (Martínez-Costa, 2015: 169; Renó e Renó, 2013: 56), outra que se pode com ela confundir é a convergência, já que, tendo ela vários tipos (Canavilhas e Satuf, 2014: 37), alguns deles são associados ao processo de distribuição, nomeadamente, as convergências empresarial, profissional e tecnológica. Contudo, é a convergência de conteúdos aquela que nos interessa, no contexto deste estudo.

Originalmente cunhada por Jenkins, em 2006, diz a convergência respeito “à convergência de linguagens e formatos da imprensa escrita, ao audiovisual e uma aplicação mais especializada do digital” (Campalans e Gosciola, 2014: 45). Com a convergência, potenciada pela “natureza digital dos *media*” (Sousa, 2014: 88-89), assiste-se a um esbatimento de fronteiras entre os meios tradicionais (Sousa, 2014: 88-89): “os conteúdos que, até ao início do novo século, permitiam diferenciar os meios tradicionais (texto/jornal; som/rádio; vídeo/televisão) passaram a ser transversais nas edições online” (Canavilhas e Satuf, 2014: 37). Através da convergência é, então, possível “contar histórias usando o meio mais apropriado” (Quinn, 2005: 7).

Bryan Alexander (2011: 131) chama à “cultura de convergência” “storytelling transmediático”, explicando que “os conteúdos da história são distribuídos por múltiplos *sites* e meios” e que “a combinação de muitas peças da história através da diversidade de locais ajuda a construir uma experiência imersiva” (Alexander, 2011: 131). Decorrente deste, surge-nos a sexta característica do ambiente digital – a transmedialidade:

hoje chamamos narrativas transmediáticas àquelas histórias que foram desenhadas desde o início para: diversidade de plataformas; diversidade de linguagens que se complementam; diversidade de autores e vozes, incluindo as da audiência; diversidade de pontos de vista; com possibilidades de exploração, imersão e expansão viral da história; que têm continuidade, regularidade, serialidade (Martínez-Costa, 2015: 168).

A transmedialidade pressupõe, então, que seja pensada uma estratégia de construção da história, para que se decida quais os suportes mais adequados para responder aos objetivos que cada pedaço de informação quer cumprir e quais os meios que têm mais potencial para os transmitir (Campalans e Gosciola, 2014: 41; Canavilhas, 2014b: 62). Assim, as narrativas transmediáticas podem conduzir à complementaridade de várias histórias, que tanto valem só por si, autonomamente, como se complementam para construir uma narrativa mais complexa (Campalans e Gosciola, 2014: 41; Harvey, 2014: 278). Estas narrativas pressupõem uma “multimedialidade integrada” (Canavilhas, 2014b: 62), ou seja, a combinação de “vários *media* ou modos de expressão num único programa integrado ou trabalho [...]. Vídeo, texto, áudio, e ainda imagens são exemplos de diferentes *media* ou modos de expressão” (Garrand, 2006: 5).

Alertam Marie-Laure Ryan e Jan-Noel Thon (2014: 9) para o emprego crescente do termo multimodalidade para substituir o de multimedialidade, o que justifica que aqui os apresentemos como sinónimos. Sendo os “modos” entendidos como “recursos semióticos”, isto é, “significantes [...] desenhados no domínio da comunicação social e que têm um potencial semiótico e teórico constituído por todos os seus usos passados e um potencial semiótico atual constituído por esses usos passados que são conhecidos e considerados relevantes pelos utilizadores do recurso” (Hallet, 2014: 152), existe multimodalidade/multimedialidade “quando uma informação é apresentada em mais de um suporte, sendo textos, imagens e áudio” (Reges, 2011: 43), sendo que, nestas narrativas, os elementos não-verbais são sua parte integrante e não paratextos, o que se apresenta como um desafio à predominância da linguagem verbal e aos modos de análise das narrativas tradicionais (Hallet, 2014: 156).

É, assim, através da multimedialidade/multimodalidade que chegamos à última característica do ambiente digital que enunciámos: a imersão. Isto porque, segundo Canavilhas, “o recurso aos conteúdos multimediáticos num ambiente de hipertextualidade e interatividade proporciona aos utilizadores um conjunto de experiências imersivas [...] que se diferenciam das que ocorrem no processo de consumo de outros produtos mediáticos” (Canavilhas, 2014: 120). A *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* define a imersão, em sentido geral, como “qualquer estado de absorção em qualquer ação, condição ou interesse” (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 238), e aplicada aos estudos narrativos como um “fenómeno de simulação mental, induzida por suportes verbais, visuais, acústico-verbais ou táctico-acústico visuais” (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 238).

Se há género, no jornalismo, originalmente pensado para incentivar a imersão do leitor, é a reportagem. Sendo, como tem sido difundido, “um género longo que precisa de muito espaço (imprensa escrita) ou muito tempo (rádio e na televisão)” (Canavilhas, 2014: 122), a reportagem encontra na *web* o meio ideal para se desenvolver, embora não encontremos nenhum estudo que relacione as potencialidades do meio digital com a figuração das personagens. Parece-nos, com base no que lemos, tanto sobre teoria da personagem, como sobre potencialidades do meio digital, que a figuração poderá aproveitá-las, já que a personagem poderá: i) servir como estratégia de envolvimento do leitor com a narrativa (imersão) ; ii) ser construída com recurso a vários modos/suportes semióticos (multimedialidade/multimodalidade e convergência) ; iii) ser distribuída em várias plataformas (*crossmedia*, transmedialidade) ; iv) aproveitar informação já existente na *web*, criando para ela hiperligações (hipertextualidade, não-linearidade) ; v) fazer com que o leitor/utilizador tenha um papel mais ativo no processo de figuração, ao permitir-lhe escolher autonomamente caminhos de leitura e dar o seu contributo para aprofundar o seu conhecimento sobre uma personagem (interatividade). Contudo, estes aspetos não passam, por ora, de de meras hipóteses de trabalho, ainda embrionárias, que carecem de uma investigação mais aprofundada e aplicada, a fim de perceber se, de facto, o processo de figuração ganha com todos estes aspetos e se há substanciais diferenças entre a construção de personagens no jornalismo tradicional e no jornalismo digital.

Resta saber se, de facto, estas características, umas mais novas do que outras, alteraram a essência da própria narrativa ou se, como preconiza Marc Lits (2015: 15-16), “os novos *media* eletrónicos de tipo participativo retomam afinal, inconscientemente ou não, os padrões da escrita jornalística clássica”. É, pois, neste estado que partimos para o estudo da “construção da personagem nas narrativas do jornalismo digital”.



## Capítulo 2: Para uma teoria da personagem na narrativa jornalística

### 2.1. A personagem jornalística como consequência da construção social da realidade

É objetivo primordial dos principais géneros jornalísticos – a notícia e a reportagem, mas não só – contar uma história. Assim sendo, o jornalismo encontra na narrativa um modo privilegiado de construção da realidade, já que esta é, segundo William Labov (1978: 295), “um método de recapitulação da experiência passada que consiste em fazer corresponder a uma sequência de eventos (supostamente) reais uma sequência idêntica de proposições verbais”. A narrativa é, portanto, uma combinação entre a história que se quer contar e a representação discursiva dessa história (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 347). Se a esta definição juntarmos as três características do processo narrativo identificadas no *Dicionário de Narratologia*, de Carlos Reis e Ana Lopes (1990: 263) – o distanciamento do narrador em relação aos factos narrados, a caracterização e descrição de um mundo autónomo, normalmente com uma atitude distanciada por parte do narrador (exteriorização) e a sucessividade dos factos narrados no tempo (dinâmica temporal) – estamos, então, em condições de afirmar, sem hesitações, que qualquer texto jornalístico se consubstancia no modo narrativo.

Assim sendo, tendo em conta as três dimensões nucleares de qualquer narrativa, identificadas por Marie-Laure Ryan (2007: 29) – espacial (narrativa como “um mundo povoado por existências individualizadas”), temporal (já que esse mundo está situado no tempo e sofre, com ele, transformações) e mental (uma vez que a história, entendida como “uma cadeia causal unificada”, deve comunicar alguma coisa significativa para a audiência”) – pode afirmar-se que

a narrativa é, de facto, o modo privilegiado pelo discurso de imprensa, precisamente por permitir, dadas as suas propriedades matriciais, plasmar as dimensões de tempo, espaço e humanidade, requeridas por um discurso que pretende organizar, mesmo que parcelarmente, o real (Peixinho, 2014: 324).

Entendidos como mediação da realidade, os textos jornalísticos convocam vários códigos que lhes permitem oferecer à audiência a aparência do real e a associação a valores como a verdade, a seriedade, a autoridade e a proximidade (Dunn, 2005a: 140). Esta hipercodificação resulta do cruzamento do código visual, do código sonoro, da estrutura narrativa, dos valores-

notícia<sup>10</sup> e dos critérios de noticiabilidade<sup>11</sup> – estes dois últimos essenciais para o processo de seleção dos aspetos do real que merecem tratamento jornalístico. Contudo, esta seleção é também condicionada pelo contexto socioeconómico em que está inserido o órgão de comunicação social (Dunn, 2005a: 142). Não nos esqueçamos de que os “os conteúdos jornalísticos comungam de uma dupla realidade que resulta do facto de eles poderem ser, simultaneamente, entendidos como um bem comum e/ou um produto comercial” (Camponez, 2009: 323), isto é, os órgãos de comunicação social são empresas, muitas vezes pertencentes a grandes consórcios, o que faz com que necessitem de conquistar público, pois só assim atrairão investidores e conseguirão obter lucros.

É de ressaltar, aqui, a questão da seleção, para lembrar que os textos jornalísticos não espelham a realidade. Pelo contrário, porque o jornalista seleciona do real aquilo que vai narrativizar, recorrendo, para isso, à linguagem – que, só por si, não é neutra (Traquina, 2007: 94-95) –, o produto do seu trabalho será sempre uma construção. Equivale isto a assumir que uma notícia ou uma reportagem não são a realidade ou uma listagem de factos, antes produtos textuais e discursivos que organizam e dão legibilidade a essa mesma realidade. Para citar uma das autoras que há já algumas décadas defendeu esta perspetiva, o que acontece é que “no processo de descrição de um acontecimento, as notícias definem e moldam esse acontecimento” (Tuchman, 2002: 92), condicionando o conhecimento público acerca dele, isto é, “providenciam esquemas mentais e formas de moldar os nossos modos de perceber, conhecer e acreditar” (Peixinho, 2012: 185). Se, como explica Van Dijk, a imprensa (leia-se os *media*) não ditam o que público pensa, nem condicionam a sua ação, ela é definitivamente responsável por impor sobre que pensar e refletir (Van Dijk, 2005: 74).

É nos anos ‘70 do século XX, que a teoria do espelho começa a ser rejeitada (Traquina, 2007: 94), para, com base na sociologia do conhecimento, que “compreende a realidade humana como uma realidade socialmente construída” (Berger e Luckmann, 2003: 246), dar lugar ao paradigma das notícias como construção e, conseqüentemente, como lugar privilegiado de contacto com a realidade exterior. Segundo a teoria da construção da realidade social, de Peter Berger e Thomas Luckmann, é através da linguagem e dos seus usos que o mundo se produz e apreende, tornando-se real na mente dos indivíduos (Berger e Luckmann, 2003). Deste modo,

---

<sup>10</sup> Os valores-notícia são “a escala dos valores dos diferentes elementos que convertem um facto em notícia” (Fontcuberta, 2010: 14). Diferentes dos critérios de noticiabilidade, que variam de órgão para órgão, os valores notícia são propriedades quase universais que norteiam o jornalista na seleção dos factos a noticiar. A saber: atualidade, novidade, veracidade, periodicidade e interesse público (Fontcuberta, 2010: 14).

<sup>11</sup> O facto de, entre estes códigos, surgirem os códigos visual e sonoro decorre de termos utilizado a leitura de Anne Dunn sobre notícias televisivas (Dunn, 2005a).

“a linguagem usada na vida quotidiana [fornece] continuamente as necessárias objetivações e determina a ordem em que estas adquirem sentido e na qual a vida quotidiana ganha significado” (Berger e Luckmann, 2003: 38-39), pelo que a audiência pode “falar de inumeráveis assuntos que não estão de modo algum presentes na situação face a face, inclusive assuntos dos quais nunca [teve, nem terá], experiência direta” (Berger e Luckmann, 2003: 57). De entre estes usos da linguagem, os textos jornalísticos, por serem representações realistas do mundo e por terem um poder de disseminação bastante ampliado, são uma forma privilegiada de acesso dos indivíduos ao conhecimento da realidade<sup>12</sup>.

Ora, assumindo os textos jornalísticos como construções narrativas, e partindo do princípio de Carlos Reis e Ana Lopes (1990: 306), que identificam a personagem como “o eixo em torno do qual gira a ação e em função do qual se organiza a economia da narrativa”, a personagem deverá, também no jornalismo, assumir um lugar de destaque. Vimos já, no capítulo anterior, como pode ser problemático olhar as figuras de que o jornalismo fala como personagens. Contudo, tal como acontece com os ‘factos’ narrados, também as pessoas do mundo real passam por um processo de construção jornalística, em que são seleccionadas as características a destacar nos textos, o que tem consequências diretas no conhecimento da audiência.

Eder, Jannidis e Schneider identificam quatro abordagens ao estudo das personagens que nos ajudarão a provar esta tese: i) a abordagem hermenêutica, segundo a qual as personagens são “representações dos seres humanos e enfatizam a necessidade de ter em consideração os contextos histórico e cultural específicos das personagens e dos seus criadores” ; ii) a abordagem psicanalítica, na qual se explica “a vida interior das personagens, bem como as reações dos espetadores, utilizadores e leitores”; iii) a abordagem semiótica/estruturalista, que tem como intuito “estabelecer a diferença entre personagens e seres humanos, focando a construção das personagens e o papel do texto (linguístico, visual, auditivo ou audiovisual)”; iv) a abordagem cognitiva, em que “as personagens são entendidas como construções textuais da mente humana” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 5).

Assim, no jornalismo, as personagens são construções textuais que representam, contextualmente, seres humanos com existência empírica, inseridos nas narrativas com um objetivo específico (ilustrar uma determinada situação e/ou provocar reação na audiência). Daí

---

<sup>12</sup> Esta distinção entre discursos *in prasentia* e discurso mediados é fulcral para se perceber o poder do discurso jornalístico. Em artigo relativamente recente, Adriano Duarte Rodrigues, numa clara atitude de desafio às bases da Análise Crítica do Discurso, explica como a principal peculiaridade do discurso mediático é precisamente o facto de ser mediático, exigindo a reconstrução do seu quadro enunciativo (Rodrigues, 2009).

que não concordemos com os autores, de que Cohen é exemplo<sup>13</sup>, que identificam como personagens jornalísticas apenas figuras que passam por processos de figuração que as envolvem numa aura mítica<sup>14</sup>, assemelhando-as a personagens ficcionais. Em nosso entender, qualquer figura presente num texto jornalístico, ao passar por um processo de figuração<sup>15</sup>, que a reduz, no conhecimento público, ao conjunto de características que os *media* lhe atribuem, se transforma numa personagem. Ou seja, a pessoa torna-se “objeto semiótico”, construção, signo narrativo, que possui um referente real cujo significado corresponde ao conjunto das suas propriedades (Eco, 2012: 76-77). A personagem jornalística integra, deste modo, a construção da realidade social operada pelos meios de comunicação.

## 2.2. Definições de personagem ficcional e modelos de análise

Sendo nosso objetivo chegar a uma definição e a um modelo de análise da personagem jornalística, é imperativo recorrermos aos estudos da personagem ficcional, já que é na ficção que esta categoria narrativa tem a sua gênese, sendo alvo, principalmente de há uns anos a esta parte, de um sério investimento no seu estudo.

Recuperando as definições de personagem citadas no primeiro capítulo, já vimos que a personagem é uma criação textual com funções específicas na cognição do leitor, sendo a principal categoria da narrativa. Indo agora um pouco mais longe, interessa-nos perceber os principais paradigmas em torno dos quais se estudam as personagens.

Carlos Reis e Ana Lopes entendem, tal como Eco o fará, em obra posterior (2012: 76), a personagem enquanto “um conjunto descontínuo de marcas” e “uma unidade difusa de significação” (Reis e Lopes, 1990: 307). Estamos, pois, perante a conceção semiótica da personagem como um signo. Vale a pena, nesta senda, lembrar que Barthes (2004: 55-56) entende a personagem como a atribuição de um conjunto de semas a um mesmo nome próprio<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup> Ver Capítulo 1.

<sup>14</sup> É Marc Lits quem fala na mitificação dos sujeitos operada pelo jornalismo. Diz ele que “um estudo detalhado das páginas regionais dos diários permite observar como os jornalistas ‘mitificam’ os sujeitos que tratam [...] O facto de ser mencionado num jornal faz de uma personagem ou de um acontecimento banal e quotidiano, mítico” (Lits, 2008: 21).

<sup>15</sup> Adiante exploraremos este termo.

<sup>16</sup> “Quando semas idênticos atravessam repetidamente o mesmo Nome próprio e parecem aderir-lhe, nasce uma personagem. Portanto, a personagem é um produto combinatório: a combinação é relativamente estável (marcada pelo retorno dos semas) e mais ou menos complexa (comporta recursos mais ou menos congruentes, mais ou menos contraditórios); esta complexidade determina a ‘personalidade’ da personagem, tão combinatória como o sabor de uma comida ou o aroma de um vinho. O Nome próprio funciona como o campo de magnetização dos semas; ao remeter virtualmente a *um corpo*, arrasta a *configuração sémica a um tempo evolutivo* (biográfico). [...]”

Ora, o *sema* é, para a semântica, “a unidade de significado” (Barthes, 2004: 12-13), sendo que o semiólogo o entende como um conjunto de significados conotativos atribuídos a uma personagem<sup>17</sup>.

Outra das perspectivas que reconhecemos na definição de personagem cunhada por Eder é a da personagem como artefacto comunicacional: “personagens são seres representados, identificáveis com uma vida interior, que existem como artefactos comunicacionalmente construídos” (Eder, 2014: 73).

Sendo uma representação e uma construção, Eder, Jannidis e Schneider plasmam na sua definição de personagem a oposição com as pessoas: “as personagens são muito frequentemente definidas como pessoas fictícias ou analogias ficcionais a seres humanos” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 7), “elas lembram pessoas reais, mas ao mesmo tempo elas parecem consistir em signos mediados apenas” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 3).

Uri Margolin, por sua vez, não se limita a propor uma definição redutora de personagem. Em vez disso, o autor apresenta a sua definição seguindo sete perspectivas. Assim sendo, a seu ver, uma personagem pode ser: i) “uma figura literária, isto é, um produto ou artifício artístico construído por um autor com um propósito”; ii) um “indivíduo não-atual, mas bem-especificado que se presume existir nalgum domínio ficcional, hipotético”, ou seja, um “indivíduo num mundo possível”; iii) “uma construção textual ou uma imagem mental na mente do leitor”; iv) um “artifício”, já que, não existindo à parte do texto que as cria, “as personagens são abstratas, no sentido em que não existem no espaço e no tempo reais”, sendo os seus criadores quem “determina, mais do que descreve, as propriedades das suas personagens” (não existência das personagens à parte do texto que as cria); v) um “indivíduo não-atual”, isto é, “a personagem pode ser entendida como uma existência individual nalgum mundo ou conjunto de mundos, ambos individuais e sendo o mundo muito fechado ou muito distante do mundo atual

---

Outra coisa é a figura: não é já uma combinação de *semas* fixados a um Nome civil, e a biografia, a psicologia, o tempo não podem apoderar-se dela; é uma configuração incivil, impessoal, acrónica, de relações simbólicas” (Barthes, 2004: 55-56).

<sup>17</sup> “[...] um significado destinado a fixar-se em vários lugares do texto, é um elemento migratório, capaz de assumir um compromisso com outros elementos do mesmo género para formar caracteres, atmosferas, figuras, símbolos. Apesar de todas as unidades aqui assinaladas sejam significados, elas pertencem a uma classe exemplar: constituem o significado por excelência, tal como o designa a conotação, em sentido quase corrente do termo. Chamemos a este elemento um significado (sem especificar mais), ou, se se quiser, um *sema* (em semântica, o *sema* é a unidade de significado), e denominemos estas unidades com as letras SEM., contentando-nos em designar de cada vez com uma palavra (aproximada) o significado conotativo a que remete a *lexia*.” (Barthes, 2004: 12-13).

em termos de propriedades e regularidades”; vi) um indivíduo existente “em diferentes mundos ficcionais” ou “uma versão por mundo [...] e as suas contrapartes noutros mundos”; vii) “modelos mentais de indivíduos possíveis, baseados no texto, construídos na mente do leitor no decurso do processamento textual”, sendo de extrema importância o papel interpretativo do leitor para a construção das personagens (Margolin, 2007: 56 e ss.).

Se, nas várias definições que fomos apresentando, tanto no capítulo anterior, como agora, há aspetos que se assemelham, a pluralidade de definições existentes demonstra, por um lado, a importância desta categoria para a economia da narrativa e, por outro, a sua complexidade, desde logo porque as personagens terão um impacto sociocultural, já que são a “representação de tipos humanos ou grupos sociais particulares determinados pelo género, idade, etnia, etc.” (Eder, 2014: 71). Deste modo, a *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory* sistematiza três abordagens teóricas para estudar a personagem: a semântica, assente na teoria dos mundos possíveis, a comunicacional, assente no “processo de mediação narrativa”, e a cognitiva, tendo por base os modelos mentais dos leitores (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 52-53).

Indo ao encontro do entendimento barthesiano da personagem como um conjunto de semas, a abordagem semântica vê-a como uma criação semiótica, introduzida no mundo possível criado pelo texto (e não existente fora dele), sendo ela quem o torna sustentável (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 53). Às personagens são “atribuídas propriedades humanas: físicas ou externas, actanciais (incluindo comunicativas), sociais e mentais ou internas (cognitivas, emotivas, volitivas e percepcionais)” e é através da coerência dessas características, do carácter único da personagem dentro do texto, das expressões pelas quais é designada e da continuidade temporal que se assegura a sua sustentabilidade, ou seja, não cumprindo estas condições, a personagem corre o risco de ficar reduzida a meras expressões verbais (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 53). Tendo em conta a influência da subjetividade do autor do texto para a criação da personagem (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 55), as teorias comunicacionais interessam-se pelo estudo da caracterização direta e indireta, identificando o tipo de informação mais significativa para essa caracterização:

- (1) Elementos dinâmicos: as ações e comportamentos físicos ou verbais da personagem, o seu conteúdo, maneiras e contexto.
- (2) Elementos estáticos: a aparência da personagem, definição natural ou ambiente construído pelo Homem, assumindo que a contiguidade implica similitude entre físico e mental, servindo o físico como significante para o mental.
- (3) Padrões de composição formais de agrupamento de personagens por meio de similitudes e contrastes,

assumindo que as formas de organização refletem formas de conteúdo” (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 56).

Já em termos cognitivos, os estudos da personagem têm duas variantes: uma relacionada com a caracterização da própria personagem e outra que tem em vista o papel do leitor para a sua construção. No que à personagem *per se* diz respeito, as teorias cognitivas estudam as características mentais que lhe são atribuídas pelo seu criador<sup>18</sup>, no sentido de perceber se ela é classificada como plana ou redonda<sup>19</sup>. Tendo em conta a sua evolução psicológica no decurso da narrativa, as “personagens planas não nos podem surpreender, enquanto as redondas podem” (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 54), considerando que, “no decurso da ação, as personagens podem permanecer inalteradas psicologicamente, até estáticas” (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 54). Se o criador tem um papel fulcral na génese da personagem, não é menos importante o processo de leitura, já que é “em resposta a pistas textuais” (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 54) que os leitores geram mentalmente a entidade a que chamam “personagem”, sendo que

a personagem é vista como um modelo mental de um participante num mundo diegético, construída pelo leitor no decurso da leitura (compreensão textual) na base de uma relação entre os dados daquele texto específico e estruturas de conhecimento geral armazenadas na memória antiga do leitor (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 54).

Na verdade, o reconhecimento do papel do leitor para o sucesso da narrativa não é uma ideia nova. Já Gerald Prince, nos anos ’80, contempla a instância recetora na sua definição de narratividade, dizendo que “a narratividade de um texto depende da medida em que o texto concretiza a expectativa do recetor” (Prince, 1982: 160).

Num momento em que se fala de caracterização e da génese da personagem como processos repartidos entre criador e leitor, parece-nos tempo de esclarecer um conceito a que já várias vezes recorreremos: a figuração. Diferente da caracterização, já que remete para os efeitos

---

<sup>18</sup> Optamos por utilizar o termo “criador”, em vez de autor, tendo já em conta a criação da personagem jornalística, já que, sendo esta inspirada numa pessoa real, o papel do jornalista é criar uma personagem, de acordo com as características da pessoa de quem está a falar. Ao invés, na ficção podemos falar de autoria da personagem, já que esta resulta inteiramente de processos de ficcionalização ditados pela imaginação do autor, embora possa ser fundada num modelo real.

<sup>19</sup> É Forster quem, nos anos ’20 do século XX, cria estas designações para as personagens. As personagens planas são aquelas cuja caracterização não é muito elaborada, sendo, muitas vezes, baseada num único traço: “uma vez caracterizada, ela reincide (por vezes com efeitos cómicos) nos mesmos gestos e comportamentos, enuncia discursos que poucos [sic] variam, repete ‘tiques’ verbais, etc.” (Reis e Lopes, 1990: 314). Pelo contrário, “a personagem redonda reveste-se da complexidade suficiente para constituir uma personalidade bem vincada”, sendo “submetida a uma caracterização relativamente elaborada e não definitiva” (Reis e Lopes, 1990: 315).

cognitivos que a personagem provoca, a figuração é um processo discursivo relacionado com “a instância da gênese da personagem” (Reis, 2015: 26-27) que “não se esgota num lugar específico do texto”, “se vai elaborando e completando ao longo da narrativa” e “não se restringe a uma descrição [...] nem mesmo a uma caracterização” (Reis, 2015: 122):

em termos gerais, o conceito de figuração designa um processo ou um conjunto de processos constitutivos de entidades ficcionais de feição antropomórfica, conduzindo à individualização de personagens em universos específicos, com os quais essas personagens interagem (Reis, 2015: 121-122).

A figuração é, portanto, um processo muito mais abrangente do que a caracterização, relacionado com a construção da personagem<sup>20</sup>, já que é interdisciplinar, tem em conta “subquestões de índole histórico-literária (por exemplo, atinentes à periodização literária), transnarrativas, retóricas, fenomenológicas, cognitivas, etc.” (Reis, 2015: 26) e abrange discursos não literários, de que o jornalismo é exemplo (Reis, 2015: 122).

Assim sendo, para uma personagem ser constituída, várias questões se levantam aos autores/produtores, aos intérpretes e aos próprios teóricos da cultura (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 4): os criadores deverão questionar-se como se constrói a personagem de modo a provocar na audiência certos pensamentos, sentimentos e efeitos desejados; os leitores confrontam-se com o desafio de compreender, interpretar e experienciar as personagens; já aos sociólogos interessa estudar as personagens, pois que as consideram “signos da produção empírica e de processos de receção inseridos nos seus contextos socioculturais em diferentes períodos históricos e (sub)culturas” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 4). A construção da personagem é, assim, um processo partilhado entre várias entidades, que necessita, por isso, da evocação de certos modelos e conhecimentos, que se juntarão à informação textual:

a fonte destes processos de inferência consiste, por um lado, no conhecimento sobre o mundo atual, especialmente o mundo social. Por outro lado, existe um conhecimento mediático e um conhecimento narrativo sobre os mundos ficcionais em geral, e sobre as regras do mundo narrado, em particular (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 14).

---

<sup>20</sup> "Aponta nesse sentido toda a reflexão que diz respeito à construção da personagem, expressão que entendo como abrangente, no tocante ao tema da figuração (cf. Vieira, 2008)." (Reis, 2015: 26)

O processo de figuração necessita, assim, que se convoquem conhecimentos sociais/conhecimentos do mundo e conhecimentos mediáticos/conhecimentos de géneros e convenções literárias (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 14; Herman; Jahn; Ryan, 2008: 55). Nos primeiros estão contemplados esquemas pessoais, protótipos e estereótipos, conhecimento dos padrões de interação social, grupos e papéis, psicologia e sociologia populares, dinâmicas da cognição social, atribuição e interpretação do comportamento, conhecimento das pessoas prototípicas e autoimagem do leitor/espetador/utilizador; os segundos dizem respeito à consciência dos processos de comunicação textual e da ficcionalidade, aos géneros e modos da narrativa, aos tipos de personagens, às funções dramáticas, às convenções estéticas, aos contextos de produção, às referências intertextuais e a personagens populares específicas (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 14). A personagem é, então, segundo Schneider (2001: 608), “um modelo mental que o leitor constrói durante o processo de leitura, através da combinação entre a informação textual e os recursos mentais”.

À combinação de elementos figurativos presentes num mesmo texto com os modelos sociais e mediáticos que determinam a cognição do leitor, pode juntar-se, no processo de construção da personagem, a comparação intertextual, isto é, a “comparação das versões sobre uma mesma personagem em diferentes textos” (Margolin, 2010: 405). Contudo, se na ficção é de questionar se um mesmo indivíduo existe em vários mundos ficcionais ou se existe uma versão original “e as suas contrapartes noutros mundos” (Margolin, 2007: 75), no jornalismo a comparação intertextual é fundamental para se construir uma imagem de determinada pessoa. E, de facto, não é raro encontrarmos nos *media*, sucessivamente, histórias protagonizadas pelas mesmas personagens. Anne Dunn argumenta até que algumas notícias, tal como alguns formatos de ficção, são apresentadas como se de vários episódios se tratasse, embora não haja uma ligação explícita entre elas (Dunn, 2005a: 146). A narrativa funciona, assim, como um *continuum*, ou seja, vai sendo constantemente atualizada com novas informações sobre o facto, acrescentando, conseqüentemente, elementos de caracterização das personagens. Pode também dar-se o caso de, à medida que a narrativa se complexifica, surgirem novas personagens, com o intuito de ajudar à caracterização das personagens principais. A este fenómeno chama José Rebelo de histórias paralelas:

nas histórias paralelas, tenta-se caracterizar positiva ou negativamente a personagem central, através da caracterização positiva ou negativa de personagens colaterais com as quais a central tem evidentes nexos de causalidade. [...] Em vez de se atribuírem tais características a tal sujeito, atribuem-se essas mesmas características a outros sujeitos que, pelas mais diversas circunstâncias,

remetem para o sujeito que se quer efetivamente caracterizar. A caracterização opera-se indiretamente e a eficácia aumenta já que, de algum modo, se transfere para o leitor a responsabilidade pela efetivação das relações produtoras de sentido. É ele que interpreta o não dito (Rebelo, 2000: 106-107).

A título de exemplo, pensemos na figura do político: são inúmeras as peças jornalísticas sobre políticos, logo, cada membro da audiência criará a sua personagem mental de um político, por associação e comparação de versões de uma mesma personagem em várias narrativas, tendo-se a certeza, porque se trata de um modelo factual, de que estamos a falar da mesma pessoa.

Depois do confronto entre diversas definições e perspetivas sobre personagem ficcional, elegemos dois modelos de análise que nos parecem os mais adequados para basear a definição de personagens jornalísticas que pretendemos propor no ponto 2.5. deste estudo, bem como o modelo de análise que iremos apresentar e aplicar na análise do nosso *corpus*: os parâmetros para a avaliação da personagem, propostos por Ofélia Paiva Monteiro<sup>21</sup>, e o “Relógio das Personagens”, de Jens Eder (Eder, 2014).

Reconhecendo a relatividade da pertinência de cada um na avaliação de uma personagem, Ofélia Paiva Monteiro propõe sete parâmetros para a avaliação da personagem: i) a “substancialidade humana”, relacionada com a forma da personagem e com a sua individuação; ii) a “operatividade diegética”, que tem em conta o papel da personagem na construção da ação; iii) a “conetividade da personagem com o espaço/tempo”, o que permitirá transmitir determinados significados socioculturais; iv) “a sua relação com o universo do autor”, manifestada nas características e ideologias que lhe são atribuídas; v) a relação da personagem com outras criadas pelo mesmo autor; vi) “a colocação da personagem em comparação com as criadas por outros artistas” e vii) “o impacto cultural e a sobrevivência da personagem”<sup>22</sup>.

Já Eder (2014: 76 e ss.), entendendo a personagem como sintoma, como artefacto, como símbolo e como ser representado, propõe um modelo de análise a que chama de “Relógio das Personagens”, explorando as várias subcategorias referidas. Como sintoma (i), este modelo propõe a análise das condições de criação da personagem e do seu impacto na audiência: as

---

<sup>21</sup> Modelo proposto por Ofélia Paiva Monteiro num *workshop* do projeto “Figuras da Ficção”, realizado em janeiro de 2015, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, cujo excerto pode ser consultado em <https://figurasdaficcao.wordpress.com/2015/01/23/parametros-para-a-avaliacao-da-personagem/> [última consulta em janeiro de 2016]

<sup>22</sup> Discutiremos a aplicabilidade destes parâmetros à avaliação da personagem jornalística no capítulo 4.

intenções, condicionamentos, obsessões, experiências, estilo e autobiografia, conscientes ou inconscientes, do *produtor*; os *efeitos nos recetores* (“condicionamento, educação, frustração; afirmação; descoberta do mundo; manipulação; aprendizagem; construção de identidade; imitação; (substituto para) ações sociais”) (Eder, 2014: 79) e os *contextos culturais* (“mentalidades, esquemas socioculturais, estereótipos; conexões intertextuais; condições de produção”) (Eder, 2014: 79). Enquanto artefactos (ii), há que analisar “(1) a sua formação por dispositivos mediáticos específicos, (2) a distribuição da informação sobre elas, (3) a sua constelação de propriedades artefactuais e (4) a sua conformidade (ou reprodução) com concepções sobre personagens já existentes” (Eder, 2014: 86), ou seja, esta concepção tem em conta as *especificidades do meio* em que a personagem é representada, a *distribuição textual da informação*, as *propriedades artefactuais* (“realismo, tipificação, complexidade, consistência, transparência, dimensão, dinâmica”) (Eder, 2014: 79) e a *concepção geral* (“convencional, ou independente, realismo, pós-modernismo, etc...”) (Eder, 2014: 79). A terceira aceção – personagem como símbolo (iii) – tem em conta os significados indiretos inferidos pelo leitor, a partir de *tópicos de referência* (“mensagens temáticas; propriedades gerais, problemas, virtudes; ideias; significados latentes; papéis sociais, grupos e tipos; figuras dos mitos, da religião, da realidade”) (Eder, 2014: 79) e *formas* (“suporte temático, metáfora, personificação, exemplificação, etc.”) (Eder, 2014: 79). Por último, Eder propõe a análise da personagem como ser representado (iv), tendo em conta a construção de modelos mentais. Aqui, analisar-se-á a *corporalidade* (“género, idade, tamanho; forma, rosto, postura, cabelo, roupas, acessórios; capacidades”) (Eder, 2014: 79), a *mentalidade* (“vida interior e características de personalidade com referência à percepção, cognição, avaliação, motivação, emoção”) (Eder, 2014: 79), a *sociabilidade* (“pertença a um grupo (ex.: étnico), relações, interações, papéis sociais, distância de papéis, poder, *status*”) (Eder, 2014: 79) e o *comportamento* (“olhar, expressão facial, gestos, proxémica, toque; atos de fala; ações (instrumentais, sociais, etc.) mais extensivas”) (Eder, 2014: 79).

Além destas quatro vertentes de análise, o autor propõe ainda, neste seu modelo, a análise dos *contextos de narração, ação e constelação de personagens*, isto é, a relação das personagens umas com as outras, a *motivação e posição no sistema social*, as *funções dramáticas* – “protagonista, antagonista, adjuvante; causador, alvo, destinatário, tomador de decisões; fornecedor de informação, narrador, focalizador, transportador de significado, objeto em demonstração, causador de emoções, personagens contrastantes e paralelas” (Eder, 2014:

79)<sup>23</sup> – e, por fim, a *posição no sistema de representação* (“personagem principal ou de suporte; significados da representação, grau de tipificação, similitudes e contrastes”) (Eder, 2014: 79).

### 2.3. Personagem *versus* Pessoa

Passámos já por algumas definições de personagem que apontam esta entidade como uma oposição às pessoas do mundo real. Esta dualidade, por sua vez, advém de uma outra, mais abrangente: o confronto entre narrativas factuais, como sejam a História ou o jornalismo, e narrativas ficcionais, de que a literatura é exemplo. No ADN de cada um destes tipos de narrativa estão diferentes compromissos para com a ‘verdade’: se a literatura não deve qualquer obediência à ‘verdade’, assentando precisamente na rotura com o mundo ontológico, o jornalismo tem um pacto para com ela, que o obriga a retratar o mais fielmente possível o mundo real. Para Marie-Laure Ryan, a diferença entre a ficção e a não ficção reside em que, na primeira, o mundo textual é visto como um fim em si mesmo, enquanto na segunda “o mundo textual deve ser avaliado em termos da sua exatidão a respeito do mundo referencial exterior” (Ryan, 2001: 92), isto é, verificamos “uma pretensão da narrativa factual à adequação à verdade, à refiguração do real, enquanto a narrativa ficcional cria o seu próprio referente, o ‘mundo do texto’” (Babo, 1996: 4).

Na senda de Wolfgang Iser, para quem o binómio ficção/realidade não deve ser entendido em termos ontológicos, mas sim em termos comunicacionais – uma vez que, em termos formais, narrativas factuais e ficcionais aplicam os mesmos procedimentos textuais (Iser, 1979: 275-298) – Augusta Babo explicita que:

a narrativa, ao organizar, ordenar, imprimir uma orgânica própria ao acontecimento, institui-se como uma modalidade comunicacional de conferição de sentido ao real em geral. Uma refiguração da realidade, que implica, procedimentos linguístico-narrativos e um distanciamento relativamente ao referente que supostamente ela representa (Babo, 1996: 4).

---

<sup>23</sup> Encontramos nesta terminologia algumas semelhanças com as funções actanciais definidas por Propp, em 1928, e revistas por Greimas, em 1966. Para Propp, as personagens podem desempenhar, numa narrativa, sete tipos de papéis: herói, vilão, doador, adjuvante, expedidor, pessoa procurada e falso herói (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 191). Já Greimas identificou seis tipos de actantes: sujeito, objeto, destinador, destinatário, adjuvante e opositor (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 1).

A clivagem entre os dois mundos reside, então, nas regras comunicacionais estabelecidas entre o emissor e o recetor de uma determinada mensagem<sup>24</sup> (Iser, 1979: 275-298).

A distinção entre pessoa e personagem pode ser feita, segundo Eder, Jannidis e Schneider, segundo três aspetos: “a sua incompletude ontológica, e, conseqüentemente, a diferença entre o conhecimento da audiência sobre as personagens, por um lado, e as pessoas, por outro”, “o simbolismo e a mediação comunicativa das personagens”, que as tornam diferentes das pessoas, já que observamos estas diretamente, e a dependência das personagens em relação ao texto que as cria (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 11). É óbvio que podemos observar diretamente uma figura de que um texto jornalístico nos fale e, que, por isso, ela não deve a sua existência a esse texto. Contudo, ela, a personagem jornalística, não deixa de ser, segundo Marc Lits (2008: 137), um ‘ser de papel’, já que é a única fonte de conhecimento que a maior parte dos membros da audiência tem acerca dessas figuras são as narrativas jornalísticas:

se é pouco discutível que os presidentes Bush ou Sarkozy existem e têm uma vida na realidade, é preciso admitir que a quase totalidade dos telespectadores e leitores de jornais não encontram estas duas pessoas, eminentemente mediatizadas, senão nos discursos de imprensa que os apresentam à atenção da opinião. Elas não conhecem, nem conhecerão jamais senão o que dizem os *media*. E disso constrói-se uma personagem segundo os critérios de verosimilhança, frequentemente sugeridos pelos serviços de comunicação dos homens políticos em questão (Lits, 2008: 144).

Por outro lado, Umberto Eco considera que “não é um paradoxo dizer que conhecemos melhor Julien Sorel<sup>25</sup> do que conhecemos o nosso pai. [...] Julien Sorel é uma obra de invenção e de arte, e a arte escolhe e compõe só *aquilo que conta* para a finalidade daquela ação e do seu desenvolvimento orgânico e verosímil” (Eco, 2015: 195). Partindo, pois, do pressuposto que não conhecemos a maioria das pessoas de quem o jornalismo nos fala, só temos acesso às suas representações mediáticas, podendo conhecer mais acerca de uma figura através da personagem que dela os *media* criam, do que após um fugaz encontro presencial com ela.

Deste modo, porque a personagem jornalística consiste na conversão de uma pessoa numa personagem, pode considerar-se a sua construção um procedimento metaléptico (Reis,

---

<sup>24</sup> Iser assenta a sua reflexão nas condições básicas dos atos de fala, cunhadas por Austin: convenções comuns a emissor e recetor; procedimentos aceites por ambos e disposição de emissor e recetor em tomar parte de um ato de fala (Iser, 1979: 275-298).

<sup>25</sup> Personagem do romance *O Vermelho e o Negro*, de Stendhal.

2015: 130). Na verdade, a narrativa jornalística é baseada naquilo que o jornalista viu ou que alguém lhe contou, construindo-a de modo a sugerir que presenciou o que narrativizou, identificando-se aqui, desde logo, a metalepse (Genette, 2004: 14, 93). Por outro lado, esta figura – originalmente da retórica e, pela mão de Genette, alargada à narrativa – também é identificável no jornalismo pelo facto de se transformar um facto numa narrativa, fazendo com que o facto deixe de existir e passe a existir apenas a narrativa, tal como quando, usando um exemplo do autor, um jornalista crítico de cinema decide, para dar suporte à sua crítica, contar a história do filme, deixando, assim, de existir filme para passar a existir a narrativa da sua ação, ocorrendo, desta forma, uma transformação de níveis de narração (Genette, 2004: 48). Assim, quando se constrói uma personagem, é certo que a pessoa empírica não deixa de existir no mundo ontológico. Contudo, ela passa a ser uma representação narrativa, dentro do mundo diegético criado pelo texto jornalístico, ou seja, dá-se aquilo a que Carlos Reis chama uma “transposição ontológica” (Reis, 2015: 127).

De salientar que muitos dos exemplos que Genette dá, para ilustrar a figura da metalepse, em *Métalepse. De la figure à la fiction* (Genette, 2004), têm a sua essência no facto de se poderem inserir numa narrativa ficcional episódios reais, sem disso se dar conta ao leitor, ou de o leitor poder ler ficção como se de realidade se tratasse, ou o inverso. Contudo, no jornalismo, este equívoco de leitura, em princípio, não se coloca: primeiro, porque o seu compromisso ético-deontológico não lhe permite inventar factos<sup>26</sup>; segundo, porque o pacto implícito com o leitor contempla a ideia de que as narrativas jornalísticas representam factos reais.

Na verdade, e regressando às regras comunicacionais estabelecidas entre emissor e recetor, o papel do pacto implícito com o leitor assume uma importância fulcral no processo de leitura de qualquer narrativa, para que o leitor saiba, à partida, se está perante factos ou ficção. Contudo,

do ponto de vista da estrutura narrativa não nos é possível encontrar uma diversidade estruturante entre as chamadas narrativas ficcionais e as ditas narrativas factuais. Quer dizer que os procedimentos textuais inerentes à ficção, na literatura, são os mesmos, do ponto de vista formal, da narrativa histórica ou jornalística (Babo, 1996: 3).

---

<sup>26</sup> Referimo-nos aqui aos géneros puramente informativos, excluindo-se, desta forma, a crónica que, enquanto género híbrido, permite a transposição de fronteiras.

Segundo Genette (1991: 89) e Eco (1995: 130-131), é nos paratextos que o leitor encontra os índices de referencialidade ou ficcionalidade. O facto de um texto se encontrar num órgão de comunicação social funciona, assim, como indício de se estar perante narrativas factuais, a menos que algum outro paratexto indique o contrário.

Nada impede, portanto, a comunicação social de veicular narrativas ficcionais. Porém, a audiência terá de ser disso informada, sob pena de se causarem efeitos indesejados, já que o jornalismo exerce, como temos vindo a demonstrar, um papel social relevante. Recordemos, a título de exemplo, dois casos célebres de metalepse no jornalismo, em que o compromisso com o público foi rompido, inserindo-se ficção em espaço normalmente dedicado a narrativas factuais. Um deles, muito célebre a nível mundial, ocorreu nos Estados Unidos da América, em 1938: *A guerra dos mundos*, de Orson Welles, em que se usa a rádio, na altura um meio em tempos áureos, para se dar conta de uma invasão de marcianos em Nova Iorque. Na verdade, o locutor advertiu, inicialmente, que o espaço que se seguia se tratava de ficção. Contudo, pela natureza deste *medium*, sabemos que é possível um ouvinte começar a escutar a meio da emissão, não tendo, por isso, acedido à informação inicial. Além disso, muitas foram as estratégias de veridicção<sup>27</sup> utilizadas por Orson Welles na sua transmissão: desde a formulação do texto, como se de um noticiário se tratasse, à introdução de entrevistas, à própria interrupção da emissão normal para transmitir esta narrativa (Meditsch, 2008). Outro caso, mais antigo e sobejamente conhecido em Portugal, é a publicação, em várias ‘cartas’, do *Mistério da Estrada de Sintra*, de Eça de Queirós e Ramalho Ortigão, no *Diário de Notícias*, em 1870. Aqui, além de não se ter informado o leitor de que aquelas cartas, que davam conta de um crime ocorrido na estrada de Sintra, supostamente enviadas por um leitor anónimo, não eram narrativas factuais, os paratextos foram ainda construídos de forma a credibilizar o relato: as cartas eram acompanhadas de notas da redação, no espaço do noticiário, da responsabilidade do diretor do jornal (Peixinho, 2010: 405-409) e, antes de ser publicada a primeira carta,

a 23 de julho de 1870, publicava o *Diário de Notícias*, na sua primeira página, uma notícia de última hora, em que acusava a receção de uma carta anónima sobre um mistério ocorrido na

---

<sup>27</sup> Por veridicção entende-se, com Greimas e Courtès: “uma crença verdadeira deve instalar-se nos extremos do canal de comunicação e a este equilíbrio mais ou menos estável, a este entendimento tácito de dois cúmplices mais ou menos conscientes, denominamos contrato de veridicção ou contrato enunciativo” (Greimas e Courtès, 1982: 432-434). E, mais à frente acrescentam: “O enunciador já não é considerado produtor de discursos verdadeiros, mas sim de discursos que produzem um efeito de sentido de ‘verdade’: deste ponto de vista, a produção da verdade corresponde ao exercício de um fazer cognoscitivo particular, o *fazer parecer verdade*, que pode ser denominado, sem qualquer matiz pejorativa, fazer persuasivo” (Greimas e Courtès, 1982: 433).

estrada de Sintra, prometendo a sua publicação no dia seguinte, no espaço do folhetim” (Peixinho, 2010: 395).

Se não é possível saber-se os efeitos do *Mistério da Estrada de Sintra* nos recetores (Peixinho, 2010: 402), o mesmo não se pode dizer de *A guerra dos mundos*, que se sabe ter causado o pânico em Nova Iorque, pelo número de telefonemas que foram feitos às autoridades<sup>28</sup>.

Estes dois exemplos ilustram bem a necessidade de se demarcar à partida o carácter factual ou ficcional de uma narrativa, o que se revela também importante para a interpretação das personagens. Caso não haja indicação de que estamos perante ficção, ninguém interpretará a personagem jornalística como se de uma entidade ficcional se tratasse. Devemos, porém, ter em conta que estamos perante uma construção que reduz a pessoa do mundo ontológico a uma personagem, caracterizada de forma incompleta. A personagem jornalística é, então, no nosso entender, produto de um procedimento metaléptico.

#### **2.4. Tipificação e retrato**

Se “a narrativa jornalística [se inscreve] no âmbito mais alargado da ‘narrativa factual’” (Mesquita, 2004: 130), as personagens nela construídas têm, como toda a narrativa, um dever de referencialidade, ou seja, um compromisso com a ‘verdade’. Ao falar sobre personagens ficcionais, Umberto Eco diz que “qualquer representação ou juízo tem de corresponder a um objeto, ainda que esse objeto não tenha necessariamente de ser um objeto existente. Um objeto é qualquer coisa à qual foram atribuídas certas propriedades, mas a existência não é uma propriedade indispensável” (Eco, 2012: 59-60). Porém, ao contrário do que acontece na ficção, a existência – presente ou passada – é propriedade intrínseca da personagem jornalística:

se na perspetiva do romancista ou do novelista é indiferente ou irrelevante a questão da correspondência entre a personalidade e a personagem, para o jornalista esse elo é fundamental. A personagem jornalística ‘representa’ idealmente um ser humano, identificado, com ‘existência real’ (Mesquita, 2004: 134).

---

<sup>28</sup> Este episódio foi importante para se estudarem os efeitos da comunicação de massas nos recetores. A este respeito confrontar o chamado “Estudo de Cantril” (Cantril, 1986).

Esta entidade, embora seja produto de uma construção discursiva, almeja criar da pessoa real um retrato, salientando apenas os traços que servem os objetivos do jornalista, ao criar determinada notícia ou reportagem. Tal como o retrato visual de uma pessoa apenas captará uma determinada expressão sua, também o retrato jornalístico fixará um conjunto restrito de características. A esse propósito, Mário Mesquita salienta que o jornalista “possui autonomia de escolha entre os elementos que lhe são propostos pelo ‘real’ e na respetiva elaboração” (Mesquita, 2004: 135), sendo que da pessoa retratada “apenas conhecemos a personagem que os *media* nos devolvem” (Mesquita, 2004: 133).

Se do cruzamento intertextual das várias personagens criadas com base numa mesma pessoa em várias narrativas jornalísticas poderá resultar uma personagem complexa, a personagem construída em cada narrativa individual sofre de simplificação e superficialidade na sua caracterização. Isto acontece, a nosso ver, pelo facto de a cultura dos jornalistas não reconhecer o potencial desta categoria narrativa, além da sua dimensão funcionalista. Além disso, nos meios tradicionais, os constrangimentos de espaço e de tempo condicionam as possibilidades de contextualização e, conseqüentemente, uma caracterização mais completa da personagem. Por último, as próprias condições socioeconómicas das atuais redações, que têm cada vez menos jornalistas a fazer mais trabalho, levam a que não haja lugar para dedicar o tempo necessário à criação de personagens mais complexas.

Embora Casadei considere que as “narrativas jornalísticas colocam em tensão a ficcionalidade (construção da personagem) e a pretensão realista” (Casadei, 2010: 77), a construção de personagens no jornalismo é um processo fulcral, já que elas desempenham funções cognitivas bastante relevantes. Recorrendo novamente ao caso das personagens ficcionais, considerando que “elas são dispositivos na comunicação de significados e servem propósitos para além do mundo ficcional” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 45), Eder, Jannidis e Schneider atribuem-lhes quatro funções: i) suporte do mundo ficcional e dos seus eventos (personagem como ser ficcional), ii) estratégias dramáticas e estéticas (personagem como artefacto), iii) construção de temas e redes de significação (personagem como símbolo) e iv) a contextualização da realidade de produção e receção (personagem como sintoma) (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 45). Deste modo, uma vez que o jornalismo também pretende construir uma narrativa coerente, que comunique temas e significados de forma contextualizada, encontramos na personagem a estratégia fundamental para ancorar esses objetivos. Além disso, os três autores identificam na personagem as finalidades de “estabelecer conexões com a realidade e a vida da audiência” e “condensar contextos complexos e torná-los tangíveis” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 46). Ora, parece-nos que o jornalismo também

ambiciona criar narrativas dos factos que sejam perceptíveis para a audiência, já que, de outro modo, o trabalho jornalístico não faria sentido. Os relatos devem, pois, ser pensados, num primeiro momento<sup>29</sup>, para um público geral, que comportará pessoas de vários níveis socioculturais, pelo que será desejável que todos compreendam a essência do que se quer comunicar. Para tal, deverá fazer-se com que as pessoas se identifiquem com a narrativa, sendo a humanização dos relatos, através das personagens, uma das estratégias de identificação<sup>30</sup>, tornando tangível a realidade construída pelos textos. Deste modo, parece-nos que o jornalismo comunga com as próprias personagens dos objetivos supracitados.

Então, se a personagem serve funções que poderão ser de extrema utilidade ao trabalho jornalístico, qual a renitência em aplicar o conceito? Vimos já que um dos problemas é a colagem do termo à ficcionalidade. Todavia, de acordo com Augusto Paim, outra dificuldade reside na descrição sumária das fontes jornalísticas, em confronto com a complexidade das personagens ficcionais: “no texto jornalístico tradicional, uma fonte é apresentada através de informações sumárias: seu nome, sua idade e sua profissão (ou cargo que ocupa). Já uma personagem literária costuma ser apresentada ao leitor com muito mais complexidade” (Paim, 2014: 352). Ora, este argumento não nos parece plausível, tendo em conta que a complexidade de construção de uma personagem, seja na ficção, seja no jornalismo, depende dos objetivos do autor ao inseri-la no texto. Assim, no jornalismo, uma personagem “tem o objetivo preciso e finito de trazer uma informação nova ou de confirmar, via recurso à autoridade, algo já referido no texto” (Paim, 2014: 352), tendo “capacidade de concretização e de exemplificação, insuflando nos textos vida, e, simultaneamente, caucionando a realidade transportada pela narrativa” (Peixinho, 2014: 338).

É, pois, verdade que as narrativas jornalísticas podem investir seriamente na figuração de personagens. Contudo, a sua tendência é a criação de personagens planas: “a personagem jornalística traduz-se, em geral, numa ‘mimésis rudimentar’, que facilita os ‘efeitos de identificação’ na medida em que reduz a complexidade dos seres retratados” (Mesquita, 2004: 126). Indo, até, mais longe, diríamos que muitas das personagens jornalísticas “funcionam como personagens-tipo, no sentido em que dão corpo a histórias modelares, típicas de uma faixa

---

<sup>29</sup> Como veremos adiante, o jornalismo digital, através da possibilidade de uso de hiperligações, permite que se introduza informação mais aprofundada, para públicos mais cultos e/ou especializados. Contudo, em primeira instância, o jornalista terá sempre de pensar a construção de um nível básico de informação destinado à compreensão geral.

<sup>30</sup> Desenvolveremos a questão da identificação do leitor com as personagens no capítulo 3, já que essa identificação poderá ser potenciada no ambiente digital.

da população [...]. São criadas para veicular determinada ideia e ilustrar um determinado tema” (Peixinho, 2014: 339-340).

Associamos, muitas vezes, a tipicidade a personagens a quem são atribuídos poucos traços de caracterização e que, no decurso da história, não apresentam evolução. Contudo, Eder, Jannidis e Schneider chamam a atenção para essas falsas aceções (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 38-40), indo Umberto Eco mais longe, ao afirmar que “o personagem para ser típico não tem de ser a representação de uma média estatística, mas deve ser antes de mais um indivíduo bem concretizado” (Eco, 2015: 188-189), no qual o leitor reconhece ou projeta grupos sociais (Eco, 2015: 189-190). Ora, o que acontece no jornalismo é que “o tipo, apresentando-se embora como figura individualizada (com nome próprio, para nos entendermos), não perde contacto com um coletivo em que se insere e com dominantes sociais e psicológicas desse coletivo” (Reis, 2015: 105). Na verdade, tendo em conta a visão de Patrick Hogan (2010: 141-143) sobre as funções prototípicas da personagem, consideramos que a personagem jornalística, não raro, é figurada mediante um protótipo, isto é, na maioria das peças sobre um mesmo tema, vamos encontrar o mesmo tipo de personagens (por exemplo, em peças sobre o desemprego, as personagens serão desempregados, autoridades com funções ligadas ao emprego, patrões; em peças sobre educação, as personagens poderão ser professores, alunos, sindicalistas e, mais uma vez, autoridades, etc....).

Entendemos, assim, o conceito de protótipo como um esquema mental que o jornalista vai interiorizando, à medida que adquire prática profissional, e convoca involuntariamente quando constrói narrativas. O mesmo é dizer que os jornalistas, inspirados até pelas narrativas dos seus pares, criam sempre personagens que, servindo o tema da sua peça, reproduzem modelos já existentes. Além disso, essas personagens acabam por desempenhar sempre funções semelhantes, o que vai ao encontro das ideias de Greimas e Propp. Ao analisar cem contos de fadas russos, em 1928, Propp chegou à conclusão de que “todos os contos de fadas partilham uma única estrutura” (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 191), em que as personagens desempenham as mesmas funções: herói, vilão, doador, adjuvante, expedidor, pessoa procurada e falso herói (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 191). Já Greimas reformulou esta conceção, “recharacterizando as ‘esferas de ação’ de Propp como actantes” e considerando que “todos os atores narrativos podem ser reduzidos” a seis categorias: sujeito, objeto, destinador, destinatário, adjuvante e opositor (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 1). Em suma, tanto Propp como Greimas reconhecem o carácter repetitivo das personagens nas narrativas, ou seja, a narrativa muda, mas as personagens desempenharão funções semelhantes.

Esta semelhança poderá ser observada de forma mais profunda se se recorrer à análise do discurso. Van Dijk, em texto sobre o poder mediático, observa que

políticos de destaque, gestores, professores ou outros profissionais podem ter acesso mais ou menos controlado a muitas formas diferentes de texto e de fala [...]. Os jornalistas procurarão entrevistá-los, perguntar a sua opinião e introduzi-los assim como atores maiores das notícias ou falantes dos relatos noticiosos (van Dijk, 2005: 76),

o que confirma a nossa tese de que, nas narrativas jornalísticas, acabamos por encontrar personagens utilizadas mais numa lógica funcional e rudimentar.

É chegado o momento de fixarmos a nossa proposta de definição da personagem jornalística, tendo em consideração todos os contributos teóricos atrás descritos. Pode dizer-se que a personagem jornalística é qualquer figura – individual ou coletiva – constante de uma narrativa jornalística, ao serviço de objetivos informativos e comunicacionais, construída de acordo com uma seleção de características de uma pessoa com existência empírica. Essa seleção decorre de critérios deontológicos, estilísticos e discursivos, característicos da comunicação jornalística, nomeadamente: a necessidade de proporcionar à audiência uma compreensão fácil da informação, a linha editorial do órgão de comunicação, a relação com as fontes e os acordos que se faz com elas, o tempo de que o jornalista dispõe para a construção da peça e o espaço que tem disponível para a publicar. Dessa seleção, resultará: i) uma construção discursiva marcadamente simplificada, redutora, funcionalista e simbólica; ii) e uma imagem mental, construída pelo leitor, com base naquilo que os *media* de informação dizem sobre as suas figuras, nascendo, dessa forma, a personagem. Esta entidade funciona, portanto, como representante de determinada realidade<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> Proposta baseada nas definições de Eder, Jannidis e Schneider (2010), Jannidis (2009) e Margolin (2007).

## Capítulo 3: Personagem em reportagens digitais

### 3.1. A reportagem como grande gênero narrativo do jornalismo

O jornalismo é parte intrínseca da vida quotidiana das sociedades: raro será o dia em que a maior parte dos cidadãos comuns não integrem nos seus discursos informação recolhida nos *media*. Deste modo, arriscamo-nos a afirmar que o termo reportagem integra o vocabulário da maior parte dos indivíduos socializados. Contudo, de que se fala quando se fala de reportagem?

Jacinto Godinho, numa investigação sobre *As origens da Reportagem* (Godinho, 2009), interroga-se sobre a aceção de um termo que é utilizado e aplicado diariamente nas rotinas jornalísticas, sem, contudo, “nenhum manual ou livro de estilo [elucidar] claramente o que tem de específico a reportagem para oferecer em relação a outros géneros” (Godinho, 2009: 10).

Quase unanimemente considerada o gênero nobre do jornalismo, a reportagem distingue-se da notícia, em primeiro lugar, por ser um gênero mais extenso e aprofundado. Daí decorrem outras características, cunhadas, por exemplo, nas definições de João de Deus Corrêa ou Nilson Lage (*apud* Pena, 2005: 75-76): a “reportagem é um relato jornalístico temático, focal, envolvente e de interesse atual, que aprofunda a investigação sobre fatos e seus agentes” e é “a exposição que combina interesse do assunto com o maior número possível de dados, formando um todo compreensível e abrangente”. Para Jacinto Godinho, “a reportagem é, portanto, uma das formas que a era moderna tem de perguntar pelo ser, agrupando, em formatos concretos, predefinidos, as respostas obtidas e tornando assim concreta a atualidade” (Godinho, 2009: 17), ou seja, o questionamento está na base deste gênero jornalístico que mais não será do que a resposta a uma pergunta de partida. No entanto, se todo o jornalismo é uma construção discursiva, aqui não será diferente:

a reportagem não pergunta por todas as coisas. Existem coisas [...] na vida moderna que são reportadas. Acima dissemos que seriam alguns fenómenos ou acontecimentos filtrados pela “peneira” da própria reportagem. Fenómenos e acontecimentos remetem-nos para um tempo específico. São coisas que acontecem num tempo particular e que, por serem fenómenos, ou seja, por terem a particularidade de aparecerem, de conseguirem evidenciar-se no seu aparecer, ganham a curiosidade de serem perguntados” (Godinho, 2009: 17).

Assim, ao contrário da notícia, que se limitará a responder às questões Quem?, O Quê?, Quando?, Onde?, Como? e Porquê?, a reportagem vai mais longe, oferecendo ângulos de abordagem diferenciados e apostando numa contextualização mais elaborada, além de gozar de uma liberdade muito maior aos níveis temático – ao contrário da notícia, a reportagem não tem de se cingir à novidade – e estilístico. Deste modo, o debate sobre este género centrou-se muitas vezes, ao longo dos tempos, em saber se a reportagem se inseriria no domínio do jornalismo ou da literatura<sup>32</sup> (Godinho, 2009: 56-59; 107-110).

Nos anos '70 do século XX, surge um movimento que demonstra claramente a porosidade dessa fronteira: o Novo Jornalismo, que surge como resposta ao que os repórteres norte-americanos “consideravam ser o divórcio dos leitores em relação ao jornalismo” (Peixinho, 2012: 176). Nessa década, Tom Wolfe (1977) ensaia uma sistematização teórica sobre o movimento, em que aborda as suas vantagens – a mais importante, na nossa opinião, seria o envolvimento emotivo e intelectual do leitor – e as técnicas e procedimentos, herdadas do romance e do conto, que permitiriam conferir força ao relato realista e, dessa forma, “oferecer uma descrição objetiva completa” (Wolfe, 1977: 14 ss.).

Wolfe adianta, assim, aqueles que são, para ele, os quatro grandes procedimentos da corrente: i) a “construção cena-a-cena”, ou seja, a história seria contada, não recorrendo à narração histórica, mas sim à narração momento a momento; ii) o registo do diálogo na sua totalidade, de forma a conferir realismo à narrativa; iii) a inserção dos pontos de vista do jornalista através da criação de uma personagem, para que, assim, pudesse falar na terceira pessoa, registando “a realidade emotiva da cena tal como ele a experimentou”; iv) o registo do modo de vida das pessoas, através de alguns detalhes do contexto – “gestos quotidianos, hábitos, modos, costumes, estilos de mobiliário, de vestir, [...] modos de comportamento [...] e outros modos simbólicos que possam existir no interior de uma cena”. Estas técnicas, segundo o autor, permitiriam “escrever artigos muito fiéis à realidade”, além de tornarem “a forma de recolher o material [...] muito mais ambiciosa”, já que este momento de produção se afiguraria como “mais intens[o], mais detalhad[o]” (Wolfe, 1977: 14-29).

Mediante estes princípios, que terão originado peças jornalísticas ímpares, de que o romance *A Sangue Frio* de Truman Capote ou o perfil de Frank Sinatra – *Sinatra has a cold* – de Gay Talese são expoentes máximos, o novo jornalismo reinventa um modo de reportar muito diferente daquele que a imprensa norte-americana advogava desde o princípio do século. Esse

---

<sup>32</sup> Para este cruzamento de fronteiras contribui também o facto de, até ao primeiro quartel do século XX, as redações dos jornais serem constituídas maioritariamente pelos chamados “homens de letras”, isto é, as reportagens eram escritas por escritores (Camponez, 2009: 120).

modo novo passava sobretudo pela utilização de técnicas narrativas, muitas delas oriundas da literatura realista e naturalista do século XIX ou do Realismo Socialista de inícios do Século XX<sup>33</sup>.

Foi precisamente esta intimidade com algumas técnicas romanescas, a par com o grande sucesso que estas reportagens tiveram junto do público, que tornaram os autores deste movimento alvo de críticas várias: de um lado, os romancistas que os acusavam de abastardar a arte literária; de outro lado, os colegas de profissão que os acusavam de porem em causa critérios sagrados do jornalismo: a factualidade, a objetividade e a verdade. A leitura do texto doutrinário de Tom Wolfe acima citado salienta algumas destas críticas.

Sobretudo as críticas dos jornalistas eram perfeitamente aceitáveis: afinal, estes repórteres contrariavam o caminho que a profissão havia feito, desde que, no início do século, se havia separado do campo da literatura. A transformação do jornalismo empreendida na transição do século XIX para o século XX marca também a preocupação em organizar a informação, nomeadamente no que à linguagem diz respeito, de acordo com os pressupostos da objetividade, sendo também por isso que se separa o campo literário do campo profissional do jornalismo (Camponez, 2009: 322).

Ora, aquilo que se propunha neste movimento era uma nova forma de encarar a construção da narrativa e um modo diferente de perceber a objetividade. Mais do que o olhar neutral, aquilo que se valoriza é a soma de subjetividades – do narrador, das personagens e dos leitores – pois, para estes jornalistas, a complexidade da realidade exigia ser contada de um modo pluridiscursivo e multifacetado (Hollowel, 1977; 1981). Apesar de tudo, atualmente, há autores que recusam o epíteto de jornalismo literário, precisamente por ele poder induzir em erro. Um erro, neste caso, muito grave no jornalismo: o de confundir a ficção com o facto. Assim, autores como Mark Kramer preferem usar a fórmula de jornalismo narrativo (Kramer, 2010), para evitar confundir-se com a literatura. Este jornalismo narrativo, em parte herdeiro desse Novo Jornalismo, defende

a reutilização do potencial narrativo dos textos, a exploração de diversas ferramentas narrativas, a fim de restituir aos jornais a sua função primordial: contar histórias, com espessura, que

---

<sup>33</sup> Na verdade, o cruzamento entre jornalismo e literatura que o Novo Jornalismo veio concretizar, na segunda metade do século XX, não é uma ideia nova, já que, no século XIX, os “grandes nomes da nossa Literatura (...) estão irremediavelmente ligados à imprensa do seu tempo” (Peixinho, 2013: 238). No entanto, a novidade deste movimento reside sobretudo em uma tentativa de criar novas dinâmicas e rotinas de reportagem, no âmbito de um contexto já bastante profissionalizado, o que não sucedia no século anterior.

impliquem o envolvimento do leitor, que problematizem o real, traduzindo-o em toda a sua complexidade (Peixinho, 2012: 180).

Assim, não querendo nós tomar partido na defesa de quaisquer movimentos, tendemos a concordar com Ana Teresa Peixinho quando diz que

o importante papel que a imprensa teve ao longo do século XIX pode ser parcialmente recuperado, o que passa, naturalmente, não só por uma revisão do papel dos jornais, mas também por uma abertura destes a novos agentes, e a uma revisão do papel da escrita e da narrativa na construção dos acontecimentos (Peixinho, 2012: 176).

Se a utilização de todo o potencial do modo narrativo, nomeadamente a adoção de algumas técnicas literárias, já por si, poderá representar melhorias para a reportagem, se se aproveitar ainda o potencial da *web*, dar-se-á ao público uma experiência de leitura/utilização que poderá ter vantagens para o seu conhecimento do mundo. Lembra Marie-Laure Ryan que “para o narratologista, a importância da tecnologia reside na sua capacidade de melhorar ou modificar o poder expressivo de *media* puramente semióticos” (Ryan, 2009: 269).

O século XXI poderá, então, representar, para os jornalistas e para o próprio público, uma viragem muito mais significativa do que aquela que foi protagonizada no século XX pelos repórteres norte-americanos do Novo Jornalismo. De facto, hoje em dia, jornalistas e repórteres têm ao seu dispor técnicas e ferramentas que poderão representar uma verdadeira revolução na forma como as narrativas são construídas. Prova disso são os estudos que têm surgido em torno do *storytelling* digital: “o que é o *storytelling* digital? Simplesmente, contar histórias com tecnologias digitais. Histórias digitais são narrativas construídas com o material da cibercultura” (Alexander, 2011: 3). No entanto, Marc Lits sublinha que, se o *storytelling* se constitui como o “regresso da narrativa, se é que esta tenha alguma vez desaparecido” (Lits, 2015: 21), o facto de ela ser construída integrando diferentes modos semióticos o faz demarcar-se da literatura (tradicional) e mesmo do Novo Jornalismo (Lits, 2015: 24).

Deste modo, o *storytelling* pode ser entendido como uma oportunidade para a tal recuperação do papel central que a imprensa representava no século XIX de que falava Ana Teresa Peixinho, já que, aplicando-se tanto a textos ficcionais, como a não-ficcionais, reconhece o potencial da narrativa para a sua construção:

o *storytelling* constitui uma técnica para narrar factos como se fossem histórias. Ao enfatizar a narração e descrição, há um esforço de recriar cenas e personagens, tarefa estética de despertar sensações no consumidor de notícia, seja ela impressa ou audiovisual, para que ele se identifique com o relato e goste do texto jornalístico como apreciaria um texto mais elaborado, propriamente literário ou poético” (Cunha e Mantello, 2014: 58).

Além disso, num contexto sociocultural completamente distinto do que se registava no século XIX, e mesmo no século XX, em que o público tem um acesso plural a fontes de informação, é de registar o facto de os teóricos do *storytelling* terem em conta o papel da audiência na eficácia comunicativa de uma narrativa:

uma história é uma sequência de conteúdo, ancorada num problema, que envolve a audiência com emoção e significado. [...] a audiência é uma componente crucial da definição, simplesmente porque o que faz uma história para um grupo pode falhar completamente para outro (Alexander, 2011: 13).

No que ao jornalismo diz respeito, Nelson Zagalo constata que este “tem transformado a sua forma de estar para acompanhar este interesse no contar de histórias, procurando assumir cada vez mais um discurso narrativo e menos mero descritivo” (Zagalo, 2014: 7). Desse modo, ao apelar ao sentimentos e emoções do leitor, escolher ângulos de análise aprofundados e diferenciados (Cunha e Mantello, 2014: 59-65) e ao investir na figuração de personagens (Alexander, 2011: 12), o jornalismo encontra nas técnicas do *storytelling* uma forma de diferenciar as suas narrativas:

no lugar de noticiar o que todos os veículos já noticiaram, são escolhidos ângulos desenvolvidos sobre história de personagens. [...] A técnica do *storytelling* aproxima-se da literatura por utilizar alguns de seus recursos, mais especificamente da narrativa, valorizando ambiente e personagens, por exemplo (Cunha e Mantello, 2014: 65).

Veremos, então, agora, o potencial da *web* para a construção de narrativas, explorando as características que sumariamente enunciámos no capítulo 1, para, adiante, refletir sobre se estaremos perante novas narrativas ou se, pelo contrário, o que se verifica é a reciclagem de velhos formatos.

### 3.2. Narrativas digitais

Muito se tem escrito sobre a relação entre narrativa e *internet*. À medida que a tecnologia avança, tenta-se, no jornalismo principalmente, encontrar o modelo ideal para conjugar meio e mensagem, forma e conteúdo. É agora, talvez, o tempo em que a célebre frase de Marshall MacLuhan, “o meio é a mensagem”, faz mais sentido. A este propósito, sublinham Ryan e Thön (2014: 2):

a explosão de novos tipos de media no século XX e o seu papel crescente na nossa vida quotidiana levaram a um forte sentido de que “entender os *media*” (McLuhan) é a chave para entender as dinâmicas da cultura e da sociedade.

O que hoje acontece é que o criador de narrativas tem ao seu dispor um meio que lhe permite cruzar diversos modos semióticos no mesmo trabalho, o que faz com que a estrutura tradicional das narrativas do jornalismo se altere. Um exemplo disso mesmo é a anunciada transformação da tradicional técnica da pirâmide invertida (Canavilhas, 2006a: 1). Em 2006, João Canavilhas publica um estudo em que vaticina o fim desta técnica de redação noticiosa, em virtude, principalmente, da dinâmica hipertextual da *web*. Segundo o autor, “usar a técnica da pirâmide invertida na *web* é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação” (Canavilhas, 2006<sup>a</sup>: 7), pelo que propõe uma outra técnica – a da pirâmide deitada – em que a narrativa será organizada em quatro níveis, fazendo uso de hiperligações. No entanto, o próprio Canavilhas chegou recentemente à conclusão de que os utilizadores de narrativas digitais preferem a integração de conteúdos à dispersão que preconizou no modelo da pirâmide deitada (Canavilhas, 2014). Na verdade, parece-nos que o digital, em termos de estruturação, não representa, num primeiro nível, uma alteração assim tão significativa à superestrutura da notícia: o título e os primeiros parágrafos tendem a manter as informações do *lead* tradicional, o que, na verdade, vemos com bons olhos, já que, com a voracidade do consumo de conteúdos *online*<sup>34</sup>, são essas muitas vezes as únicas informações que os utilizadores leem. Portanto, a nosso ver, a grande transformação das narrativas operada pelo digital dá-se ao nível da forma, isto é, dos meios utilizados para a criar. Segundo Pavlik, são várias as potencialidades que a *internet* veio oferecer às narrativas mediáticas:

---

<sup>34</sup> Pense-se, por exemplo, na atenção que damos ao *feed* de notícias do *Facebook*: passamos muito tempo a fazer *scroll*, mas, muitas vezes, não estamos a assimilar a informação, nem temos o cuidado de abrir ligações para ler.

a Internet não só abraça todas as capacidades dos media mais antigos (texto, imagens, gráficos, animação, áudio, vídeo, distribuição em tempo real) mas também oferece um amplo espectro de novas capacidades, incluindo a interatividade, o acesso *on-demand*, o controlo do utilizador e a customização (Pavlik, 2001: 3).

Contudo, estudos recentes demonstram que o texto continua a ser a modalidade predominante nas narrativas jornalísticas digitais. Se, em 2006, João Canavilhas explicava este fator pela baixa velocidade das ligações à *internet* (Canavilhas, 2006a: 3), em 2014 o autor apontava já razões de três ordens para justificar o primado do texto: i) históricas: "o primado do texto está relacionado com a sua umbilical ligação à imprensa escrita"; ii) técnicas: "o texto foi sempre a melhor opção por se tratar de um conteúdo menos exigente em termos de velocidades de acesso"; iii) económicas: disparidades no acesso à *internet* em termos mundiais (recetores) e falta de recursos humanos e de material (produtores) (Canavilhas, 2014a: 3-4)<sup>35</sup>.

Na verdade, não é só em termos semióticos que as várias modalidades apresentam diferenças. Em termos de produção e receção, há que ter em conta alguns aspetos, na hora de escolher o suporte, já que, segundo Bryan Alexander,

o texto e as imagens ocupam menos espaço, são mais fáceis de criar e editar, e são mais rápidos de fazer *upload* do que outros tipos de media digitais. O áudio e o vídeo são mais exigentes em termos de complexidade, tamanho da memória e requisitos de *hardware* e *software*. Eles envolvem também diferentes práticas de *storytelling* (Alexander, 2011: 77).

Nesta senda, Pavlik observa também que "os únicos limites da Internet como meio jornalístico são a largura de banda, a conectividade e a credibilidade do conteúdo" (Pavlik, 2001: 4), já que, em termos espaciais, ela representa uma libertação do jornalismo dos constrangimentos que os meios tradicionais lhe impunham: o tempo, na rádio e na televisão, e o espaço, na imprensa. Esta é, no nosso entender, uma das principais vantagens do jornalismo digital, já que, como observa Canavilhas:

em lugar de uma notícia fechada entre as quatro margens de uma página, o jornalista pode oferecer novos horizontes imediatos de leitura através de ligações entre pequenos textos e outros elementos multimédia organizados em camadas de informação (Canavilhas, 2006a: 7).

---

<sup>35</sup> Era nosso intuito recolher dados estatísticos sobre o acesso à *internet* em Portugal, na última década, nomeadamente sobre largura de banda, tipos de conteúdos acedidos e dispositivos a partir dos quais se faz o acesso. Contudo, nem os dois principais portais estatísticos – Instituto Nacional de Estatística e PORDATA – nem o Observatório de Comunicação (OBERCOM) dispõem desses dados.

O jornalismo digital pode, então, demarcar-se do tradicional, desde logo, pelas propriedades do ambiente em que é desenvolvido. Importa aqui referir que a transição da primeira para a segunda geração de *web* representou uma evolução bastante significativa no canal que se veio a refletir, depois, nos conteúdos:

a maior diferença entre a *Web 2.0* e a sua antecessora *Web 1.0* é o nível de interação entre os utilizadores. Até ao final dos anos 1990 a Web era estática, ou ‘só de leitura’. A *Web 2.0* pode talvez ser caracterizada como a Web ‘ler-escrever’; criar e carregar conteúdo é agora muito mais fácil e não requer horas de codificação manual em linguagem hipertextual (Hirst, 2011: 6).

Assim, segundo Marie-Laure Ryan, são sete as características dos *media* eletrónicos: i) “mobilidade do texto”: o texto vai até ao leitor e não o contrário; ii) “habilidades caleidoscópicas”, ou seja, a capacidade de o computador produzir, com os mesmos elementos, múltiplas combinações/organizações; iii) “natureza algorítmica ou processual”: o texto eletrónico funciona como o produto de um sistema semiótico de dois níveis, em que os signos regulam o fluxo das palavras e determinam a sua aparência, enquanto a autoria processual significa escrever as regras pelas quais o texto aparece; iv) “hipermediatez”, isto é, a capacidade de combinar texto, som e imagem, que faz com que a tecnologia possa concretizar o sonho da linguagem total (Ryan, 2001: 215); v) “estrutura interrupta”, representando a subversão do protocolo da linearidade, já que, ao escolher abrir um *link*, o leitor está a interromper a narração; vi) “dispositivo animado e dinâmico”, que concretiza o potencial expressivo do aspeto visual da linguagem; vii) “exploração da temporalidade”, já que, apelando à ação rápida, os *media* eletrónicos introduzem a comunicação em tempo real entre o leitor e o escritor (Ryan, 2001: 214-217).

Estamos, então, perante um meio que, ao permitir o uso de diferentes artefactos para a construção de narrativas, origina “uma nova forma de contar histórias” (Sousa, 2014: 86), em que, segundo Marc Lits, a narrativa se “co-constrói por acumulação de fragmentos narrativos que se agregam pouco a pouco. A identidade narrativa partilha-se, sempre flutuante, não fechada, sempre síncrona”, ou seja, “deixa de haver unidade temática e narrativa fechada” e passa a verificar-se “uma circulação concomitante de narrativas múltiplas, produzidas por enunciadores diferentes que se vão trocando e se interpenetram” (Lits, 2015: 19). Assim, segundo o autor, as narrativas na *internet* são caracterizadas pela reiteração, ou seja, “a mesma informação surge em vários canais”; pela heterogeneidade, já que são constituídas por

“fragmentos de informação diversos não coordenados”; pela rutura temática (“passagem de um tema para outro”) e pela telescopagem, ou seja, o “agrupamento [...] de acontecimentos sem relação entre eles” (Lits, 2015: 19).

Uma vez que a obra *The New Digital Storytelling*, de Bryan Alexander, funciona, em parte, como guia para a construção de histórias digitais, utilizando a técnica do *storytelling*, o autor parte da definição de histórias digitais cunhada pela Universidade do Estado da Califórnia<sup>36</sup> para definir as características do *storytelling digital*. São elas: i) a estrutura serial, isto é, o conteúdo distribui-se ao longo do tempo e do espaço; ii) a presença pessoal, relacionada com o envolvimento de personagens:

muitas histórias digitais representam uma ou mais personagens, sejam ficcionais ou históricas. Essas representações estão muitas vezes na primeira ou na terceira pessoa, biográficas ou autobiográficas. Um bom número de jogos e alguns enquadramentos de *storytelling* envolvem a audiência como uma personagem na segunda pessoa através de alguma mistura entre discurso e presença. Todos os media podem ser mobilizados para suportar a personagem (Alexander, 2011: 41);

iii) o enquadramento social, ou seja, a construção da história tendo em vista a interação com os utilizadores, através dos *media* sociais; iv) o proscénio múltiplo, que significa a necessidade de prever o encontro entre criadores e audiência, em diferentes plataformas, fazendo com que a história ecoe em diferentes versões e localizações; v) as possibilidades das plataformas, ou seja, o alojamento de cada segmento da história na plataforma que melhor acentue o seu poder, tirando partido das vantagens de cada uma (Alexander, 2011: 41-43).

Partindo do pressuposto de que cada plataforma está concebida para suportar diferentes tipos de ficheiros, esta questão é de fulcral importância na hora de tomar decisões sobre a construção da narrativa, já que isso determina o tipo de código semiótico a utilizar. Por isso, é necessário ponderar qual o *medium* mais adequado para suportar cada parte da história, tendo em conta os objetivos que se têm em vista ao criá-la. Além disso, é necessário ter em conta outra realidade que influencia os conteúdos difundidos através da *internet* – os dispositivos móveis e redes sociais:

---

<sup>36</sup> Para aquela Universidade (*apud* Alexander, 2011: 27), as histórias digitais devem: i) “incluir uma narração atraente da história”; ii) “fornecer um conteúdo significativo para entender a história que está a ser contada”; iii) “usar imagens para captar e/ou expandir as emoções encontradas na narrativa”; iv) “utilizar música e outros efeitos sonoros para reforçar ideias”; v) “convidar a uma reflexão séria por parte da(s) sua(s) audiência(s)”.

esta nova realidade mudou a forma como se consome informação de cariz jornalístico, com o relatório State of Media 2013 a mostrar um consumo cada vez mais multiplataforma: 54% dos proprietários de tablets também consome notícias no telemóvel, 77% acumula este consumo com o computador pessoal, 50% com a leitura de jornais em papel e em 25% dos casos verifica-se uma utilização simultânea de jornais em papel, computador, tablet e telemóvel (Canavilhas e Satuf, 2014: 36)

Os dispositivos móveis, por concentrarem em si as possibilidades de receção de todos os *media* anteriores, representam uma grande revolução na receção de informação e devem fazer repensar o ato de produção (Renó e Renó, 2013: 62). Existem, assim, hoje em dia, quatro grupos de conteúdos destinados a dispositivos móveis:

- a) Adaptados: informação oriunda de outros meios que foi simplesmente adaptada para o dispositivo;
- b) Reaproveitados: conteúdos criativos adaptados à mobilidade;
- c) Original ou específico: conteúdos criados especificamente para dispositivos móveis;
- d) Aumentados: conteúdos que adicionalmente usam as propriedades técnicas dos dispositivos de receção, como a geolocalização, por exemplo (Canavilhas e Satuf, 2014: 39).

Os dispositivos móveis podem também, em parte, ser responsáveis pela potenciação de uma realidade nascida com a *web 2.0*: as redes sociais, que, “juntamente com os portais ‘broadcast yourself’ como o *Youtube* ou o *Flickr*, mudaram para sempre a forma como as notícias são criadas e consumidas” (Hirst, 2011: 13). Contudo, embora o seu potencial de interação seja imenso, ao analisar as tendências de utilização das redes sociais por parte dos órgãos de comunicação social, Alejandro Rost constatou que

embora haja exceções notáveis, a regra geral é: pouca elaboração das mensagens, escassa presença de conteúdos externos ao próprio site, ausência de uma narrativa específica para cada rede social, zero respostas às perguntas ou intervenções dos leitores (Rost, 2014: 74).

Tendo já passado por vários momentos, neste estudo, em que, recorrendo ao pensamento de vários autores, se constatou que a *internet* conduziu a alterações de diversa ordem nas narrativas, pensamos ser chegado o momento de recuperar as características das narrativas digitais que sumariamente elencámos no capítulo 1: hipertextualidade, não-linearidade, interatividade, *crossmedia*, convergência, transmedialidade, imersão e multimedialidade/multimodalidade.

Caraterizado essencialmente pela sua estrutura fraturada – ou não-linear – o hipertexto é constituído por dois elementos: os nós/blocos informativos/lexias e os *links*/hiperligações/conexões. Quanto aos blocos informativos, dizendo respeito ao conteúdo, podem ser constituídos por qualquer modo semiótico – texto, imagem, som, vídeo, infografias, etc... –, registando-se a necessidade de adaptar a sua redação ao meio, de forma a, primeiro, não frustrar as expectativas do leitor (se for demasiado curto) ou cansá-lo (se for demasiado longo) e, depois, indicar-lhe qual o ponto central do trabalho, para que a estrutura não-linear e não-hierárquica não conduzam a uma leitura dispersa (Canavilhas, 2014a: 4-7). Os *links* são, pois, as ligações entre os vários blocos informativos (Canavilhas, 2014a: 7), podendo ser de dois tipos: embutidos/internos, "quando é grafad[o] em palavras ou outros elementos icónicos existentes dentro do bloco informativo", ou em menu/externos, quando é colocado "num elemento existente em redor do bloco principal, sendo normalmente em títulos de outros blocos relacionados com o teor da notícia" (Canavilhas, 2014a: 8). De notar que a terminologia interno e externo, aplicada aos *links*, tem também outra aceção, que é aquela que utilizaremos, por considerarmos mais relevante no estudo de textos jornalísticos: os *links* internos são, assim, aqueles que ligam partes de uma mesma história, dentro de um mesmo *site*; já os *links* externos saem da história principal (e do *site*), de modo a fornecer provas, dar acesso a fontes e, oferecendo esta abertura ao leitor, dar credibilidade ao conteúdo (Alexander, 2011: 127).

A construção deste tipo de texto, deve, segundo João Canavilhas, obedecer a um conjunto de regras, a que chama gramática hipertextual:

a primeira regra está relacionada com a distribuição das hiperligações ao longo do bloco informativo. [...] A segunda regra assinala que é vantajoso indicar ao leitor o tipo de bloco informativo para o qual se direciona a hiperligação. [...] A terceira regra relaciona-se com a colocação da hiperligação nas frases. Os leitores tendem a clicar nas hiperligações no preciso momento da sua leitura. Isso significa que uma hiperligação colocada no início de uma frase pode significar uma saída para outro bloco informativo sem que o leitor tenha lido o parágrafo onde se encontrava e, por isso, sem ter captado a mensagem que se pretendia transmitir. [...] Uma quarta regra está relacionada com a relação entre a palavra onde se coloca a hiperligação e a natureza mediática do bloco informativo de destino (Canavilhas, 2014a: 19-20).

Mediante o tipo de conteúdo a que a hiperligação conduzir, ela pode assumir quatro tipos: i) documental, se ligar a informação contextual, dentro do arquivo da própria publicação (*site*); ii) ampliação informativa, quando liga a informação contextual recente; iii) atualização, se

conduzir a informação mais atual; iv) definição, se oferecer informação mais específica e aprofundada (Canavilhas, 2014a: 7). Já no jornalismo, os *links* podem exercer duas funções: i) documental, em que "as hiperligações funcionam como elementos de contextualização que oferecem pormenores do relato através da oferta de informação mais específica sobre determinados aspetos"; ii) narrativa, em que "as hiperligações funcionam na sua essência libertadora do leitor, oferecendo diferentes percursos de leitura e aproximando-se assim do ideal de texto referido por Barthes (1970)"<sup>37</sup> (Canavilhas, 2014a: 7)<sup>38</sup>.

A estrutura textual assim organizada conduz, como vimos, à não-linearidade, ou seja, a uma narrativa fragmentada, em que é o leitor quem traça o seu percurso:

o jornalismo multimédia representa uma forma diferente de *storytelling* e uma forma diferente de estrutura narrativa. Ele está também disponível, quando arquivado *online*, para redescoberta e redistribuição. Por causa do seu formato não-linear, ele recebe a interatividade e a comunicação bidirecional. As audiências podem jogar com ele, uma e outra vez, e adicionar o seu *feedback* e comentários. Melhor de tudo, ele responde muito mais aos sentidos. Podemos ouvir, podemos ver, e por causa do impacto emocional de um bom vídeo, podemos também sentir (Quinn, 2005:149).

Assim estruturada, a narrativa acaba por, não raramente, frustrar as expectativas do leitor, habituado a alcançar um desfecho (Maduro, 2014: 379).

A hipertextualidade, assente na base da liberdade do leitor, conduz a uma outra característica das narrativas digitais: a interatividade, que permite ao utilizador personalizar o seu consumo de informação, podendo alterar ou acrescentar conteúdo (Canavilhas, 2014: 120). Segundo Pedro Reis (2012: 48-51), esta realidade modifica o conceito de texto, que passa a abarcar em si um maior número de sentidos, que dependem dos percursos de leitura escolhidos pelo utilizador:

verifica-se a interatividade quando um leitor age sobre os percursos de leitura, quer sejam ou não totalmente predeterminados pelos conceptores, visto que no decorrer destes percursos, pelas suas

---

<sup>37</sup> Relembremos como Barthes projeta o seu conceito de textualidade ideal: "Neste texto ideal, abundam as redes que atuam entre si sem que nenhuma possa impor-se às demais; este texto é uma galáxia de significantes e não uma estrutura de significados; não tem princípio, mas antes diversas vias de acesso, sem que nenhuma delas possa qualificar-se de principal; os códigos que mobiliza estendem-se até onde a vista possa alcançar; são indetermináveis...; os sistemas de significados podem impor-se a este texto absolutamente plural, mas o seu número nunca é limitado, já que se baseia na pluralidade da linguagem" (Barthes, 2004: 3).

<sup>38</sup> Canavilhas baseia-se na teoria de Salaverría para enumerar tanto os tipos de hiperligações, como a função dos *links* no jornalismo.

respostas às propostas do computador, o leitor pode operar variações textuais, alterar o desenrolar do texto que está a ler e, por vezes, mesmo o seu conteúdo (Reis<sup>a</sup>, 2012: 48).

A interatividade – característica não exclusiva dos computadores, visto que é possível verificá-la em situações face-a-face (Ryan, 2001: 204) – pode, assim, manifestar-se a dois níveis: i) "ao nível do *medium*, cujas potencialidades técnicas o habilitam a ser mais ou menos interativo"; ii) "ao nível textual, pois o próprio discurso deve ele mesmo ser intrinsecamente interativo" (Santos e Peixinho, 2016: -). De acordo com Marie-Laure Ryan, os tipos de interatividade podem também ser distinguidos de acordo com a liberdade que se dá ao utilizador e o que se pretende com as suas intervenções, sendo que, "no mais completo tipo de interatividade, o envolvimento do utilizador é uma ação produtiva que deixa uma marca duradora no mundo textual, quer pela adição de objetos à paisagem ou pela escrita da sua história" (Ryan, 2001: 205).

Na *internet*, precisamente pelo esforço que se exige ao leitor – tanto ao nível da compreensão do funcionamento da narrativa, como ao nível das decisões que tem de tomar para o seu avanço (Maduro, 2014: 381-384) – este é transformado em utilizador, já que tem de exercer uma ação física para que a narrativa avance, ou seja, tem de interagir com ela (Penafria, 2014: 154). Precisamente com base no nível de ação do utilizador, Alejandro Rost divide a interatividade em dois tipos: seletiva – em que ele é um mero recetor, que seleciona conteúdos – e comunicativa – que entende o utilizador como um produtor de conteúdos, já que deixa margem para ele se expressar (Rost, 2014: 54)<sup>39</sup>.

No que aos fatores de influência diz respeito, são as possibilidades abertas pelo meio – ou melhor, aquelas que o produtor do conteúdo decide colocar ao dispor dos utilizadores – que determinam se a interatividade é seletiva ou comunicativa. Se a página apenas dispuser de menus, hiperligações, opções de personalização do aspeto e botões de partilha do conteúdo, estaremos perante interatividade seletiva. Se, por outro lado, o utilizador tiver a possibilidade de estabelecer comunicação com o produtor e com outros utilizadores e/ou de expressar a sua opinião através, por exemplo, de caixas de comentários nos *sites* ou perfis de redes sociais, é a interatividade comunicativa que está em jogo (Rost, 2014: 57-58). Cada um destes tipos, apresenta, por fim, várias etapas. A interatividade seletiva começou por se manifestar por "opções de seleção mínimas" (apelo a cliques, integração de caixas de pesquisa, incorporação

---

<sup>39</sup> O autor salienta, contudo, que o facto de os utilizadores terem mais poder, hoje, do que tinham os leitores tradicionais não quer dizer que estejam ao mesmo nível que os produtores. No caso do jornalismo, os meios de comunicação social e os seus jornalistas continuam a ter mais poder do que a sua audiência (Rost, 2014: 55-56).

de hemerotecas *online* simples), passando depois à possibilidade de personalização de conteúdos (os *sites* começam a publicar notícias de última hora, a permitir o envio de manchetes por *email*, escolher o tamanho da fonte, guardar os artigos e a oferecer estatísticas de visitas e *ranking* das notícias mais lidas). A terceira etapa consistiu na introdução de inovações nos blogs, tais como o crescimento da utilização do formato RSS, a complexificação/aumento do uso do hipertexto, a etiquetagem da informação e aumento dos tipos de *rankings*, até chegar à última etapa: a distribuição multiplataforma, causada pelo *boom* dos dispositivos móveis e das redes sociais (Rost, 2014: 60-63). Já a interatividade comunicativa começou pela introdução do endereço de correio eletrónico e de caixas de pesquisa ou fóruns (etapa da presença corporativa), passando depois a uma etapa de participação marginal, em que os leitores podiam comentar, em fóruns, mas numa secção à parte dos conteúdos. A terceira etapa deu aos *sites* de notícias três novas opções – blogs, comentários abaixo de cada notícia e canais de reportagem cidadã (etapa da participação assíncrona em espaços partilhados), sendo a última etapa uma consequência direta do surgimento e crescimento das redes sociais, que permitem à audiência participar na cobertura dos acontecimentos (etapa da participação síncrona) (Rost, 2014: 65-66).

A interatividade é, a nosso ver, a característica do ambiente digital mais problemática, já que, como se depreende, ela é, muitas vezes, usada como sinónimo da reação dos leitores. Ora, no nosso entender, o facto de o utilizador poder, simplesmente, fazer um comentário – que, muitas vezes, uma vez que as caixas de comentários não são controladas, não tem nada que ver com o assunto da narrativa – ou partilhar o conteúdo nas redes sociais e, até, escolher os *links* que quer ou não seguir, não são manifestações de interatividade, já que, primeiro, não permitem uma permuta de papéis entre emissor e recetor e, segundo, não têm impacto no conteúdo da narrativa<sup>40</sup>.

As duas propriedades digitais que agora abordaremos são, por vezes, confundidas: *crossmedia* ou multiplataforma e a convergência. A primeira não necessita de nos ocupar muito tempo: diz respeito à distribuição dos conteúdos através de várias plataformas, relacionando a narrativa “com os diferentes fatores do ecossistema mediático e com as características que os próprios conteúdos jornalísticos devem ter nas várias plataformas de receção” (Canavilhas, 2014b: 58). Por outro lado, a convergência merece um pouco de mais atenção, já que diz respeito ao próprio conteúdo e é fruto do tempo em que vivemos: “a idade digital é também um

---

<sup>40</sup> Cf. Peixinho e Marques (2016).

tempo de convergência cultural que, de acordo com Jenkins, cruza tudo o resto: a economia, a política, as nossas vidas sociais e até a forma como pensamos” (Hirst, 2011: 9).

Segundo Larry Pryor (*apud* Quinn, 2005: 4-6), a convergência pode manifestar-se a cinco níveis: i) convergência de propriedade, na qual o conteúdo é partilhado em vários meios detidos pelo mesmo grupo empresarial; ii) convergência tática, em que se estabelecem parcerias entre diferentes empresas, a fim de partilhar conteúdo em várias plataformas; iii) convergência estrutural, relacionada com a adaptação de um mesmo conteúdo a vários *media*; iv) convergência de recolha de informação, tendo que ver com as rotinas de trabalho dos jornalistas – um mesmo repórter assume várias tarefas; v) convergência de apresentação ou *storytelling*, a forma de convergência mais relevante para nós, pois diz respeito à “combinação de computadores, dispositivos portáteis de recolha de notícias e o potencial interativo da *web* e da televisão” (Quinn, 2005: 6), ou seja, ao aproveitamento das características de cada meio, na criação do conteúdo.

Martin Hirst considera que, por razões económicas, as organizações noticiosas foram as primeiras a “abraçar a convergência” (Hirst, 2011: 3). Se, num primeiro momento, a migração da imprensa tradicional para a *internet* se operou pela “translação literal das práticas e das narrativas da imprensa analógica” (Campalans e Gosciola, 2014: 45), hoje em dia, com uma progressiva adaptação ao digital, já são criadas histórias nativamente digitais<sup>41</sup>, em que a convergência se manifesta na convivência de várias linguagens e, conseqüentemente, há uma certa perda de identidade dos meios (Canavilhas e Satuf, 2014: 37). É nesta propriedade que se encontra, em nosso entender, a maior vantagem do meio digital para a criação de narrativas, já que liberta o jornalismo das limitações semióticas que os meios tradicionais lhe impunham, sendo agora possível usar o código semiótico mais apropriado a cada parte da mensagem que se quer transmitir. Ao encontro deste nosso pensamento vai a definição de convergência aplicada ao jornalismo da autoria de Stephen Quinn:

a convergência é fazer jornalismo e contar histórias usando o meio mais apropriado. A importância da notícia deve ditar a profundidade e o tipo de cobertura, e influenciar a dimensão da equipa envolvida. Os editores atribuídos ao multimédia irão decidir qual o meio mais apropriado para contar a história (Quinn, 2005: 7).

---

<sup>41</sup> “Isto significa histórias ‘nascidas digitalmente’ e publicadas num formato digital.” (Alexander, 2011: 15)

À estrutura narrativa que faz uso das várias plataformas e dos vários códigos para contar diferentes partes de uma mesma história dá-se o nome de transmedialidade (também chamada *storytelling* transmediático). Esta consiste no “esforço de transmitir histórias conectadas, usando uma variedade de plataformas mediáticas”, sendo que essas histórias podem ser entendidas isoladamente ou conectadas com as outras histórias que com ela partilham o mundo diegético (Harvey, 2014: 278). Para Marta Noronha e Sousa, esta propriedade permite transcender as falhas dos *media* tradicionais que, na verdade, a mente humana seria capaz de colmatar (Sousa, 2014: 86).

Aplicada ao jornalismo, a transmedialidade pode ser entendida tanto como uma estratégia de comunicação, já que é necessário pensar no potencial de cada meio para explorar cada parte da história (Campalans e Gosciola, 2014: 41), como enquanto uma forma de linguagem:

o jornalismo transmídia é uma forma de linguagem jornalística que contempla ao mesmo tempo distintos meios com várias linguagens e narrativas a partir de inúmeros meios e para uma infinidade de usuários. Para tanto, devem ser adotados recursos audiovisuais, de comunicação móvel e de interatividade na difusão do conteúdo, inclusive a partir da blogosfera e das redes sociais, o que amplia de forma considerável a circulação do conteúdo (Renó e Renó, 2013: 62).

Além da adequação da mensagem ao código – já que “os conteúdos devem ser usados com um objetivo específico no contexto do trabalho, seja para confirmar, destacar ou simplesmente ilustrar uma determinada situação em que a imagem ou o som fazem a diferença” (Canavilhas, 2014b: 62) – a transmedialidade inova pela equiparação, em termos de importância dos elementos linguísticos e não-linguísticos (Edo, 2007: 14), além de, no caso do jornalismo, poder fazer uso de vários géneros (Campalans e Gosciola, 2014: 41), que se podem complementar uns aos outros. Contudo, estudos concluem que é a reportagem “o género mais adequado para a incorporação de linguagens transmediáticas à prática jornalística, já que responderia às exigências da interatividade, horizontalidade e extensão da informação” (Campalans e Gosciola, 2014: 45).

Nestas narrativas, “os conteúdos têm basicamente três funções: o entretenimento, a informação e a educação” (Campalans e Gosciola, 2014: 42). João Canavilhas, apoiado pela teoria de Moloney, identifica oito imperativos para a sua construção: i) ser distribuível, ou seja, facilitar a partilha da informação; ii) permitir, através de hiperligações, perseguir vários percursos de leitura; iii) explorar ao máximo um acontecimento, em termos do seu acompanhamento contínuo e da distribuição pelas várias plataformas; iv) dar oportunidade aos

leitores de integrar os seus comentários, opiniões e sugestões na narrativa; v) usar formatos que estimulem a ligação entre os utilizadores e o conteúdo; vi) produzir trabalhos que tenham utilidade futura, ou seja, não perecíveis; vii) incluir explicações e pistas de leitura, para que o utilizador compreenda ao máximo o acontecimento; viii) construir a narrativa de forma a inspirar a ação futura do leitor (Canavilhas, 2014b: 59).

Outra das vantagens que encontramos na criação de narrativas transmediáticas é a possibilidade de apostarem na construção de personagens, fazendo com que as suas histórias se complementem, constituindo uma história mais complexa (Campalans e Gosciola, 2014: 41). A isto dá Jean-Noel Thön a designação de “estratégias transmediais de representação subjetiva”, que “permitem ao espetador, leitor, ou jogador assumir um tipo específico de relação direta entre a representação narrativa e a consciência de uma personagem” (Ryan e Thön, 2014: 7). A personagem pode funcionar, então, nas narrativas digitais, como elemento potenciador da imersão. Definida, na teoria narrativa, como um fenómeno de simulação mental, induzido por suportes verbais, visuais, acústico-verbais ou táctico-acústico-visuais, que “implica ser absorvido pelo conteúdo mentalmente representado” (Herman, Jahn e Ryan, 2008: 238), a imersão pode manifestar-se através do envolvimento do “leitor ou espetador, ao nível afetivo, com as pessoas e eventos que são representados ou descritos” (Schaeffer, 2009: 102). Esse envolvimento será tanto maior quanto mais empenho a *interface* suscitar ao utilizador ou quanto mais relevância o próprio atribuir ao tema (Penafria, 2014: 154).

A última característica das narrativas digitais sobre a qual nos debruçaremos é, talvez, aquela com que o público mais esteja familiarizado, se não com o significado, pelo menos, com o termo: a multimedialidade. Por consistir, essencialmente, na combinação de vários tipos de signos num mesmo objeto mediático (Ryan e Thön, 2014: 9-10) – “1) texto<sup>42</sup>; 2) fotografia; 3) gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; 4) vídeo; 5) animação digital; 6) discurso oral; 7) música e efeitos sonoros; 8) vibração” (Salaverría, 2014: 33) –, vários autores já empregam o termo multimodalidade em substituição de multimedialidade. A vantagem deste tipo de narrativas prende-se com a sua aproximação à complexidade dos próprios processos cognitivos humanos. Por isso, segundo Hallet:

especialmente nos novos *media*, o uso do discurso multimodal é fundamental. Devemos pensar que as narrativas não derivam apenas das qualidades percetivas de um único modo expressivo,

---

<sup>42</sup> O autor salienta que o texto funciona, nas narrativas multimodais, como a "coluna vertebral que sustenta e estrutura as peças informativas multimédia", já que, "de todos os formatos comunicativos disponíveis, o texto oferece o conteúdo mais racional e interpretativo" (Salaverría, 2014: 33).

mas necessitam de ser interpretadas através da coapreciação de modos semióticos adicionais (Hallet, 2014: 10).

A multimedialidade/multimodalidade pode funcionar a dois níveis: por redundância, que consiste em "apresentar o mesmo conteúdo em diferentes formatos", ou por integração, quando "existe uma complementaridade entre os conteúdos, funcionando como um todo coerente" (Canavilhas, 2014b: 57). De qualquer das formas, no geral, ela apresenta quatro características fundamentais: i) a "combinação de vários media num único trabalho"; ii) a "mediação por computador" (se o computador não estiver envolvido, não há multimedialidade); iii) a "interatividade alterando o meio", ou seja, o utilizador tem capacidade para alterar o meio com o qual está em contacto; iv) a *linkagem*, que permite estabelecer conexões entre os vários elementos (Garrand, 2006: 4-5).

Tal como sucede com os *links*, também a criação de narrativas multimédia deve obedecer a alguns critérios, de forma a coordená-los. Salaverría identifica seis critérios: i) compatibilidade, ou seja, utilização apenas de elementos que o público consiga seguir simultaneamente sem esforço; ii) complementaridade ou homogeneidade, que pode ser garantida através do tema (todos os elementos acabam por versar o mesmo tema) ou da extensão (a dimensão do trabalho); iii) a ausência de redundância, isto é, não se deve repetir o mesmo conteúdo em formatos diferentes; iv) hierarquização dos elementos, atribuindo-se protagonismo a um modo, em detrimento de outros, decidindo qual o que melhor se adequa à transmissão de cada conteúdo; v) ponderação, ou seja, a consciência de que os utilizadores poderão não estar dispostos a dedicar muito tempo para consumir a informação; vi) adaptação dos conteúdos às normas do meio em que se insere (Salaverría, 2014: 41-44). Deste modo, o mesmo autor criou aquilo a que chama de sintaxe multimédia, de modo a organizar os elementos mediante o seu sentido. A multimedialidade pode, assim, manifestar-se por justaposição – quando os elementos são apresentados juntos –, por coordenação – se se adotar uma linguagem múltipla, em que os vários elementos estão combinados num único discurso –, ou, finalmente, por subordinação – que se verifica quando os elementos multimédia estão hierarquicamente organizados, entre elementos principais e elementos secundários dependentes deles (Salaverría, 2014: 45-47).

Na verdade, como já observámos no capítulo 1, todas estas características estão intrinsecamente ligadas umas às outras. Contudo, interessou-nos compreender de forma o mais completa possível em que consiste e como se manifesta cada uma delas, de forma a melhor

caracterizar a reportagem digital no jornalismo português, um dos objetivos centrais deste estudo.

### **3.3. Reportagens digitais: novas narrativas ou velhos formatos?**

Perante o exposto, importa agora refletir sobre uma questão fundamental: as narrativas, de facto, alteraram-se, isto é, as características do ambiente digital interferiram na essência da narrativa? Pensando bem, a grande novidade trazida pelo digital é o próprio canal que veicula as narrativas. A questão que se coloca é que, como temos vindo a observar, este é um canal que congrega em si as possibilidades semióticas e expressivas dos *media* anteriores, o que se traduz em novas formas narrativas. Contudo, há que aferir com algum rigor se as propriedades matriciais deste modo se alteram.

Esta é, talvez, a questão mais complexa que se coloca aos estudiosos de hoje, pois nunca fez tanto sentido (re)questionar as relações entre forma e conteúdo. Num ensaio sobre a transmedialidade, em que sistematiza várias perspetivas, David Herman encontra defensores das duas teses: tanto há quem defenda que a narrativa é independente do *medium* que a veicula, já que é a formulação do seu conteúdo que a constitui e caracteriza, como quem defenda que a natureza do canal determina o formato semiótico da narrativa (Herman, 2004: 51-54). Na verdade, estamos perante a velha questão que opõe estruturalistas e pós-estruturalistas: enquanto os primeiros pensam numa independência da narrativa em relação ao *medium*, os segundos consideram que ambos se implicam mutuamente (Peixinho, 2016: -). Ora, a tese de Herman é que “apesar de as narrativas em diferentes *media* explorarem um conjunto comum de princípios de construção narrativa, eles exploram-nos de forma diferente e específica em cada *medium*” (Herman, 2004: 50-51).

Assim sendo, o que nos parece é que aquilo que muda de canal para canal é o impacto do conteúdo na mente do leitor, considerando que diferentes modos semióticos produzem diferentes efeitos cognitivos, pelo que uma narrativa que saiba tirar partido das potencialidades do digital, escolhendo minuciosamente o melhor código para veicular cada parte da mensagem, poderá ser mais eficaz do ponto de vista comunicacional. Na verdade, parece-nos que a essência da narrativa se mantém: independentemente do *medium* e do canal, as narrativas continuam a representar determinadas ações, vividas por personagens situadas no tempo e no espaço, ou seja, as suas propriedades matriciais mantêm-se, pelo que, como constata Ana Teresa Peixinho,

se uma narrativa não conseguir, pelas suas propriedades intrínsecas, atrair a curiosidade do leitor/espectador/consumidor, também não o fará independentemente de usar ou não o modelo transmédia. O mesmo é dizer que existe, de facto, uma essencialidade inerente às histórias que não se altera com a tecnologia de mediação (Peixinho, 2016: -).

A este propósito, pensando concretamente na narrativa jornalística, Marc Lits, num recente artigo que temos vindo a citar, conclui que “os novos *media* eletrónicos de tipo participativo retomam afinal, inconscientemente ou não, os padrões da escrita jornalística clássica”, o que, segundo ele, talvez se possa justificar pelo “facto de ainda nos encontrarmos num período de mutação, em que os modelos antigos continuam dominantes, em que as novas escritas estão em vias de invenção” (Lits, 2015: 15-16). Quanto a este aspeto, Hoffmann (2010: 11) constata que os novos *media* importam convenções antigas, expandindo-as. Um dessas convenções antigas pode ser a aproximação do jornalismo à literatura, quando aplicadas as novas técnicas do *storytelling*, nomeadamente a valorização do ambiente e das personagens, que dão um ângulo diferenciado às histórias:

a reprodução coloquial dos diálogos é característica literária e deixa o texto jornalístico semelhante a uma história. Na técnica do *storytelling*, os diálogos da narrativa sobrepõem falas de personagens revestidas por aspas e acompanhadas de verbos declarativos” (Cunha e Mantello, 2014: 65).

Na *web*, o jornalismo pode assumir quatro modelos:

as edições fac-simile, correspondentes a uma reprodução simples de páginas da versão impressa de um jornal; o modelo adaptado, que consiste na criação de um *layout* próprio para o ambiente *online*, com alguma integração de hipertexto, sendo os conteúdos replicados a partir das versões impressas do título em questão; o modelo digital, que apura as características do modelo adaptado, sendo já os textos pensados para o *online*, verificando-se a presença de interatividade através da possibilidade de comentário e destacando-se como fator de diferenciação a existência de atualizações de última hora; o modelo multimédia, que consubstanciaria o culminar do aproveitamento das características distintivas do jornalismo multimédia, nomeadamente a interatividade e a multimedialidade (Santos e Peixinho, 2016: -).

Assim, porque o digital revolucionou, como vimos, o campo do jornalismo, encontramos autores que, ao contrário de Lits e Hoffmann, falam em novas estruturas narrativas e novas

formas de notícias. Para Renó e Renó, essa novidade assenta na linguagem usada na interatividade, isto é, na alteração do estatuto do recetor (Renó e Renó, 2013: 62). Já Marie-Laure Ryan, ancorando o seu pensamento em George Landow e Ilana Snyder, considera que a novidade se deve à criação de narrativas “fragmentadas, abertas, sem crescimento e queda da tensão, instáveis, multilineares, criadas no ato da leitura, múltiplas” (Ryan, 2001: 243).

Não querendo, para já, tomar partido de um dos lados, já que só perante os dados recolhidos na análise do *corpus* estaremos em condições de o fazer, na nossa opinião, tendo em conta as características do ambiente digital que explorámos no ponto anterior, as narrativas jornalísticas encontram na *web* algumas oportunidades de desenvolvimento, nomeadamente a ausência de constrangimentos de espaço, as características do hipertexto, a possibilidade de, analisando as potencialidades de cada modo semiótico, usar o que melhor se adequa à transmissão da mensagem e, finalmente, a oportunidade de apostar na figuração de personagens, de modo a potencializar a imersão do utilizador.

A não existência de constrangimentos de espaço permite, segundo Canavilhas, que o jornalista dê ao público toda a informação que considere necessária para a compreensão da história, além de poder construí-la de forma apelativa (Canavilhas, 2014a: 9; 17). Contudo, para o autor, nem todos os géneros jornalísticos cabem na narrativa transmediática, sendo a grande reportagem aquela que mais potencial tem para ser assim desenvolvida (Canavilhas, 2014b: 63). Nesta senda, há espaço para o desenvolvimento daquilo a que Pavlik chama de jornalismo contextualizado. São cinco as dimensões dessa nova forma de jornalismo: i) a amplitude de modalidades de comunicação, que permite “ao jornalista contar cada história de uma forma unicamente adaptada a ele, não mais constrangida pelas modalidades limitadas disponíveis nos anteriores meios analógicos”; ii) a hipermediatez, ou seja, a possibilidade de fazer conexões entre as histórias; iii) o elevado envolvimento da audiência; iv) o conteúdo dinâmico, que permite a atualização constante da informação; v) a customização, ou seja, a “natureza personalizada do jornalismo *online*”, que “oferece potencialmente às audiências uma visão do mundo que é muito mais contextualizada, texturizada e multidimensional do que as histórias contadas nas palavras dos jornais e dos media analógicos” (Pavlik, 2001: 3-23). Este tipo de jornalismo é vantajoso, porque

pode trazer uma variedade de benefícios para a cidadania e a democracia, incluindo reportagem mais envolvente, informação mais completa e notícias que reflitam melhor as complexidades e nuances de uma sociedade crescentemente diversa e plural (Pavlik, 2001: 23).

Já a hipertextualidade foi outro dos fatores que deu à narrativa jornalística uma nova dimensão, assente na intertextualidade e na multimedialidade, fazendo com que a nossa relação com a realidade se transformasse (Santos e Peixinho, 2016: -). Por isso, Concha Edo considera o hipertexto como uma das características mais úteis para o jornalismo, já que permite apresentar a informação por níveis, ou seja,

dividir com critérios jornalísticos todo o conjunto noticioso e documental em elementos mais pequenos e manuseáveis com que se possa facilitar a navegação e a visualização do texto e das imagens que integram a consulta. É o próprio leitor que elege como quer inteirar-se do conteúdo dos meios, que decide a trajetória e a ordem que quer seguir numa mensagem, ou um conjunto de mensagens pelas quais pode navegar (Edo, 2007: 8).

Assim, no jornalismo, os *links* têm essencialmente duas funções: documental, em que as hiperligações permitem especificar a informação sobre determinados aspetos, e narrativa, já que permitem ao utilizador optar por diferentes percursos de leitura (Canavilhas, 2014a: 7). Além disso, no caso das personagens, a hipertextualidade permite criar uma narrativa “pela interligação de uma coleção de lexias que referem o mesmo indivíduo e representam razoavelmente eventos independentes. Cada sessão de leitura deve gerar uma crónica do dia-a-dia de uma vida diferente para a mesma personagem” (Ryan, 2001: 245).

Apesar de todas as potencialidades da *web* ao nível da construção de narrativas, há que ter em conta um aspeto que consideramos central: a garantia da coerência. Porque concordamos com Marie-Laure Ryan, quando diz que a narratividade é “o produto de um planeamento global” e “não um tipo de significado que pode ser livremente construído fora de qualquer coleção de fragmentos informativos” (Ryan, 2001: 257), consideramos necessário que os caminhos de leitura, podendo ser múltiplos, sejam controlados, no momento da criação da narrativa, pelo menos num primeiro momento. Não quer isto dizer que desejemos o regresso à textualidade tradicional, na qual a linearidade é princípio basilar. Contudo, e ainda para mais se estivermos a falar de narrativas jornalísticas, pensamos que o autor deve assegurar que, num primeiro nível da narrativa, o utilizador retira as informações-chave que lhe permitam ficar minimamente esclarecido sobre o assunto que se está a tratar, dando-lhe, depois, oportunidade de, seguindo o seu próprio caminho, aprofundar conhecimentos. Assim, nas narrativas digitais, deve assegurar-se a coerência a dois níveis: local, que se refere à “relação entre dois blocos informativos próximos”, implicando que “cada bloco seja inteligível na sua autonomia, reduzindo a necessidade da sua compreensão depender dos blocos informativos anterior ou

posterior numa típica sucessão linear”; e global, tendo em conta toda a arquitetura da narrativa, ou seja, a planificação do todo (Canavilhas, 2014a: 9-10). Em suma, segundo Ryan, ao produzir-se um conjunto de lexias que pode ser lido em qualquer ordem, não se garante a coerência narrativa, podendo-se assegurá-la se se criarem narrativas em que "todos os caminhos tentem atingir um certo objetivo” (Ryan, 2001: 246-251).

Na nossa opinião, a integração dos vários modos semióticos pode constituir também um caminho para a construção da coerência. Na verdade, embora a *web* possibilite usá-los todos, a linguagem verbal, isto é, o texto em *strictu sensu*, continua a ser prevalecente nas narrativas digitais. O que acontece é que a linguagem não-verbal tem, em relação à verbal, um poder narrativo mais limitado (Ryan, 2009: 288). Contudo, a abordagem semiótica/narrativa aos *media*, focando-se nas capacidades e limitações dos signos, constata que

as características da linguagem, imagens, movimento e música complementam-se umas às outras, e quando são usados juntos em *media* multi-canal, cada um deles constrói uma faceta diferente do total da experiência imaginativa: a linguagem narra através da sua lógica e da sua capacidade para modelar a mente humana, as imagens, através da sua espacialidade e visualidade imersivas, o movimento, através da sua temporalidade dinâmica e a música da sua criação de atmosfera, construção de tensão e poder emocional (Ryan, 2009: 188).

Neste tipo de abordagem, a tecnologia adquire importância para os estudos narrativos, uma vez que é vista como a possibilidade de alterar e melhorar a substância expressiva do substrato semiótico dos *media* (Ryan, 2009: 269).

Já muitas vezes, ao longo deste trabalho, falámos na necessidade de se optar pelo código mais adequado à mensagem que se quer transmitir, pois, no digital, devem ser harmoniosamente combinados signos linguísticos e não-linguísticos, já que cada tipo funciona, em termos cognitivos, de forma diferente:

normalmente, os dois modos narrativos de *showing* e *telling* são mediados por signos não-linguísticos e linguísticos, respetivamente, para construir um mundo diegético. Este aspeto liga-se à narrativa digital, onde o modo visual é predominante, providenciando, então, a audiência com mais oportunidades para interagir com o autor e o texto. Então, pode-se dizer que a narrativa digital tem duas características distintas na narrativa: elementos visuais e interativos, que trabalham melhor no *showing*, e aspetos cognitivos da narrativa (Lee, 2012: 185).

Contudo, quais são, na verdade, os pontos fortes de cada modo semiótico e como é que os *media* tradicionais se têm adaptado ou se devem adaptar ao digital? Segundo Stephen Quinn,

o impresso é portátil e permanente. Ele oferece profundidade e detalhe mas é limitado pelo sentido de que as notícias só são recentes na última impressão. Requer esforço por parte da audiência para compreender a informação. A televisão e a rádio são imediatas e emocionais. Elas transportam-te para a cena e fornecem imagens e som, mas elas são também efémeras. Elas desaparecem no éter uma vez ouvidos os eventos que descrevem, e os elementos de entretenimento podem ser distrativos. O *online* combina a imediatez da transmissão com a capacidade para dar às pessoas detalhe e contextualização (Quinn, 2005: 148).

Começemos por explorar a rádio e o som. Segundo Salaverría, “a rádio não evoluiu rumo à multimedialidade”, continuando a ser constituída unicamente por som, manifestado em diferentes formas, que se combinam: “palavra falada, música, som ambiente e efeitos sonoros” (Salaverría, 2014: 31). A não-adaptação da rádio pode ter que ver com a própria significação do som e a sua “epistemologia duvidosa” (Dunn, 2015: 193), ou seja, em comparação com signos visuais, o som é de interpretação mais equívoca. Contudo, esta questão, que pode ser vista como a desvantagem do som, acaba por ser também um ponto forte, quando explorada para fins dramáticos, por exemplo, utilizando o silêncio para estimular a imaginação ou os efeitos sonoros e musicais para intensificar a emotividade da narração (Dunn, 2005: 194-195; Salaverría, 2014: 36).

Uma vez que qualquer *medium* é passível de adaptação ao digital, também há já casos em que a rádio se adaptou à transmedialidade. María del Pilar Martínez-Costa, num artigo em que estuda as novas narrativas da rádio, analisa casos de adaptação da rádio espanhola ao ambiente digital, constatando que

os seus especiais interativos são grandes reportagens com hibridização de géneros, diversidade de linguagens e bons recursos: fotografias de grande qualidade, gráficos com dados, mapas interativos, cronologias, animação, geolocalização, testemunhos, navegação por ecrã e vídeo, conformam uma linguagem multimédia que a *cadener.com* utiliza de forma inovadora para as coberturas especiais (Martínez-Costa, 2015: 172).

Assim, a rádio é, talvez, o meio que mais se altera com o digital, já que “este último modelo modifica a conceção e as práticas da comunicação radiofónica, tornando-se num avançado

modelo interativo sem substituir os antigos modelos, uma vez que se resume a eles...” (Suetu, Gambaro e Ramos, 2015: 210). Isto porque era o meio mais limitado em termos de códigos, passando de suportar apenas som para incorporar todos os outros suportes, que “permitem ampliar a informação, complementá-la com perspectivas diferentes e retroalimentar-se com a produção em direto da antena tradicional” (Martínez-Costa, 2015: 176).

Já as imagens e outros elementos gráficos, têm, segundo Hallet, quatro funções: a narração do movimento, uma função epistemológica, a criação de mundos possíveis e a ativação do papel performativo do leitor (Hallet, 2014: 154). Enfim, as narrativas digitais representam um desafio à predominância da linguagem verbal, já que os elementos não-verbais não serão mais encarados como paratextos, mas sim como partes da narrativa (Hallet, 2014: 156).

Deste modo, os teóricos do jornalismo digital constataam que o grande desafio que se coloca aos ciberjornalistas é a escolha do suporte para cada história, tendo em conta o público e o que se pretende comunicar (Bastos, 2010: 1-5; Zagalo, 2014: 8). Para Canavilhas, as narrativas jornalísticas digitais apresentam os seguintes elementos de rutura, em relação a formatos anteriores:

1. Verticalização da narrativa: forte contraste com a horizontalidade típica da imprensa escrita, que se organiza em páginas sequenciais.
2. Autonomização do vídeo em formato síncrono: deixa de ser um elemento redundante, assumindo-se como um conteúdo integrado com valor próprio.
3. Forma como são acionados os conteúdos multimédia: utilização do *jQuery 'inview'*, um *plugin* que inicia o ficheiro quando se navega sobre o local onde ele está inserido. Esta forma de diferenciação permite a criação de diferentes ambientes de navegação, facilitando a imersão do leitor (Canavilhas, 2014: 127)<sup>43</sup>.

De qualquer forma, tal como Campalans e Gosciola (2014: 45) afirmam que a transmedialidade só se justifica em géneros longos, Canavilhas sublinha que a reportagem é o género mais adequado a esta linguagem (Canavilhas, 2014: 127), já que as narrativas transmediáticas devem:

- a) ser multiplataforma, incluindo obrigatoriamente a *Web*;
- b) ser hipermultimidiáticos e possibilitar diferentes itinerários de leitura;
- c) permitir que o utilizador participe, acrescentando informação ao conteúdo;
- d) estar adaptados aos possíveis contextos de recepção, sejam eles de

---

<sup>43</sup> Canavilhas apresenta estas conclusões num artigo em que analisa a reportagem digital “Snow Fall. The Avalanche at Tunnel Creek”, do jornal The New York Times, disponível em <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall> [última consulta em maio de 2016].

cariz tecnológico (plataformas), geográfico ou relacionados com os ritos de consumo pessoal (Canavilhas, 2014b: 65).

O suporte mediático tem também influência na criação de personagens, já que elas podem ser figuradas com recurso a diferentes códigos, linguagens e modos de expressão (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 17-18). Segundo os autores, “a presença transmediática das personagens atinge o seu auge quando elas não são criadas através de um texto original num *medium*, mas uma amálgama a partir de fontes de vários *media*” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 20).

### **3.4. O devir da personagem em contexto digital**

Se a personagem é “o elemento chave de um dispositivo narrativo destinado essencialmente a fazer aderir o leitor a um sistema de valores, já que ela serve de porta-voz de autor e de superfície de identificação e de projeção para o leitor” (Lits, 2008: 138), o(s) suporte(s) em que ela é construída também influenciam a receção, já que “as personagens dos diferentes *media* têm diferentes potenciais de evocação de respostas afetivas” (Eder, Jannidis e Schneider, 2010: 50).

À reação das pessoas às personagens dá-se o nome de identificação. Para Cohen, “a *identificação* é um mecanismo através do qual os membros da audiência experienciam a receção e interpretação do texto a partir do interior, como se os eventos lhes estivessem a acontecer com eles mesmos” (Cohen, 2001: 245). O autor constata que “quando questionados a discutir as suas reações aos programas, os espetadores de televisão focam-se frequentemente nos seus sentimentos e reações às personagens” (Cohen, 2001: 246), podendo essa reação ser de três tipos – gostar, ser como ou querer ser como (Cohen, 2001: 249) – e de cinco níveis: i) a forma como se olha para as personagens; ii) respostas emocionais; iii) identificar-se com as personagens; iv) associação das experiências das personagens com as próprias experiências, resultante da crença no mundo diegético; v) a personagem tem impacto na vida do leitor, mesmo após a sua experiência (Margolin, 2010: 410-413).

Em suma, o processo de identificação ativa o envolvimento do leitor/utilizador com a personagem, gerando diferentes consequências, que dependem também das próprias características sociais e psicológicas dos vários membros da audiência (Cohen, 2001: 261). Assim, no que ao jornalismo diz respeito, faz todo o sentido que se aposte na criação de

personagens, pois esta é uma forma eficaz de fazer chegar a mensagem ao público, já que, como afirma Margolin:

se eu estiver a ler uma reportagem sobre indivíduos atuais, faz perfeito sentido que, num segundo nível, eu deva responder-lhes emocionalmente e adotar certas atitudes emotivas e avaliativas em relação a eles, como os clássicos pena e medo, mas também compreensão, cuidado, sentimentos pela personagem, admiração, aversão, simpatia, antipatia, entre outros (Margolin, 2010: 411).

O contexto digital pode, então, contribuir para a figuração de personagens que transcendam algumas limitações das personagens dos formatos tradicionais. Se pensarmos, por exemplo, nas narrativas digitais em comparação com as tradicionais narrativas escritas, a primeira vantagem que encontramos é a possibilidade de se mostrar a personagem, através do vídeo, ou, pelo menos, dar-lhe voz, através de uma gravação áudio, em vez de simplesmente a citar, já que, a nosso ver, o som e, principalmente, o vídeo, podem ser mais eficazes do que o texto, quando se trata de mostrar o discurso da personagem. No fundo, estes recursos multimédia, explorados pelas narrativas digitais, facilitam a narração em *showing*<sup>44</sup>, que, numa narrativa escrita linear, se socorre exclusivamente da citação de cenas dialogadas. Por outro lado, para efeitos de contextualização, imprescindível nas narrativas factuais do jornalismo, consideramos mais apropriada a representação em *telling*, isto é, narrada através de texto, já que o narrador/jornalista poderá selecionar os factos que considera mais relevantes para transmitir ao narratário/leitor, sendo que, nalguns casos, a fotografia poderá também contribuir para a contextualização de personagens e ambientes.

A questão do modo de representação torna-se particularmente relevante, pois enquanto a imaginação tem um lugar importante para a interpretação de textos ficcionais, o jornalismo deve operar uma representação sem ambiguidades, já que é um lugar de acesso primordial à realidade. Assim, e porque as personagens são, segundo Carlos Reis (2015: 121-122), entidades de feição antropomórfica, o facto de se mostrar a personagem constitui, no nosso entender, uma estratégia de humanização do relato jornalístico e, por conseguinte, uma estratégia de veridicção.

Porque no digital não há constrangimentos de espaço, os jornalistas poderão apostar na figuração sem descurar a ação, tendo em conta que um dos motivos para se não construir

---

<sup>44</sup> Segundo o *Dicionário de Narratologia*, de Carlos Reis e Ana Cristina Macário Lopes, *showing* e *telling* constituem-se como opções de representação e distinguem-se pelo “grau de presença do narrador no discurso enunciado: bastante desvanecida, no caso do *showing*, correspondendo a uma representação de tipo dramatizado [...], muito evidente no caso do *telling*, já que o narrador opera uma representação que manipula (resume, elide, etc.) a história” (Reis e Lopes, 1990: 347).

personagens jornalísticas mais complexas poderia ser a necessidade de se ocupar o espaço ou o tempo com a narração da ação. Além disso, permitindo adicionar hiperligações, a *web* dá ao jornalista a oportunidade de propor ao utilizador caminhos de leitura que lhe permitam criar uma imagem mental das personagens que figura tão completa quanto queira ou consiga.

Em suma, a personagem jornalística pode, assim, ganhar com o jornalismo digital, se ultrapassar a simplificação e superficialidade que, como concluímos anteriormente, a caracterizam nas narrativas clássicas. Iremos, pois, de seguida, proceder a uma análise de narrativas jornalísticas, no sentido de apurar como é que o jornalismo português tira partido das características do digital e, principalmente, que lugar oferece às personagens.

## Capítulo 4: Narrativas do jornalismo digital português – proposta de análise

### 4.1. Objetivos e objeto de estudo

Sendo o grande deste estudo explicitar os mecanismos de figuração de personagens em narrativas jornalísticas digitais, tornou-se imperativo proceder a um estudo de caso que nos permitisse retirar conclusões gerais sobre a construção da personagem nas narrativas jornalísticas, o funcionamento da narrativa jornalística no mundo digital e o potencial desse ambiente para a transformação das narrativas e, por conseguinte, para o processo de figuração de personagens. É, pois, do cruzamento da teoria que desenvolvemos nos capítulos precedentes com os dados da análise que resultará uma caracterização da personagem jornalística em contexto digital.

O *corpus* é constituído por três séries de reportagens construídas por três órgãos de comunicação social portugueses – o *Público*, o *Expresso* e a *Rádio Renascença*. Os dois primeiros órgãos foram escolhidos por serem uma referência em termos da imprensa diária e semanal; a *Rádio Renascença* surge por nos termos apercebido de um avanço ímpar, em contexto nacional, no que ao desenvolvimento do jornalismo digital diz respeito.

O período temporal em que decorreu a fixação do *corpus* de análise – setembro de 2015 – acabou também por se revelar bastante rico ao nível da produção informativa: Portugal estava em vésperas de eleições legislativas, que se realizaram a 4 de outubro, no final de um conturbado período de crise, com a *Troika* já fora do país, desde maio de 2014. Assim, encontramos no *Expresso* e no *Público* duas séries de reportagens multimodais, realizadas a propósito deste período pré-eleitoral, cujo objetivo era, no primeiro caso, fazer “30 retratos do que Portugal é hoje”<sup>45</sup> e, no segundo, “fazer um périplo por oito países da União Europeia à procura das soluções que foram encontradas nessas regiões para resolver problemas idênticos aos nossos”<sup>46</sup>. Embora fosse nosso propósito estudar narrativas jornalísticas exclusivamente publicadas *online*, abrimos a exceção para a série “12 ideias para Portugal”, que, embora

---

<sup>45</sup> A anteceder as reportagens, dispostas graficamente em quadrículas com o título sobreposto a uma imagem de fundo, na secção especial do *site* do *Expresso* dedicada às eleições legislativas, pode ler-se: “Durante o mês que antecedeu as legislativas, o **Expresso** publicou 30 retratos do que Portugal é hoje. Da natalidade ao envelhecimento, do desemprego jovem à criação de empresas, da pobreza ao desperdício alimentar, da agricultura às pescas, do cinema aos livros, do turismo ao ambiente, da emigração ao desporto, do talento à habitação. São 30 temas, 30 números e 30 histórias”. *In*: <http://expresso.sapo.pt/legislativas2015/2015-09-10-Nos-portugueses-retratos-de-um-pais-que-vai-a-eleicoes> [última consulta em maio de 2016].

<sup>46</sup> Excerto do editorial do jornal *Público*, de 28 de junho de 2015, data em que as reportagens começaram a ser publicadas na sua edição de domingo. *In*: <https://www.publico.pt/sociedade/noticia/12-ideias-para-portugal-em-ano-de-eleicoes-1700326> [última consulta em maio de 2016].

publicada na edição de domingo do jornal, na versão impressa, se apresentava no *site* com vídeo, o que constituía uma diferença em relação à narrativa tradicional. Por fim, faz parte do *corpus* a série “Os anos da Troika”, uma reflexão “sobre o Portugal pós-troika numa grande reportagem em cinco tempos”<sup>47</sup>. Deste modo, estas reportagens encontram, desde logo, entre si, semelhanças aos níveis temático (o Portugal pós-*Troika*, em véspera de eleições) e formal (séries de reportagens digitais).

A nossa análise, cuja metodologia e resultados apresentaremos de seguida, é, portanto, baseada em 47 reportagens, divididas por três séries e provenientes da versão digital de três órgãos de comunicação social portugueses: o *Público* (12 reportagens, publicadas semanalmente entre junho e setembro de 2015), o *Expresso* (30 reportagens, publicadas diariamente entre 3 de setembro e 2 de outubro de 2015) e a *Rádio Renascença* (5 reportagens, que apenas se sabe serem do ano de 2014).

## 4.2. Metodologia

Se vimos que as abordagens à personagem são, tal como os Estudos Narrativos, multidisciplinares, criámos um modelo de análise, de acordo com essa tendência, que cruza a análise dos *media* – análise do discurso e análise de conteúdo, que permitem “verificar se a leitura feita do objeto pesquisado é válida e generalizável, além de possibilitar a descoberta de conteúdos e estruturas que demonstrem o que, a princípio, não passava de suspeita” (Cunha e Mantello, 2014: 63) – com os modelos de análise de personagens de Ofélia Paiva Monteiro (“Parâmetros para a avaliação da personagem”) e de Jens Eder (“Relógio das Personagens”)<sup>48</sup>. Para se alcançar o sentido global da narrativa jornalística e se avaliar as estratégias de figuração adotadas pelo autor, são analisadas todas as personagens de cada narrativa jornalística. Desta forma, é também possível perceber os objetivos do jornalista ao construir as suas personagens.

---

<sup>47</sup>Tal como acontece nos outros dois órgãos, na *Rádio Renascença* há também um parágrafo introdutório: “Três anos duros, de sacrifícios, de partida, de separação e de sofrimento. Como fica Portugal depois da intervenção da troika? É um regresso ao passado? Como se sente hoje o país? Que espaço ainda para a austeridade? Que tempo para a esperança? Reflexões sobre o Portugal pós-troika numa grande reportagem em cinco tempos.” **In:** <http://rr.sapo.pt/os-anos-da-troika/> [última consulta em maio de 2015].

<sup>48</sup> Durante o processo de investigação, cruzámo-nos ainda com os “Parâmetros de análise da descrição da personagem narrativa”, de Cristina Costa Vieira (Vieira, 2014: 128 e ss.). Contudo, não usámos este modelo para basear o nosso, já que os parâmetros que consideráramos poder adaptar à personagem jornalística também se encontram nos modelos de Jens Eder e de Ofélia Paiva Monteiro, enquanto outros são muito específicos da personagem de ficção, não havendo interesse em aplicá-los ao jornalismo (por exemplo, a “pormenorização” das descrições e a “valoração”). Este não deixa, contudo, a nosso ver, de ser uma proposta interessante para a análise de personagens ficcionais.

Isto porque se, na ficção, uma personagem pode cumprir efeitos meramente estéticos, no jornalismo as personagens têm sempre objetivos informativos, isto é, estão ao serviço da transmissão da informação, já que é essa a essência do jornalismo. Contudo, tal como na ficção, o processo de figuração pode ser mais ou menos elaborado, resultando em personagens de tipos distintos.

Assim sendo, o nosso modelo de análise de personagens jornalísticas contempla três grupos de categorias de análise: 1) identificação da peça jornalística; 2) análise da personagem; 3) aspetos formais<sup>49</sup>.

O grupo 1 tem por intuito fazer o levantamento de elementos identitários da peça que se está a trabalhar, no sentido de contextualizar a narrativa onde se inserem as personagens. Devem, assim, identificar-se:

- 1.1) o **título da peça**;
- 1.2) o **órgão de comunicação social**;
- 1.3) a **secção do jornal/site**;
- 1.4) o **capítulo** (no caso de reportagens digitais assim repartidas);
- 1.5) o **tema** da peça;
- 1.6) a **categoria da narrativa mais saliente na peça** (personagem, tempo ou espaço).

Contextualização feita, no grupo 2 pretendem analisar-se as personagens propriamente ditas. Para tal, propomos o levantamento dos seguintes dados:

- 2.1) **identificação da personagem** (nome ou designação principal);
- 2.2) **relevo** (personagem principal, personagem secundária, figurante);
- 2.3) **tipologia de personagem** (individual: a personagem é identificada pelo nome ou por outra designação individual, representando apenas aquele indivíduo; coletiva: os atributos dizem respeito a um conjunto de pessoas, a quem se atribui uma designação coletiva);
- 2.4) **composição** (identificar se se trata de uma personagem-tipo ou não);
  - 2.4.1) em caso afirmativo, identificar **o que tipifica**;
- 2.5) **discurso** (direto: o discurso da personagem é diretamente citado; indireto: o discurso da personagem está inserido no discurso do narrador; ausente: a personagem não tem voz própria, existindo apenas na narração);

---

<sup>49</sup> Cf. Anexo 1: Categorias de análise.

- 2.6) **número de citações e/ou vivos** (contabilização do número de ocorrências em que a personagem ‘fala’);
- 2.7) **caraterização** (direta, indireta ou mista);
- 2.8) **função da personagem na peça** (humanização, autoridade, caraterização de realidade ou caraterização de personagem);
- 2.9) **lexicalização** (levantamento dos nomes, adjetivos e advérbios usados, pelo jornalista, na caraterização da personagem);
- 2.9.1) **categorização** (tipos de caraterísticas que, através da lexicalização, são atribuídas à personagem: identificação demográfica, físicas, mentais, familiares, profissionais, sociais, psicológicas e/ou ideológicas);
- 2.10) **transitividade** (levantamento dos verbos usados, pelo jornalista, na caraterização da personagem e posterior análise dos processos de transitividade presentes)<sup>50</sup>;
- 2.11) **modalidade** (avaliação do discurso da personagem e sua caraterização em modalidade epistémica – quando ela exprime conhecimento acerca do que enuncia –, apreciativa – quando ela exprime um juízo de valor – ou deôntica – quando a personagem procura agir sobre quem ou o que fala) (Halliday, 2004: 618);
- 2.12) **tema** (identificação dos temas presentes no discurso das personagens: vida/experiência pessoal, trabalho, demografia, política, sociedade, economia).

Já que a personagem não é, no jornalismo, apenas construída com recurso a processos discursivos, mas tem também em conta aspetos formais, é destes que o grupo 3 de categorias de análise se ocupa. Assim, pretendemos aqui identificar:

- 3.1) **suporte principal da reportagem** (texto, vídeo ou imagem);
- 3.2) **uso de texto para a figuração** (menção ou não da personagem no texto);
- 3.3) **uso de vídeo para a figuração** (quando a personagem aparece ou se fala dela no vídeo);
- 3.4) **uso de fotografia para a figuração** (quando a personagem é retratada em imagem);

---

<sup>50</sup> A lexicalização e a transitividade são categorias da análise do discurso. A lexicalização permite verificar, ao nível discursivo, como são abordadas semanticamente as personagens, enquanto a transitividade estabelece uma relação entre personagem e ação narrativa, permitindo perceber o tipo de papéis desempenhados. Para tal, é necessário, após o levantamento dos verbos, identificar os processos de transitividade presentes, de acordo com as categorias de Halliday: materiais, mentais, relacionais, verbais, comportamentais e existenciais (para melhor compreensão de cada um, consultar Halliday, 2004: 170 e *ss.*).

3.5) **uso de som para a figuração** (quando um *clip* de som é usado para dar voz à personagem);

3.6) **tipos de fotografia/vídeo usados para a figuração** (vivo: a personagem é filmada a falar para a câmara; retrato: a personagem é diretamente retratada em fotografia; vídeo *in loco*: a personagem é filmada numa situação da vida real; fotografia *in loco*: a personagem é fotografada numa situação da vida real; fotografia de documentação pertencente à personagem).

Uma vez que estamos perante personagens jornalísticas construídas em narrativas digitais é do nosso interesse analisar a construção da personagem no contexto formal de toda a peça. Assim, incluímos ainda no grupo de categorias respeitantes aos aspetos formais da reportagem as seguintes:

3.7) **texto** (existência ou não de texto na peça);

3.8) **número de parágrafos de texto**;

3.9) **função do texto** (narração: o autor recorre ao texto para narrar factos; citação: recorre-se ao texto para citar a voz das personagens; ambos);

3.10) **vídeo** (existência ou não de vídeo na peça);

3.11) **número de *clips* de vídeo**;

3.12) **duração total do vídeo** (soma da duração dos *clips* de vídeo em toda a peça);

3.13) **tipo de vídeo** (entrevista/vivo; gravação *in loco*; música; peça jornalística; animação);

3.14) **função do vídeo** (narração; citação; ambas);

3.15) **som** (existência ou não de *clips* de som na peça);

3.16) **número de *clips* de som**;

3.17) **duração total do som** (soma da duração dos *clips* de som em toda a peça);

3.18) **tipo de som** (entrevista/vivo; som ambiente; música; narração);

3.19) **função do som** (narração; citação; narração e citação; complemento);

3.20) **imagens** (existência ou não de imagens na peça);

3.21) **número de imagens**;

3.22) **tipo de imagem** (fotografia, ilustração);

3.23) **infografia** (existência ou não de infografias na peça);

3.24) **tipo de infografia** (estática; dinâmica);

3.25) **links** (existência ou não de hiperligações na peça);

3.26) **número de links internos** (contabilização do número de hiperligações para dentro do próprio *site*);

3.27) **número de links externos** (contabilização do número de hiperligações fora do *site*).

Vejamos, pois, como se relaciona esta proposta com as de Jens Eder e de Ofélia Paiva Monteiro. Começemos por Eder que, lembramos, analisa as personagens sob quatro pontos de vista: personagem como sintoma, como artefacto, como símbolo e como ser representado. A categoria “personagem como sintoma” analisa as condições de criação da personagem, o impacto na audiência e o contexto cultural. Ora, o impacto na audiência não pode ser analisado recorrendo à análise de discurso e de conteúdo, pelo que fica de parte deste modelo. Quanto a condições de criação, tem de se ter em conta a ‘pretensão realista’ da narrativa jornalística, que pode ser entendida como um condicionamento à criação de personagens pelo jornalista (se pensarmos na liberdade do escritor de ficção para criar personagens). Já a intenção de criação terá que ver com a função da personagem na narrativa (categoria 2.8) e as experiências e estilo do produtor refletir-se-ão através da análise das categorias lexicalização (2.9), categorização (2.9.1) e transitividade (2.10). Por sua vez, os contextos culturais também têm em conta a essência da narrativa jornalística, enquanto os esquemas socioculturais e estereótipos se refletirão na tipologia de personagem (2.3) e na composição (2.4). De notar que, se se quiser analisar as conexões intertextuais, aplicar-se-á o modelo para estudar as diferentes representações de uma mesma pessoa, em várias narrativas, em vez de se estudarem as várias personagens de uma mesma narrativa. Ao ter em conta as especificidades do meio para a criação de personagens e a conformidade/reprodução de conceções de personagens já existentes, a categoria “personagem como artefacto” tem correspondência, no nosso modelo, no estudo dos códigos utilizados para a figuração das personagens (categorias 3.2 a 3.6) e ainda nas categorias composição (2.4), lexicalização (2.9) e transitividade (2.10). A terceira categoria de Eder – “personagem como símbolo” – analisa os “tópicos de referência” que permitirão ao leitor inferir significados sobre a personagem. Assim sendo, consideramos que todo o segundo grupo de categorias de análise, que diz respeito à análise de personagem, poderá revelar pistas para a construção de uma imagem mental, por parte do leitor, em relação a determinada personagem. Por último, é a categorização (2.9.1) que, ao analisar os tipos de características atribuídas à personagem, reflete as preocupações de Eder em relação à “personagem como ser representado”.

Os “parâmetros para a avaliação da personagem”, propostos por Ofélia Paiva Monteiro, não têm uma relação direta com as categorias de análise do nosso modelo. Isto deve-se, em parte, à própria essência de cada um dos modelos: enquanto Eder esquematiza um modelo com várias categorias e subcategorias, que podemos adaptar, a estudiosa apenas nos deixa pistas teóricas para analisar personagens, que nos poderão ajudar na interpretação dos dados resultantes da aplicação do nosso modelo de análise de personagens jornalísticas. Vejamos como.

A “substancialidade humana”, decorrendo da quantidade e diversidade dos elementos figurativos, leva-nos a crer que, quanto mais completa for a construção da personagem, maior capacidade de individuação ela terá, isto é, mais facilmente o leitor se lembrará dela e a utilizará como modelo para a sua vida. Sendo o espaço e o tempo categorias centrais da narrativa jornalística, é desejável que a personagem tenha uma “conetividade” com elas e, conseqüentemente, que tenha “operatividade diegética”, ou seja, um papel na construção da ação (muitas vezes, a exemplificação de certas situações). Por sua vez, a relação da personagem com o seu autor e a comparação com outras personagens por ele criadas não são parâmetros aplicáveis à narrativa jornalística, já que, como vimos, a criação de uma personagem jornalística não resulta de um processo criativo do jornalista, já que este tem um dever de referencialidade e um compromisso ético com a imparcialidade. Já a “colocação da personagem em comparação com as criadas por outros artistas” poderá ter que ver com a presença de estereótipos, a tipificação e os protótipos. É certo que, na literatura, a comparação entre personagens similares criadas por diferentes autores é um procedimento recorrente e que tem muito mais interesse do que a comparação de personagens criadas por jornalistas. Contudo, ao aplicarmos o nosso modelo de análise, estamos, automaticamente, a comparar personagens criadas por vários jornalistas, o que permite identificar padrões de criação de personagens nas narrativas jornalísticas. O último parâmetro – “impacto cultural e sobrevida das personagens” – é aquele que nos oferece mais renitência de aplicação ao jornalismo, isto porque podemos pensar a existência da personagem para além da narrativa jornalística num duplo sentido: se a pessoa que o jornalismo retrata não depende da narrativa para existir, não podemos falar em sobrevida<sup>51</sup>; pelo contrário, tendo em conta que a maior parte dos membros da audiência não conhece das figuras de quem os *media* falam, senão a personagem por eles construída, o facto de essa mesma audiência falar das pessoas como se as conhecesse, poderá talvez ser equiparado

---

<sup>51</sup>Carlos Reis identifica a sobrevida com situações em que “a personagem trata de ‘migrar’ do mundo ficcional para o mundo real. A personagem ganha então, em relação à figuração original, uma existência própria, deduzida, numa perspectiva fenomenológica, da chamada vida da obra literária” (Reis, 2015: 134)

a esse fenómeno, já que a personagem sai da narrativa jornalística para o discurso e, por isso, para a vida do leitor, o que quer dizer que a personagem teve impacto cultural.

Certo é que muitas das categorias presentes no nosso modelo não têm reflexo no “relógio das personagens” e, ainda menos, nos parâmetros de Ofélia Paiva Monteiro. Isso deve-se, como deixámos subentendido, à nossa necessidade de contextualizar as personagens na narrativa que as constrói, tanto em termos de identidade, como em termos formais. Esta proposta não pretende, pois, transformar-se num modelo de análise rígido, mas sim ser uma base para o estudo das personagens jornalísticas, neste caso, adaptado aos objetivos do nosso trabalho.

Antes de se partir para a aplicação do modelo, isto é, para a análise, foi feita uma leitura de todo o *corpus*, em jeito de pré-análise, a fim de detetar se as categorias eram adequadas e suficientes e ainda de se levantarem algumas hipóteses de trabalho, a serem confirmadas através da análise. Só então se partiu para a análise propriamente dita, feita com recurso ao *Microsoft Office Excel*: numa primeira fase, todas as reportagens foram analisadas, no sentido de fazer o levantamento dos dados e, a partir da sua leitura, retirar algumas conclusões (estando perante narrativas de alguma complexidade formal e estrutural, a análise não se deveria restringir a resultados quantitativos); a segunda fase consistiu na contabilização dos resultados. Por fim, procedemos à interpretação dos dados, cujos resultados agora apresentamos.

### 4.3. Resultados

Apesar de o *corpus* ser constituído por 47 reportagens, para efeitos de contabilização e análise consideraremos 61, já que, em 3 das 5 reportagens da *Rádio Renascença*, subdivididas em vários capítulos, entendemos que cada um deles funciona como uma reportagem independente: o tema é comum, mas a ação e as personagens são independentes<sup>52</sup>. Tendo sido analisadas cada uma das personagens figuradas nestas reportagens, o *corpus* é constituído por 488 personagens, distribuídas da seguinte forma: 250 no *Público*, 107 no *Expresso* e 131 na *Rádio Renascença*<sup>53</sup>. De salientar que, face à heterogeneidade do *corpus* em termos numéricos, todos os resultados serão apresentados em percentagem, para que a comparação entre eles assumam uma medida justa.

Começamos por avaliar a valorização da personagem, enquanto categoria narrativa. Se o facto de existirem, em 47 reportagens, 488 personagens, pode ser, por si só, relevante,

---

<sup>52</sup> Cf. Tabela 2 (Anexo 2)

<sup>53</sup> Cf. Tabelas 1, 1.1., 1.2. e 1.3 (Anexo 2)

avaliando, através da leitura de cada reportagem, qual a categoria da narrativa mais relevante, verificamos que em 69% das reportagens é a personagem que ocupa esse lugar cimeiro, face a 30% em que é a ação e apenas 1% em que é o espaço<sup>54</sup>. Contudo, se esta tendência de valorização da personagem se confirma no *Expresso*<sup>55</sup> e na *Rádio Renascença*<sup>56</sup>, no *Público* é a ação a categoria mais relevante, figurando como categoria principal em 9 das 12 reportagens, sendo que só em duas delas é que a personagem é a categoria mais valorizada, havendo também uma onde é o espaço<sup>57</sup>. Talvez isto suceda pelo facto de o próprio objetivo das reportagens do *Público* ser diferente do dos outros dois conjuntos: enquanto o *Expresso* pretende fazer “30 retratos” do país e a *Rádio Renascença* também almeja dar rosto ao Portugal pós-Troika, o intuito do *Público* é o de apresentar ideias desenvolvidas noutros países que considera poderem ser aplicadas em Portugal. Assim, se, nos primeiros dois casos, a personagem é a categoria mais valorizada, por se desejar dar rosto a uma situação, no caso do *Público*, a ação pode assumir mais relevância do que as personagens. Não quer isto dizer, contudo, que, no *Público*, a personagem não seja uma categoria importante. Verifica-se até o contrário, se contabilizarmos o número médio de personagens por reportagem<sup>58</sup>, já que é o *Público* o órgão que mais constrói personagens: 21, contra 7 na *Rádio Renascença* e 4 no *Expresso*.

Em termos de tipologia das personagens, verifica-se um claro domínio das personagens individuais (92%)<sup>59</sup> e das personagens-tipo (62%)<sup>60</sup>. O *Público* é o órgão que mais investe em personagens coletivas (11% face a 6%, no *Expresso*, e 4% na *Rádio Renascença*)<sup>61</sup>, embora, não raro, aconteça que, quando uma personagem coletiva – isto é, uma classe – é figurada, haja uma ou mais personagens individuais que a representem. Por exemplo, na reportagem do *Público* “Por que é que o país da *école maternelle* é tão 'confortável para se ter filhos'?”<sup>62</sup>, são figuradas as personagens coletivas “amas” e “francesas”, sendo que a personagem Isabel Anselmo representa as amas e Solen representa as francesas. Em termos de tipologia, o *Expresso* é o órgão em que há uma menor percentagem de personagens-tipo<sup>63</sup> (o *Expresso* figura exatamente metade (50%) das personagens enquanto tipos), enquanto tanto no *Público*

---

<sup>54</sup> Cf. Tabela 2 (Anexo 2)

<sup>55</sup> Cf. Tabela 2.2. (Anexo 2)

<sup>56</sup> Cf. Tabela 2.3. (Anexo 2)

<sup>57</sup> Cf. Tabela 2.1. (Anexo 2)

<sup>58</sup> Para calcular o número médio de personagens em cada órgão, foi calculado o número total de personagens, que foi posteriormente dividido pelo número de reportagens.

<sup>59</sup> Cf. Tabela 3 (Anexo 2)

<sup>60</sup> Cf. Tabela 4 (Anexo 2)

<sup>61</sup> Cf. Tabelas 3.1., 3.2. e 3.3. (Anexo 2)

<sup>62</sup> Disponível em <https://www.publico.pt/sociedade/noticia/por-que-e-que-o-pais-da-ecole-maternelle-e-cao-confortavel-para-se-ter-filhos-1699999> [última consulta em maio de 2016]

<sup>63</sup> Cf. Tabela 4.2 (Anexo 2)

como na *Rádio Renascença* predominam as personagens-tipo: 63% no *Público*<sup>64</sup> e 70% na *Rádio Renascença*<sup>65</sup>.

Quanto à caracterização, predominam as personagens caracterizadas de forma mista, isto é, simultaneamente de forma direta – pelo narrador-jornalista – e indireta – através de inferências retiradas pelo leitor do discurso da própria personagem ou do de outras personagens sobre aquela. É, pois, assim em 70% das personagens, face a 26% caracterizadas apenas de forma direta e a 4% que o são de forma indireta<sup>66</sup> (é de salientar que o *Expresso* nunca caracteriza personagens de forma indireta<sup>67</sup>).

Tal como na ficção, também identificámos nas narrativas jornalísticas personagens com relevos distintos: principais, quando a sua história é muito valorizada na reportagem e o seu discurso é significativo; secundárias, aquelas a quem, normalmente, é dada voz, embora a sua história sirva para reforçar alguma ideia ou, nalguns casos exercer autoridade (ou seja, consideramos personagens secundárias aquelas cuja ação não é tão relevante como a das personagens principais); e, por fim, figurantes, assim classificadas as personagens que são referidas e cuja voz é inexistente ou residual, servindo apenas para ajudar à caracterização de uma realidade ou de outra personagem. Encontrámos, nas narrativas analisadas, um equilíbrio numérico entre os três tipos de personagens: no total, 36% das personagens são principais, 35% secundárias e 29% figurantes<sup>68</sup>.

Sem querer recuperar o funcionalismo greimasiano<sup>69</sup>, parece-nos relevante perceber que funções assumem estas personagens no interior das narrativas jornalísticas em análise: i) humanização: a personagem tem uma história consistente que lhe serve para dar rosto/exemplificar a situação de que se está a falar na peça jornalística<sup>70</sup>; ii) autoridade: a personagem surge na condição de fornecer argumentos de autoridade<sup>71</sup>; iii) caracterização de personagem: a personagem é apenas mencionada para auxiliar à caracterização de uma outra (ou seja, são aquilo a que José Augusto Cardoso Bernardes chama de “personagens acidentais”, já

---

<sup>64</sup> Cf. Tabela 4.1. (Anexo 2)

<sup>65</sup> Cf. Tabela 4.3. (Anexo 2)

<sup>66</sup> Cf. Tabela 5 (Anexo 2)

<sup>67</sup> Cf. Tabela 5.2. (Anexo 2)

<sup>68</sup> Cf. Tabela 1 (Anexo 2)

<sup>69</sup> Como já tivemos oportunidade de observar, Greimas identifica para as personagens apenas seis funções: sujeito, objeto, destinador, destinatário, adjuvante e opositor (Herman; Jahn; Ryan, 2008: 1).

<sup>70</sup> As personagens com função de humanização podem ter semelhanças com as “personagens-anáforas” de que fala Philippe Hamon, já que estas “tecem no enunciado uma rede de *apelos* e *lembranças* a segmentos de enunciados”, tendo uma “função essencialmente organizadora e coesiva”, ou seja “são de algum modo os signos mnemotécnicos do leitor: personagens de predicadores, personagens dotadas de memória, personagens que semeiam ou interpretam indícios, etc.” (Hamon, s/d: 88).

<sup>71</sup> Na terminologia de Hamon, aquilo a que designamos personagens com função de autoridade pode corresponder às “personagens-embraiadores”, já que funcionam como “porta-vozes” (Hamon, s/d: 88).

que não desempenham uma função actancial, surgindo na diegese apenas com o intuito de caracterizar outra personagem<sup>72</sup>); iv) caracterização de realidade<sup>73</sup>: a personagem surge para demonstrar uma determinada realidade, mas não tem a substância suficiente para se considerar que humaniza essa mesma situação. Aplicando estas categorias à análise do nosso *corpus*, verificamos que predominam as personagens com função de humanização (44%), sendo que 28% das personagens desempenham a função de autoridade, 16% a de caracterização de personagem e 12% a de caracterização de realidade, dando-se o caso de 1% das personagens (todas do *Expresso*) desempenharem, ao mesmo tempo, as funções de humanização e autoridade<sup>74</sup>. Predominando, nos três órgãos, as personagens que desempenham a função de humanização, importa salientar que, no *Expresso*, se verifica um equilíbrio entre as que desempenham essa função (38%) e as que desempenham a de autoridade (36%)<sup>75</sup>.

No nosso entender, tanto o relevo como a função das personagens são vetores basilares para o estudo da personagem jornalística, pois é a relação de ambos com outras categorias de análise que nos permitirá identificar as diferenças, em termos de figuração, dos vários tipos de personagens no jornalismo. Assim, a primeira relação a fazer-se é, precisamente, a do relevo com a função das personagens, o que nos leva a concluir que a maior parte das personagens que desempenham a função de humanização são personagens principais (63%), as autoridades secundárias (70%) e as personagens com função de caracterização são, normalmente, figurantes (92% de figurantes com a função de caracterização de personagem e 74% com a função de caracterização de realidade)<sup>76</sup>, ou seja, as categorias função e relevo influenciam-se mutuamente, nas narrativas em análise, confirmando a definição de “Personagem” operada por Carlos Reis e Ana Lopes, na qual se diz que o relevo e a composição da personagem são “indissociáveis da intervenção na ação” (Reis e Lopes, 1990: 308).

Em qualquer narrativa, seja ela factual ou ficcional, o discurso das personagens é um elemento de fulcral importância para a sua caracterização. Além disso, no caso do jornalismo, é de máxima importância a citação das fontes de informação, pelo que a análise da tipologia do discurso das personagens é também uma categoria relevante. Verifica-se, assim, que há um domínio do discurso direto (atribuído a 53% das personagens), mas, por outro lado, a

---

<sup>72</sup> José Augusto Cardoso Bernardes, em comunicação sobre “A personagem em contexto épico”, realizada num *workshop* do grupo de investigação “Figuras da Ficção”, no dia 4 de maio de 2016.

<sup>73</sup> As personagens com função de caracterização – tanto de personagem como de realidade – encontram também correspondência nas categorias de Hamon: equivalem a “personagens-referenciais”, ou seja, são aquelas que “servirão essencialmente de ‘ancoragem’ referencial [...]”; assegurarão, pois, o que R. Barthes chama ‘efeito do real’” (Hamon, s/d: 88).

<sup>74</sup> Cf. Tabela 6 (Anexo 2)

<sup>75</sup> Cf. Tabela 6.2. (Anexo 2)

<sup>76</sup> Cf. Tabela 7 (Anexo 2)

percentagem de personagens sem discurso é, também ela, significativa (32%). Além disso, em 14% das personagens, opta-se por atribuir os dois tipos de discurso (direto e indireto), sendo bastante residual a presença do discurso indireto *per se* (1%)<sup>77</sup>. Deste modo, conclui-se que é dada voz a 67% das personagens, número que representa a soma das personagens a quem é atribuído o discurso direto com as que têm associado discurso direto e indireto.

Sendo o discurso direto o mais significativo nos três órgãos (45% no *Público*; 51% no *Expresso*; 68% na RR), é de ressaltar que o *Público* é o órgão que detém a maior percentagem de personagens sem discurso (41%) e que o *Expresso*, embora nunca faça uso apenas do discurso indireto, é o órgão que mais joga com a mistura dos dois tipos de discurso (fá-lo em 28% das personagens, enquanto, no *Público*, a percentagem é de 12% e de apenas 5%, na *Rádio Renascença*)<sup>78</sup>.

O tipo de discurso das personagens é influenciado pelo seu relevo: na maior parte, tanto das personagens principais (76%), como das secundárias (63%), predomina o discurso direto, enquanto a maioria dos figurantes não fala (86%)<sup>79</sup>, tendência que se verifica nos três órgãos<sup>80</sup>, o que, neste último caso, é justificado pelo próprio relevo da personagem<sup>81</sup>. Também a função que o jornalista atribui à personagem influencia o tipo de discurso que lhe atribui: o discurso direto é predominante nas personagens com função de humanização (71%) e com função de autoridade (69%), enquanto nas personagens com função de caracterização predomina a ausência de discurso (é assim em 94% das personagens com função de caracterização de personagem e em 86% das com função de caracterização de realidade)<sup>82</sup>. O *Expresso* é o órgão que, neste domínio, apresenta uma ligeira fuga à tendência, já que também as personagens com função de caracterização falam, maioritariamente, em discurso direto, ou seja, no *Expresso*, a função não influencia de sobremaneira o tipo de discurso<sup>83</sup>. Se compararmos a função da personagem com a simples existência de discurso, confirmamos o facto de serem as que desempenham as funções de humanização e de autoridade aquelas que mais falam: 84% das personagens que desempenham a função de humanização, 94% das que desempenham a função de autoridade e 100% das que desempenham as duas funções em simultâneo têm discurso<sup>84</sup>. Ainda assim, às personagens com função de autoridade é atribuído discurso mais vezes do que

---

<sup>77</sup> Cf. Tabela 8 (Anexo 2)

<sup>78</sup> Cf. Tabelas 8.1., 8.2. e 8.3. (Anexo 2)

<sup>79</sup> Cf. Tabela 9 (Anexo 2)

<sup>80</sup> Cf. Tabelas 9.1., 9.2. e 9.3. (Anexo 2)

<sup>81</sup> Segundo o *Dicionário de Narratologia*, muitas vezes, o figurante é “designado ou rapidamente descrito pelo narrador, sem chegar a tomar a palavra” (Reis e Lopes, 1990: 157).

<sup>82</sup> Cf. Tabela 10 (Anexo 2)

<sup>83</sup> Cf. Tabela 10.2. (Anexo 2)

<sup>84</sup> Cf. Tabela 11 (Anexo 2)

às personagens com função de humanização: é atribuído discurso a 91% destas personagens no *Público*, 97% no *Expresso* e também 97% na *Rádio Renascença*<sup>85</sup>. Para terminar, verificando o número médio de citações, é a *Rádio Renascença* que mais dá voz às personagens: apresenta uma média de 111 citações e/ou vivos, por reportagem, face a 42 no *Público* e 21 no *Expresso*<sup>86</sup>, o que se justifica, no nosso entender, por estarmos a falar do meio radiofónico.

Se, até agora, analisámos o discurso apenas em termos da sua existência ou inexistência, de como a primeira se manifesta e da forma como o relevo e a função das personagens influenciam a tipologia do seu discurso, procederemos, agora, à análise do conteúdo do discurso, propriamente dito. Para tal, é necessário avaliar dois tipos de discurso: o do narrador-jornalista e o da própria personagem. O discurso do jornalista foi analisado em termos de lexicalização e, conseqüentemente, categorização, e transitividade, enquanto, no discurso da personagem, foi avaliada a modalidade e identificados os temas.

Através do seu discurso e, mais propriamente, em função dos nomes, adjetivos e advérbios que usa, o narrador-jornalista está, direta ou indiretamente, a atribuir características às suas personagens. Convém salientar, antes de mais, que predominam, nas reportagens analisadas, os processos de caracterização mista, ou seja, em que as personagens são, ao mesmo tempo, caracterizadas através do discurso do narrador, do seu próprio discurso e/ou do discurso de outras personagens sobre ela: no total, 70% das personagens são assim caracterizadas, face a 26% que o são apenas de forma direta (o discurso do narrador caracteriza diretamente a personagem) e 4% são caracterizadas de forma indireta (é através de inferências que o leitor tem acesso à caracterização da personagem)<sup>87</sup>.

Com base na interpretação das reportagens, no levantamento dos vocábulos usados pelo jornalista para caracterizar a personagem e na sua posterior avaliação/interpretação, identificámos os tipos de características atribuídos a cada personagem, ou seja, a sua categorização. Elencámos, pois, sete tipos de características atribuídas às personagens nas reportagens: i) identificação demográfica: características como o nome, a idade ou a naturalidade da personagem, isto é, que a identifiquem em termos demográficos; ii) físicas: a personagem é identificada por atributos ligados à sua fisionomia; iii) familiares: identificação da personagem através de relações familiares; iv) profissionais: a personagem é caracterizada em termos da sua vida profissional; v) sociais: são referidos aspetos da vida em sociedade da personagem; vi) psicológicos: referência à vida mental da personagem; vii) ideológicos: são mencionadas

---

<sup>85</sup> Cf. Tabelas 11.1., 11.2. e 11.3. (Anexo 2)

<sup>86</sup> Cf. Tabela 12 (Anexo 2)

<sup>87</sup> Cf. Tabela 13 (Anexo 2)

convicções ideológicas da personagem. Cada personagem pode, então, ser caracterizada com recurso apenas a um tipo de características ou à combinação de vários elementos. Para que se chegassem a resultados significativos, a análise da categorização foi feita de dois modos: num primeiro momento, individualizaram-se os elementos de categorização, por forma a encontrar a predominância do uso de cada tipo de categorização; depois, foi analisada a diversidade da categorização, isto é, quantas personagens foram categorizadas apenas com um elemento, quantas o foram com mais, independentemente do tipo de categorias, e ainda quantas não foram categorizadas (uma vez que esta categoria analisa o discurso do jornalista, há a possibilidade de a personagem ser figurada apenas com recurso ao seu próprio discurso, sem intervenção do jornalista). Assim, conclui-se que os elementos demográficos são os mais comumente atribuídos às personagens (79%), sendo também significativa a percentagem de personagens categorizadas em termos profissionais (59%), familiares (26%) e sociais (23%). Menos significativas são as percentagens de personagens categorizadas em termos físicos (2%), psicológicos (2%) e ideológicos (1%)<sup>88</sup>. No que diz respeito à diversidade, predominam as personagens que resultam da combinação de dois tipos de categorização (64%)<sup>89</sup>. Mais uma vez, fizemos o cruzamento desta categoria de análise com os vetores relevo e função, tendo concluído que as personagens principais são as mais diversificadas em termos de categorização (100% das personagens categorizadas com 5 elementos, 86% das com 4 elementos e 51% das com 3 elementos desempenham esta função), sendo que 43% das personagens caracterizadas com 2 elementos são secundárias e 47% das personagens categorizadas apenas com 1 elemento e 100% das personagens sem categorização são figurantes, ou seja, tal como na ficção<sup>90</sup>, quanto maior for o relevo da personagem, mais se investe na sua categorização<sup>91</sup>. Esta tendência é confirmada pelo *Público*<sup>92</sup> e pelo *Expresso*<sup>93</sup>, mas a *Rádio Renascença* apresenta uma variação: a maioria das personagens categorizadas apenas com 1 elemento são principais e os figurantes são também categorizados com 2 ou 3 elementos<sup>94</sup>.

Mais uma vez, a função que a personagem desempenha na narrativa é influente para a sua categorização. Se compararmos a utilização de determinado número de elementos para categorizar as várias personagens, constatamos que: i) as personagens sem categorização

---

<sup>88</sup> Cf. Tabela 14 (Anexo 2)

<sup>89</sup> Cf. Tabela 17 (Anexo 2)

<sup>90</sup> Na definição de “Personagem” do *Dicionário de Narratologia*, é dito que o destaque da personagem, isto é, o seu relevo na ação, está “quase sempre em ligação direta com o tipo e a intensidade da caracterização que lhe é consagrada” (Reis e Lopes, 1990: 308).

<sup>91</sup> Cf. Tabela 15 (Anexo 2)

<sup>92</sup> Cf. Tabela 15.1. (Anexo 2)

<sup>93</sup> Cf. Tabela 15.2. (Anexo 2)

<sup>94</sup> Cf. Tabela 15.3. (Anexo 2)

desempenham as funções de caracterização de realidade e de personagem, sendo que o *Expresso* não tem personagens sem categorização; ii) no *Expresso*, 50% das personagens categorizadas com 1 elemento desempenham a função de caracterização de realidade, enquanto no *Público* e na *Rádio Renascença* são as personagens com função de humanização as que predominam com apenas 1 elemento de categorização; iii) no *Expresso* e na *Rádio Renascença*, as personagens com função de autoridade são sempre categorizadas com dois elementos (normalmente são categorizadas em termos demográfico e profissional), embora no *Público* a maioria das personagens com dois tipos de categorização também desempenhem a função de autoridade; iv) os 4 e 5 elementos são reservados às personagens com função de humanização<sup>95</sup>. Assim, no geral, podemos dizer que as personagens com função de humanização são as mais complexas, as que desempenham a função de autoridade têm normalmente um modelo fixo (2 elementos de categorização, que normalmente são os mesmos) e que as personagens com funções de caracterização são aquelas em que menos se investe.

Quanto à influência da função para os tipos de categorização, verifica-se o seguinte: i) a categorização demográfica está distribuída por personagens de todas as funções, embora se saliente nas personagens com função de humanização (96%) e de autoridade (98%); ii) também as categorias profissionais são atribuídas, maioritariamente, a personagens com essas funções (41% das personagens com função de autoridade e 38% das personagens com função de humanização); iii) já as características sociais salientam-se nas personagens com função de humanização (53%), caracterização de realidade (24%) e caracterização de personagem (18%); iv) as características familiares predominam nas personagens com função de humanização (56%) e caracterização de personagem (41%); v) embora, no total, não sejam muito significativas, as características ideológicas são apenas atribuídas a personagens com função de humanização; vi) as características físicas só são atribuídas a personagens com função de humanização (86%) e de caracterização de realidade (14%); vii) por fim, as características psicológicas são atribuídas a personagens com função de caracterização de realidade (38%), humanização (38%) e autoridade (25%)<sup>96</sup>.

Com vista a um melhor entendimento sobre a categorização das personagens de cada função, procedemos à sua caracterização, por órgão de comunicação. Deste modo, temos que: i) no *Público*, as personagens com função de humanização são aquelas a quem podem ser atribuídos traços de todas as categorias, sendo mais significativas as características demográficas (95%), profissionais (61%), familiares (30%) e sociais (23%); às personagens com função de

---

<sup>95</sup> Cf. Tabelas 19.1., 19.2. e 19.3. (Anexo 2)

<sup>96</sup> Cf. Tabela 16 (Anexo 2)

autoridade são atribuídos maioritariamente traços profissionais (98%) e demográficos (95%), podendo também apresentar traços sociais (6%) e psicológicos (6%); as personagens com função de caracterização de personagem têm direito, principalmente, a traços demográficos (82%) e familiares (77%), mas podem também apresentar características profissionais (36%) e sociais (21%); por fim, as personagens que desempenham o cargo de caracterização de realidade apresentam traços de todas as categorias, exceto ideológicos, embora as percentagens mais significativas sejam de características de identificação demográfica (55%), profissionais (52%) e sociais (36%)<sup>97</sup>; ii) o *Expresso* atribui às personagens com função de humanização traços de todos os tipos, exceto ideológicos e físicos (traços dos quais nunca faz uso), sendo que a 98% das personagens com esta função são atribuídas características de identificação demográfica, a 71% profissionais, a 56% sociais e a 34% familiares, enquanto as personagens com função de autoridade são sempre categorizadas em termos demográficos e profissionais (100% nas duas categorias), não se lhes atribuindo outras características; às personagens com função de caracterização de personagem, tal como às personagens com função de humanização (embora com diferente importância), são atribuídas características familiares (65%), profissionais (41%), de identificação demográfica (35%) e sociais (29%) e as personagens com função de caracterização de realidade têm apenas direito a características sociais (80%), profissionais (60%) e de identificação demográfica (35%)<sup>98</sup>; iii) a *Rádio Renascença* também atribui às personagens com função de humanização traços variados (de todos os tipos, exceto psicológicos) e, tal como no *Público* e no *Expresso*, as características de identificação demográfica (96%), familiares (57%), profissionais (43%) e sociais (22%) são as mais significativas; às personagens com função de autoridade apenas são atribuídas características de identificação demográfica (100%), profissionais (94%) e sociais (6%), enquanto aquelas que desempenham a função de caracterização de personagem são categorizadas em termos familiares (90%), profissionais (43%), sociais (38%) e demográficos (19%); por fim, às personagens com função de caracterização de realidade são atribuídos apenas traços sociais (90%), demográficos (70%) e profissionais (60%)<sup>99</sup>. De salientar que, como já referimos, o *Expresso* é o único dos três órgãos que constrói personagens com dupla função: ao mesmo tempo que as pessoas a partir das quais a personagem é construída são influentes e têm autoridade sobre aquilo que falam, elas têm uma história pessoal, uma experiência para contar. A estas personagens são sempre atribuídas

---

<sup>97</sup> Cf. Tabela 16.1. (Anexo 2)

<sup>98</sup> Cf. Tabela 16.2. (Anexo 2)

<sup>99</sup> Cf. Tabela 16.3. (Anexo 2)

características de identificação demográfica e familiares, havendo também uma que é categorizada em termos familiares.

Além da lexicalização e, conseqüentemente, da categorização, o discurso do narrador-jornalista foi também analisado em termos de transitividade<sup>100</sup>, já que, através da classificação dos verbos em diferentes categorias, é possível concluir o que é que é valorizado na personagem, ou seja, os papéis que desempenha na narrativa: o que faz (processos materiais), o que pensa ou sente (processos mentais), o que a caracteriza ou identifica, ou seja, os seus atributos (processos relacionais), os processos de consciência que se manifestam (processos comportamentais), o que diz (processos verbais) ou, noutro caso, a personagem vale simplesmente por aquilo que é (processos existenciais) (Halliday, 2004: 170 e ss.).

Assim, avaliando a utilização de cada tipo de verbos de forma individualizada, constata-se que, em termos globais, os processos existenciais e comportamentais são os menos valorizados (5% e 7%, respetivamente), ao contrário dos processos materiais, que são os mais utilizados (54% das personagens), sendo que os processos verbais, relacionais e mentais são também significativos (40%, 40% e 35%, respetivamente)<sup>101</sup>. Analisando os dados em cada órgão de comunicação social percebemos que, enquanto o *Público* faz jus aos resultados gerais, no *Expresso*, os processos verbais são os mais significativos (70%), os processos mentais (54%) são mais valorizados do que os relacionais (33%) e os processos materiais os segundos mais valorizados (55%)<sup>102</sup>. Também a *Rádio Renascença* apresenta uma ligeira diferença, já que os processos mentais são fortemente valorizados (33%), seguindo-se imediatamente aos processos materiais, que se mantém também no 1.º lugar (59%).

Relacionando a função com a transitividade, todos os tipos de processos são mais significativos nas personagens com função de humanização. Contudo, se observarmos as percentagens em função da utilização de cada processo de transitividade, concluímos que, nas personagens com função de humanização, são mais significativos os processos materiais (74%), relacionais (61%), mentais (50%) e verbais (43%); nas autoridades, são os processos verbais (65%) e mentais (29%) que predominam e, nas personagens com função de caracterização de personagem e de caracterização de realidade, são os processos materiais e relacionais os mais significativos<sup>103</sup>, ou seja, as personagens com função de humanização são valorizadas pelas

---

<sup>100</sup> Segundo Halliday (2004: 170), a transitividade “constrói o mundo da experiência num conjunto viável de tipos de processos, em que cada tipo de processo providencia o seu próprio esquema ou modelo para constituir um domínio particular da experiência como uma figura de tipo particular”.

<sup>101</sup> Cf. Tabela 20 (Anexo 2)

<sup>102</sup> Cf. Tabela 20.2. (Anexo 2)

<sup>103</sup> Cf. Tabela 21 (Anexo 2)

suas ações, os seus atributos e pelo que pensam e dizem; as autoridades eminentemente valorizadas pelo que dizem e pensam e, nas personagens com função de caracterização, valem as ações e os atributos.

Em relação ao relevo, verifica-se que, no geral, a transitividade é diretamente proporcional ao relevo, ou seja, todos os processos de transitividade predominam nas personagens principais, têm a segunda percentagem mais significativa nas personagens secundárias e são menos significativos nos figurantes<sup>104</sup>. No entanto, analisando mais uma vez os resultados órgão a órgão, concluímos que a *Rádio Renascença* e o *Público* não refletem os resultados globais: na primeira, os processos materiais e mentais são mais utilizados para os figurantes do que para as personagens secundárias<sup>105</sup> e, no segundo, os processos materiais e relacionais predominam nos figurantes e os processos existenciais nas personagens secundárias<sup>106</sup>. Concluímos ainda que o relevo tem também influência na diversidade de processos de transitividade associados a uma personagem: as personagens principais são as mais diversificadas em termos de transitividade (predominam aquelas a quem são atribuídos 3 a 6 processos de transitividade)<sup>107</sup>, às personagens secundárias são maioritariamente atribuídos 2 processos e aos figurantes apenas 1. Somente o *Público* foge à tendência, no que respeita à associação de 3 processos de transitividade a uma personagem, já que a maioria das personagens constituídas por 3 processos são secundárias, e não principais<sup>108</sup>.

Mais uma vez, também a função da personagem e a transitividade a ela associada se influenciam mutuamente: as personagens com função de humanização são as mais diversificadas em termos de transitividade (predominam aquelas a quem são atribuídos 3 a 6 processos de transitividade) e as personagens que desempenham as outras três funções têm, maioritariamente, apenas 1 ou 2 processos de transitividade associados<sup>109</sup>.

Além destas duas categorias de análise do discurso, usadas para analisar o discurso do narrador-jornalista, o discurso das personagens foi analisado, como já referimos, em termos de modalidade e tema. Concluímos, assim, que as percentagens mais significativas que se nos apresentam são as de personagens que falam na modalidade epistémica (39%) e de personagens que usam, no seu discurso, as modalidades epistémica e apreciativa (37%), sendo a tendência confirmada nos três órgãos analisados<sup>110</sup>. Além disso, individualizando cada tipo de

---

<sup>104</sup> Cf. Tabela 22 (Anexo 2)

<sup>105</sup> Cf. Tabela 22.3. (Anexo 2)

<sup>106</sup> Cf. Tabela 22.1. (Anexo 2)

<sup>107</sup> Cf. Tabela 23 (Anexo 2)

<sup>108</sup> Cf. Tabela 23,1 (Anexo 2)

<sup>109</sup> Cf. Tabela 24 (Anexo 2)

<sup>110</sup> Cf. Tabelas 25, 25.1., 25.2. e 25.3. (Anexo 2)

modalidade, é quase total a presença da modalidade epistémica no discurso das personagens: em termos totais, ela está presente no discurso de 94% das personagens, e, particularizando, em 92% das do *Público*, 93% das do *Expresso* e 99% das da RR<sup>111</sup>. Por conseguinte, quando relacionamos a função da personagem na narrativa com a modalidade do seu discurso, a modalidade epistémica predomina nas personagens com todas as funções. Contudo, fazendo a comparação em termos do uso das várias modalidades, é de salientar que a modalidade deôntica é maioritariamente utilizada por personagens com função de autoridade, ao contrário das outras funções, em que predomina a modalidade epistémica<sup>112</sup>. Esta tendência é confirmada pelo *Público* e pela *Rádio Renascença*, sendo que o que varia, no *Expresso*, é o domínio da modalidade epistémica nas personagens com função de autoridade e da modalidade deôntica nas que desempenham a função de humanização<sup>113</sup>.

Considerámos ainda relevante, no que ao discurso das personagens diz respeito, fazer o levantamento dos temas, para, posteriormente, relacionar com a modalidade e, desse modo, perceber de que e como falam as personagens. Isto porque, se toda a narrativa jornalística resulta de uma seleção, também o discurso das personagens é selecionado. Contudo, para que se encontrassem pontos em comum entre os temas abordados pelas personagens construídas pelos vários órgãos, optámos por agrupar os assuntos em grandes temas, sem detalhar ou especificar o seu desenvolvimento<sup>114</sup>. Assim, durante a pré-análise do *corpus*, fomos identificando esses temas, tendo chegado ao seguinte conjunto: vida/experiência pessoal, trabalho, política, sociedade, demografia e economia.

Tal como acontece com as categorias categorização, transitividade e modalidade, a uma personagem pode estar associado mais do que um tema. Deste modo, mais uma vez, para efeitos de contabilização, os temas foram individualizados. Conclui-se, pois, que o mais comum é a personagem falar da sua vida ou da sua própria experiência (47%), sendo que é também relevante a percentagem de personagens que falam de temas relacionados com a sociedade (45%)<sup>115</sup>. Em todos os órgãos, estes são os dois temas mais comuns, embora no *Público* seja também muito significativa a percentagem de personagens a falar sobre política (43%)<sup>116</sup>.

---

<sup>111</sup> Cf. Tabelas 26, 26.1., 26.2. e 26.3. (Anexo 2)

<sup>112</sup> Cf. Tabela 27 (Anexo 2)

<sup>113</sup> Cf. Tabelas 27.1., 27.2. e 27.3. (Anexo 2)

<sup>114</sup> Por outras palavras, se, por exemplo, uma personagem falava de política educativa, outra de política orçamental, outra de política municipal, considerou-se sempre que o tema do discurso era a política.

<sup>115</sup> Cf. Tabela 28 (Anexo 2)

<sup>116</sup> Cf. Tabelas 28.1., 28.2. e 28.3. (Anexo 2)

Relativamente ao modo como são discursivizados os temas, constatamos que são abordados maioritariamente através da modalidade epistémica<sup>117</sup>, encontrando-se uma exceção apenas no *Expresso*: o tema trabalho é maioritariamente abordado com uma modalidade apreciativa<sup>118</sup>. Fazendo a comparação tendo em conta o uso de cada modalidade, verificamos que, no geral, os temas que mais são abordados na modalidade apreciativa são sociedade (34%), vida/experiência pessoal (24%) e política (20%) e os mais abordados na modalidade deontica são política (39%) e sociedade (24%). Mais uma vez, neste aspeto, o *Expresso* apresenta ligeiras diferenças, já que a modalidade apreciativa é mais significativa nos temas sociedade (36%), política (22%), vida/experiência pessoal (16%) e trabalho (16%) e a percentagem mais significativa do uso da modalidade deontica está associada ao tema vida/experiência pessoal (38%), só depois surgindo a sociedade (25%) e a política (19%).

Ainda no que aos temas diz respeito, é muito evidente a influência da função das personagens no seu discurso: vida/experiência pessoal (96%) e trabalho (79%) são temas maioritariamente abordados pelas personagens com função de humanização, enquanto política (77%), sociedade (58%), demografia (64%) e economia (71%) são temas que prevalecem no discurso das personagens com função de autoridade, tendência que se mantém sem exceções, nos três órgãos<sup>119</sup>.

Analisado o discurso do narrador-jornalista e das personagens e uma vez que é objetivo deste estudo identificar os mecanismos de figuração de personagens em narrativas jornalísticas digitais, é agora tempo de observar a utilização dos recursos digitais, nas reportagens em estudo e, mais concretamente, de perceber a relação dessa utilização com a figuração de personagens.

Começemos pela identificação do suporte principal das reportagens. Aqui, conclui-se que o texto verbal continua a ser o principal modo semiótico usado nas reportagens (78%), embora em 18% – a segunda percentagem mais significativa – o vídeo e o texto tenham igual importância<sup>120</sup>. Contudo, esta equiparação de importância dos dois modos expressivos apenas se verifica na *Rádio Renascença* (em 55% das suas reportagens)<sup>121</sup>, já que, no *Público*, todas as reportagens têm o texto como suporte principal<sup>122</sup> e, no *Expresso*, a predominância do texto é de 97%<sup>123</sup>. Esta valorização do texto é refletida na figuração das personagens: 99% das personagens são totalmente ou em parte figuradas através dele, mesmo que este elemento seja

---

<sup>117</sup> Cf. Tabela 29 (Anexo 2)

<sup>118</sup> Cf. Tabela 29.2. (Anexo 2)

<sup>119</sup> Cf. Tabelas 30, 30.1., 30.2. e 30.3. (Anexo 2)

<sup>120</sup> Cf. Tabela 31 (Anexo 2)

<sup>121</sup> Cf. Tabela 31.3. (Anexo 2)

<sup>122</sup> Cf. Tabela 31.1. (Anexo 2)

<sup>123</sup> Cf. Tabela 31.2. (Anexo 2)

residual<sup>124</sup>. Por exemplo, algumas personagens figuradas quase exclusivamente em vídeo são identificadas e/ou categorizadas com recurso ao enunciado verbal dos oráculos. Face a esta conclusão, o uso de texto para a figuração não foi comparado com as categorias relevo e função.

A imagem é também um elemento bastante valorizado: é sempre usada pelo *Público* e pelo *Expresso* e, em 95% das reportagens, pela *Rádio Renascença*<sup>125</sup>. No entanto, ao contrário do que sucede com o texto, esta valorização não se reflete diretamente na figuração: no total, este elemento apenas é usado para a figuração de 21% das personagens<sup>126</sup>. Mais uma vez, é a *Rádio Renascença* que detém a maior percentagem de uso de fotografia para a figuração, embora esta seja apenas de 26%<sup>127</sup>. Uma vez que, ao contrário do texto, que é usado na quase totalidade das personagens, a imagem tem uma importância menos significativa, tentámos perceber se existia uma relação entre o relevo ou a função da personagem nas narrativas e as linguagens de suporte. Concluimos, assim, que ambos os fatores exercem a sua influência: 55% dos casos em que a fotografia é usada para a figuração é em personagens principais e a maior parte das vezes em que não é usada é em personagens secundárias (38%) ou figurantes (31%)<sup>128</sup>. Quanto à função, verifica-se que o recurso à fotografia está associado maioritariamente a personagens com função de humanização (67%)<sup>129</sup>.

Embora o vídeo não assuma muita importância enquanto meio expressivo principal das reportagens, verificamos que ele é usado em 54% das peças<sup>130</sup>: o *Expresso* é o órgão que menos valoriza este elemento, só o usando em 7% das reportagens<sup>131</sup>, a *Rádio Renascença* em 95%<sup>132</sup> e o *Público* utiliza vídeo em todas as reportagens, embora este se assuma como uma narrativa independente da restante. Passamos a explicar: a série de reportagens do *Público* foi a única que teve correspondência em formato tradicional, isto é, as reportagens foram também publicadas na edição de domingo do jornal, ao longo de 12 semanas. Assim, o vídeo foi um elemento acrescentado na versão digital da reportagem, o que a faz diferir da reportagem tradicional. Contudo, enquanto a reportagem em texto, que se assume como a parte principal, se focava nas soluções adotadas em vários países para resolver os seus problemas, tendo as personagens ligação a esse país, o vídeo representava o problema português e personagens portuguesas, pelo que, por conseguinte, a ação, o espaço e as personagens eram completamente

---

<sup>124</sup> Cf. Tabela 32 (Anexo 2)

<sup>125</sup> Cf. Tabelas 33.1., 33.2. e 33.3. (Anexo 2)

<sup>126</sup> Cf. Tabela 34 (Anexo 2)

<sup>127</sup> Cf. Tabela 34.3. (Anexo 2)

<sup>128</sup> Cf. Tabela 35 (Anexo 2)

<sup>129</sup> Cf. Tabela 36 (Anexo 2)

<sup>130</sup> Cf. Tabela 37 (Anexo 2)

<sup>131</sup> Cf. Tabela 37.2. (Anexo 2)

<sup>132</sup> Cf. Tabela 37.3. (Anexo 2)

distintas no vídeo e no resto da narrativa, constituída, principalmente, por texto e imagem. Contudo, estas reportagens não foram contabilizadas de forma independente, como o fizemos com a *Rádio Renascença*, uma vez que nelas existe um texto introdutório – como que um *lead* – a ligar vídeo e texto.

Tal como acontece com a imagem, também o facto de o vídeo ser utilizado na reportagem não se reflete na figuração: só 30% das personagens têm na sua composição semiótica esta linguagem<sup>133</sup>, sendo, mais uma vez, a *Rádio Renascença* a contrariar a tendência, já que usa vídeo para figurar 72% das suas personagens<sup>134</sup>. Contudo, ao contrário do que acontece com a imagem, a função da personagem não influencia de sobremaneira a utilização de vídeo para a figuração: predominam, em todas as funções, as personagens que não contém vídeo na sua composição formal, mas, ainda assim, as personagens com função de humanização são as que mais são figuradas em vídeo<sup>135</sup>. Neste aspeto, encontramos algumas variações aos resultados globais, que apenas são confirmados pelo *Público*<sup>136</sup>, já que, no *Expresso*, apesar de se confirmar o predomínio do texto verbal, são as personagens com função de autoridade e de caracterização de personagem as que mais são figuradas com recurso a este suporte<sup>137</sup> e, na *Rádio Renascença*, 97% das personagens com função de humanização e 73% das com função de autoridade são figuradas em vídeo<sup>138</sup>.

Embora se tenha feito identificação do tipo de vídeos e imagens usados na figuração, essa contabilização não foi elaborada, já que, apenas com recurso ao levantamento, se pode concluir que não há uma grande variedade de tipos usados na figuração: as personagens ou são diretamente fotografadas (retrato) ou filmadas a falar para câmara (vídeo) ou algum aspeto da sua vida é fotografado ou filmado – designámos este fenómeno por fotografia ou vídeo *in loco*, já que a personagem é retratada num contexto real. Deu-se ainda um caso, na *Rádio Renascença*, em que foi fotografada documentação pertencente à personagem – como cartas ou documentos de identificação – o que permite, sem margem para dúvidas, retirar elementos para a caracterização da personagem.

Por fim, verificamos que o som – utilizado de forma independente – é o código semiótico menos significativo: apenas 1 reportagem do *Expresso* o usa<sup>139</sup> como forma de dar voz a duas

---

<sup>133</sup> Cf. Tabela 38 (Anexo 2)

<sup>134</sup> Cf. Tabela 38.3. (Anexo 2)

<sup>135</sup> Cf. Tabela 39 (Anexo 2)

<sup>136</sup> Cf. Tabela 39.1. (Anexo 2)

<sup>137</sup> Cf. Tabela 39.2. (Anexo 2)

<sup>138</sup> Cf. Tabela 39.3. (Anexo 2)

<sup>139</sup> Cf. Tabelas 40, 40.1., 40.2. e 40.3. (Anexo 2)

personagens<sup>140</sup>. Percebe-se, contudo, que esta utilização tem uma justificação prática, que é dada no próprio texto: “em resposta às questões enviadas pelo *Expresso* e que o neto, Hugo Figueira, hoje dono do carocha, colocou ao avô, gravando em áudio as respostas”<sup>141</sup>.

Avaliada a utilização de cada uma das linguagens na figuração, quisemos perceber, no conjunto, como é construída a personagem em termos semióticos. Nas 488 personagens analisadas, encontramos personagens figuradas de seis formas: texto, vídeo e fotografia; texto e vídeo; texto e fotografia; texto e som; apenas texto ou apenas vídeo, sendo a maior parte delas (55%) construídas com o uso apenas de texto e a segunda percentagem mais significativa respeitante a personagens constituídas por texto e vídeo (23%)<sup>142</sup>. Contudo, verificamos algumas diferenças, em termos de composição semiótica das personagens, de órgão para órgão: o *Público* e o *Expresso*, embora também figurem a maioria das personagens através de texto verbal, têm a segunda percentagem mais significativa na da combinação de texto com fotografia<sup>143</sup>; na *Rádio Renascença*, as personagens figuradas apenas com recurso a texto representam 23%, sendo a percentagem mais significativa a das que são construídas através do texto e do vídeo (53%)<sup>144</sup>. Mais uma vez, o suporte expressivo das personagens foi associada à sua função nas reportagens, tendo-se com isso concluído que, no geral, grande parte das personagens são figuradas apenas com recurso a texto verbal, independentemente da função que desempenham<sup>145</sup>, sendo que a *Rádio Renascença* é, mais uma vez, o órgão que se diferencia, pois que a utilização simultânea de texto, vídeo e fotografia é usada para figurar, maioritariamente, personagens com função de humanização (34%); o texto e o vídeo, juntos, figuram, principalmente, personagens com função de autoridade (70%) e o texto simples é utilizado, maioritariamente, em personagens com função de caracterização – tanto de personagem 81%, como de realidade (50%)<sup>146</sup>.

Uma vez que se defende a adequação do suporte expressivo à mensagem que se pretende transmitir, averiguámos a função que cada elemento desempenha nas reportagens. Verificámos, assim, que o texto é usado quase na totalidade, ao mesmo tempo, com as funções de narração e citação<sup>147</sup>, enquanto o vídeo desempenha, maioritariamente, apenas a função de citação, embora

---

<sup>140</sup> Cf. Tabela 41.2. (Anexo 2)

<sup>141</sup> **In:** “Os 44 anos de um carocha que custou 60 contos e 56 escudos”, *Expresso online*, 05.09.2015. Disponível em <http://expresso.sapo.pt/economia/2015-09-05-Os-44-anos-de-um-carocha-que-custou-60-contos-e-56-escudos> [última consulta em 16 de maio de 2016].

<sup>142</sup> Cf. Tabela 42 (Anexo 2)

<sup>143</sup> Cf. Tabelas 42.1. e 42.2. (Anexo 2)

<sup>144</sup> Cf. Tabela 42.3. (Anexo 2)

<sup>145</sup> Cf. Tabela 43 (Anexo 2)

<sup>146</sup> Cf. Tabela 43.3. (Anexo 2)

<sup>147</sup> Cf. Tabela 44 (Anexo 2)

possa também desempenhar a função de contextualização ou de narração e citação, simultaneamente<sup>148</sup>. Também o áudio, embora seja usado apenas numa reportagem, desempenha somente a função de citação<sup>149</sup>.

Embora não utilizados diretamente para a figuração, constatámos a presença de outros dois elementos nas reportagens: a infografia e as hiperligações<sup>150</sup>. A infografia é um elemento que está a ganhar um lugar de destaque, já que é usado em 87% das reportagens<sup>151</sup>, sendo que, no *Público*, todas as reportagens contêm este elemento. Tratando-se de um conteúdo que também pode ser utilizado em meios tradicionais (no caso das reportagens impressas do *Público*, ele consta), o que ele pode ganhar com a *web* é a interatividade ou dinamismo, isto é, o facto de a informação ser apresentada de forma parcelar ou mais pormenorizada, à medida que o utilizador passa o cursor ou clica nas várias partes do gráfico. Contudo, embora, no geral, 51% das reportagens usem infografia interativa<sup>152</sup>, verifica-se que o *Público* usa sempre a infografia estática<sup>153</sup> e a RR também o faz em 92% das reportagens<sup>154</sup>, ou seja, encontramos aqui um caso em que a reportagem não está a tirar partido do meio digital. Portanto, neste caso, é o *Expresso* que mais explora a possibilidade de interatividade da infografia (96%)<sup>155</sup>. No que às hiperligações diz respeito, conclui-se que apenas 20% das reportagens fazem delas uso<sup>156</sup>, sendo que a *Rádio Renascença* é o órgão que mais as usa, apesar de não o fazer na maioria das reportagens (42%)<sup>157</sup>, e o *Público* e o *Expresso* apenas as usam em 3% e 7% das reportagens, respetivamente<sup>158</sup>.

É, então, agora, o momento de perceber: i) se efetivamente se podem considerar personagens as pessoas de quem o jornalismo fala; ii) em que se assemelham e/ou diferem as personagens jornalísticas das personagens ficcionais/literárias; iii) o que é que a personagem jornalística ganha por ser figurada em ambiente digital; iv) de que forma é que o jornalismo português tira partido das características do ambiente digital para a construção das suas narrativas. É nesta base que partimos para a conclusão deste estudo, em que, fundamentalmente, se discutirão criticamente os resultados apresentados.

---

<sup>148</sup> Cf. Tabela 45 (Anexo 2)

<sup>149</sup> Cf. Tabela 46 (Anexo 2)

<sup>150</sup> Identificámos uma reportagem, no *Expresso*, em que se faz uso de uma hiperligação para um *site* construído pela pessoa em quem a personagem é baseada, o que consideramos um contributo para a sua figuração.

<sup>151</sup> Cf. Tabela 47 (Anexo 2)

<sup>152</sup> Cf. Tabela 48 (Anexo 2)

<sup>153</sup> Cf. Tabela 48.1. (Anexo 2)

<sup>154</sup> Cf. Tabela 48.3. (Anexo 2)

<sup>155</sup> Cf. Tabela 48.2. (Anexo 2)

<sup>156</sup> Cf. Tabela 49 (Anexo 2)

<sup>157</sup> Cf. Tabela 49.3. (Anexo 2)

<sup>158</sup> Cf. Tabelas 49.2. e 49.3. (Anexo 2)

## Conclusão

Enquanto produtores de narrativas sobre o real, os *media* criam personagens e condicionam o conhecimento público sobre o mundo e os indivíduos que o habitam. Desta forma, porque a comunicação social contribui para a construção de imagens mentais acerca dos habitantes do mundo empírico, o processo de estudo das personagens jornalísticas revela-se assaz relevante, pois que, como demonstra a pluralidade de definições desta categoria da narrativa, ela tem um claro impacto sociocultural. O facto de se utilizar terminologia normalmente associada a narrativas ficcionais não quer, no entanto, dizer que a personagem jornalística seja uma ficcionalização. Aliás, segundo o pacto implícito que o jornalismo estabelece com a sua audiência, não há margem para ela ser encarada como entidade ficcional.

A construção da personagem é, então, um procedimento inevitável no jornalismo: o investimento nessa categoria é uma hipótese de diferenciação das narrativas jornalísticas, entre si, e da sua aproximação ao leitor, isto é, a figuração, se bem conseguida, aproxima o leitor do relato, contribuindo para uma melhor compreensão do mundo que o rodeia. Esta entidade é, portanto, em primeira instância, um signo, no qual o significante é constituído pelo conjunto das suas características: nome, marcas físicas, sociais, psicológicas, etc. A conjugação dessas características resulta, assim, na criação de uma imagem mental – a personagem (Hamon, s/d: 89-91), que, num segundo nível de significação, conota determinada realidade<sup>159</sup>. Deste modo, as pessoas que habitam os textos jornalísticos (*latu sensu*) são personagens, uma vez que a linguagem que as modela não é neutra e resulta de um conjunto de procedimentos técnico-narrativos selecionados pelo narrador-jornalista, ou seja, o jornalista decide os vocábulos que usa para figurar as suas personagens, pondera se lhes atribui discurso e, em caso afirmativo, tem ainda liberdade para escolher que partes do discurso pretende citar. Esta escolha é, contudo, motivada pela finalidade utilitarista da comunicação jornalística. Por conseguinte, como afirma Mário Mesquita (2004: 132), uma pessoa do mundo empírico, a partir do momento em que é inserida num relato jornalístico, passa a ser irredutível às narrativas que se possam contar a seu respeito, podendo, desta forma, falar-se na existência de processos metalépticos: o jornalista tras põe a pessoa do mundo ontológico para o mundo textualmente construído e o leitor opera a transposição contrária. Além das pessoas individuais, também certos grupos podem, no caso de

---

<sup>159</sup> A personagem adquire, então, aquilo a que Barthes (1957) chama de significado mítico, já que as suas características (sentido literal/denotativo) adquirem um “valor próprio” (Barthes, 1957: 188), isto é, passam a ser interpretadas como signo da realidade (sentido conotativo).

lhes serem atribuídos uma designação coletiva e um conjunto de atributos comuns, constituir uma personagem<sup>160</sup>, apesar de termos constatado o predomínio de personagens individuais.

Tal como preconizam as mais variadas definições, todos os habitantes de um mundo diegético desempenham um papel na ação. Correspondendo, no “Relógio das Personagens” de Eder, à intenção de criação, concluímos que, nas narrativas jornalísticas, as personagens podem desempenhar quatro funções, sendo predominantes as personagens que desempenham a função de humanização, isto é, personagens cuja história simboliza a situação de que o relato jornalístico trata. São também significativas as personagens cuja função é dar autoridade ao relato, existindo ainda personagens que desempenham a função de auxiliar a caracterização, quer de outras personagens, quer de determinada realidade. Estas últimas enquadram-se naquilo a que José Rebelo (2000: 106-107) chama de “histórias paralelas”, ou seja, através da caracterização de personagens colaterais, com ligações à personagem principal, o leitor retira conclusões para caracterizar essa mesma personagem. Ao contrário do que acontece nas narrativas ficcionais, o jornalista tem de obedecer a regras éticas e deontológicas, o que justifica a importância da criação de personagens com esta função. Desta forma, o narrador-jornalista pode poupar-se a juízos de valor: ao construir personagens que convergem para a caracterização de outras, o jornalista poderá deixar implícitos os juízos de valor, cabendo ao leitor retirar as suas próprias conclusões, através de inferências. Vejamos, pois, como se caracteriza cada tipo de personagens.

As personagens com função de humanização são as que melhor concretizam aquilo a que Ofélia Paiva Monteiro chama de “substancialidade humana”, já que estas, normalmente, são as personagens principais e, portanto, as mais complexas em termos de categorização, ação e discurso: nelas predomina o discurso direto, têm direito a todos os tipos de características e, valem, principalmente, pelas suas ações, os seus atributos e pelo que pensam e dizem. Estas falam, principalmente, da sua própria vida, de experiências por si vivenciadas e do seu trabalho. São ainda aquelas cuja figuração mais se socorre da imagem. Assim, são estas as personagens que revelam uma maior “operatividade diegética” e as que revelam uma maior “capacidade de concretização e de exemplificação, insuflando nos textos vida” (Peixinho, 2014: 338).

As personagens ao serviço de argumentos de autoridade são, principalmente, personagens secundárias, a quem, quase sempre, é atribuído discurso. Nelas, é mais valorizado o que dizem e pensam, sendo estas as personagens que mais fazem uso da modalidade deôntica, ou seja, estas personagens procuram, com o seu discurso, agir sobre quem ou o que falam. O seu

---

<sup>160</sup> Alguns exemplos de personagens coletivas identificadas no *corpus* estudado: francesas, portuguesas, amas, crianças, mulheres europeias, mineiros, estudantes, empresários, doentes, os Polit, famílias croatas, etc....

discurso centra-se, principalmente, em temas de política, sociedade, demografia e economia, ou seja, temas comumente ligados às chamadas *hard news*<sup>161</sup>. Além disso, estas são as personagens em que a construção mediante um protótipo mais se aplica: a sua maioria é categorizada apenas com dois traços, que, normalmente, são elementos de identificação demográfica e profissional (embora estas personagens também possam ter a si associados traços sociais e psicológicos).

Por fim, as personagens com função de caracterização, subdivididas em dois tipos – caracterização de personagem e caracterização de realidade – são, principalmente, figurantes e, tal como é característico de personagens com este relevo, predomina a ausência de discurso, sendo aquelas em que menos se investe em termos de categorização e transitividade. Nelas, o mais valorizado são as ações secundárias e seus atributos, ou seja, a sua ação é muito menos complexa do que a das personagens principais: tal como os Estudos Narrativos teorizam, enquanto figurantes, estas personagens revelam-se “um elemento fundamental para ilustrar uma atmosfera, uma profissão, um posicionamento cultural, uma mentalidade, etc.” (Reis e Lopes, 1990: 157). As personagens que desempenham uma função de caracterização contribuem, assim, para a concretização de um efeito de real (Barthes, 1968), necessário à credibilização das narrativas jornalísticas.

A possibilidade de se demarcarem as funções das personagens na narrativa reflete o seu processo de construção de acordo com a mensagem que o seu criador, neste caso, o jornalista, deseja transmitir à audiência, confirmando a determinação insuficiente das personagens de que fala Eco (2012: 64). É, portanto, através do estudo da caracterização, da lexicalização e, conseqüentemente, da categorização, que é possível concluir acerca do processo seletivo a que as personagens jornalísticas são sujeitas, isto é, usando a terminologia de Eder, da “personagem como ser representado”. Conclui-se, em primeiro lugar, que predomina o processo de caracterização mista, em que o leitor constrói a sua imagem mental através do que é dito pelo narrador-jornalista e de inferências que retira do discurso e da ação da ou das personagens.

Além disso, confirmamos que a personagem jornalística é, normalmente, uma construção simplificada e superficial, já que, como afirma Mário Mesquita (2004: 135), o jornalista seleciona as características da pessoa real que melhor servem aos objetivos da narrativa, construindo, assim, uma personagem que garanta a eficácia da narrativa jornalística, por natureza uma narrativa econômica, funcional e simplificada. Comparando as personagens

---

<sup>161</sup> As *hard news* [notícias duras] são definidas por Anne Dunn (2005: 143), “à política, à economia, às ações do poder e aos negócios internacionais – por outras palavras, aos aspetos da vida pública da nação que se considera terem uma influência considerável na vida dos cidadãos”.

criadas nas 47 reportagens analisadas, detetamos a presença de determinados padrões para a construção de personagens, comprovando, assim, que as personagens jornalísticas são figuradas mediante protótipos. Desde logo, através da lexicalização, percebemos que às personagens jornalísticas do *corpus* em apreço podem ser atribuídos sete tipos de características, cuja combinação varia de órgão para órgão: de identificação demográfica, físicas, familiares, profissionais, sociais, psicológicas e ideológicas, predominando as personagens a quem são atribuídos dois tipos de características. Também nos temas do discurso das personagens os protótipos se manifestam, já que, da seleção que o jornalista faz das partes do discurso da personagem que vai citar, resulta a possibilidade de se falar de seis grandes temas: vida/experiência pessoal, trabalho, política, sociedade, demografia e economia. Assim, a simplificação manifesta-se na combinação destes elementos para a figuração das personagens: embora os temas e características possíveis sejam abrangentes, eles quase nunca se combinam entre si numa só personagem.

Tal como as personagens ficcionais, a personagem jornalística pode influenciar “os sentimentos, humores e emoções da audiência num nível considerável” (Eder, Jannidis e Scneider, 2010: 15), podendo ainda funcionar como símbolo de uma determinada realidade. Desta forma, reitera-se aqui a ideia de que muitas das personagens jornalísticas “funcionam como personagens-tipo, no sentido em que dão corpo a histórias modelares, típicas de uma faixa da população” (Peixinho, 2014: 339-340), o que não significa que, por isso, tenham poucos traços de caracterização e não apresentem evolução na história (Eco, 2015: 188-190). No *corpus* analisado, a maior parte das personagens são, realmente, personagens-tipo, podendo representar classes socioculturais, geracionais, políticas, profissionais e regionais<sup>162</sup>.

Face a tudo isto, confirma-se, de certa forma, a ideia que já atrás defendemos de que a cultura dos jornalistas não reconhece totalmente o potencial da personagem, para além da sua utilidade imediata. Contudo, se, efetivamente, as técnicas do *storytelling* se começarem a generalizar, poderemos estar perante um investimento nesta categoria narrativa. De facto, pode afirmar-se que o *corpus* em análise já cumpre, nalguns aspetos, as recomendações teóricas para a construção de histórias digitais: a narração atraente da história, a consistência em termos de conteúdo e a inclusão de material audiovisual (Alexander, 2011: 27). No que à construção de personagens diz respeito, verifica-se que esta é a categoria narrativa principal na maior parte das reportagens, sendo só por si significativo o número de personagens existente: em 47 reportagens são figuradas 488 personagens.

---

<sup>162</sup> Referimos, a título de exemplo, alguns tipos que encontramos no *corpus*: habitantes do interior, jovens desempregados, emigrantes, famílias afetadas pela crise, empresários, comerciantes, eleitores, pensionistas, etc.

Embora todas as linguagens possam ser mobilizadas para a construção de narrativas digitais e, conseqüentemente, para a figuração da personagem, representando a *web* a concretização do “sonho da linguagem total” (Ryan, 2001: 215), confirmamos o que Canavilhas já tinha estudado, em 2006 e 2014: o texto verbal continua a ser o modo semiótico mais utilizado, o que se justifica, segundo Salaverría (2014: 33), por este poder oferecer “o conteúdo mais racional e interpretativo”, funcionando como a “coluna vertebral que sustenta e estrutura as peças informativas multimédia”. Concluimos que, ainda assim, a imagem é também bastante valorizada, embora não seja usada para a figuração de grande parte das personagens e que o vídeo, embora não seja suporte principal na maioria das reportagens, é já bastante utilizado nas narrativas, apesar de a maior parte das personagens também não conter esta linguagem na sua composição formal. O som é, assim, o código menos significativo: além de ser usado em apenas uma reportagem, o jornalista sente necessidade de justificar essa utilização. As narrativas jornalísticas multimodais serão, então, co-construídas “por acumulação de fragmentos narrativos que se agregam pouco a pouco” (Lits, 2015: 19), sendo, agora, mais do que nunca, imprescindível o papel do leitor para a decodificação da narrativa: a ele cabe-lhe integrar a informação que lhe é passada através das várias linguagens utilizadas, para, assim, construir a sua imagem mental da narrativa e, conseqüentemente, das personagens.

Existindo, pois, a possibilidade de se construir a narrativa através da justaposição de várias linguagens, parece-nos que o texto deveria ser utilizado apenas ou, pelo menos, maioritariamente, para narrar, sendo a citação reservada para o som e o vídeo. Deste modo, a audiência teria acesso ao discurso da personagem de uma forma mais pura, o que nos parece que melhoraria a decodificação da mensagem, além de credibilizar a narrativa jornalística, já que se teria a certeza de que o discurso não foi alterado pelo jornalista, quando da transcrição. Contudo, o texto continua a ser utilizado com as duas funções, embora verifiquemos que ao áudio e ao vídeo é já reservada a função de citação (nos vídeos que constituem o *corpus*, a narração é residual, manifestando-se algumas vezes na introdução de pequenas frases no vídeo, através de texto escrito).

Vejam, agora, de que forma o jornalismo português faz uso das potencialidades do meio digital. Embora seja a mais antiga característica, verifica-se ainda um uso deficiente da hipertextualidade: apenas 20% das reportagens analisadas fazem uso de hiperligações. A *Rádio Renascença* é o órgão que mais as usa, tanto para ligar a outros conteúdos, como para ligar elementos de uma mesma reportagem. Por exemplo, na reportagem “A Grande Debandada”<sup>163</sup>,

---

<sup>163</sup> Disponível em <http://rr.sapo.pt/a-grande-debandada/> [última consulta em maio de 2016]

o vídeo é o suporte principal e, à medida que ele vai avançando, surgem pequenos ícones do lado direito, que ligam a mais informação (texto, *clips* de som, imagens, etc....)<sup>164</sup>. Além disso, ainda nessa reportagem, existe uma ligação a uma cronologia dinâmica e multimodal, onde são apresentados factos da vida de algumas personagens, o que constitui um importante elemento para a figuração.

Por conseguinte, a não-linearidade acaba por não se manifestar, já que, não se oferecendo uma diversidade de percursos de leitura possíveis, estamos perante narrativas fechadas. De qualquer modo, consideramos desejável que as narrativas jornalísticas, embora possam oferecer uma multiplicidade de caminhos de leitura, alcancem um desfecho. Esta ideia vai ao encontro de um estudo de Canavilhas (2014), que descobre a preferência dos leitores de narrativas digitais pela integração de conteúdos, no lugar da dispersão por várias plataformas, o que, a nosso ver, é preferível. Desta forma, é possível assegurar, pelo menos a um primeiro nível, a coerência da narrativa.

No que à interatividade diz respeito, podemos considerar que, nalguns casos em que há hiperligações, se pode verificar uma interatividade seletiva (Rost, 2014), nunca existindo interatividade comunicativa (Rost, 2014), já que o leitor nunca é encarado como um produtor de conteúdos. Continuamos, no entanto, a considerar problemático o uso do termo “interatividade”, pois, a nosso ver, o facto de o leitor comentar, partilhar ou escolher o seu percurso de leitura não se traduz numa manifestação desta característica, já que não há uma permuta de papéis entre emissor e recetor e as suas ações não têm impacto no conteúdo da narrativa. De qualquer das formas, parece-nos que a possibilidade de integrar conteúdos dinâmicos nas narrativas poderia ser mais explorada, no que diz respeito, por exemplo, às infografias, elementos que estão a ganhar fôlego, mas que ainda não aproveitam todas as potencialidades da *web* (lembramos que, embora encontremos infografias numa percentagem significativa de reportagens, a sua maioria não é interativa).

A distribuição multiplataforma (*crossmedia*), à primeira vista, também não se manifesta: não necessitamos de percorrer várias plataformas para ter acesso à totalidade da narrativa, já que ela está concentrada num único endereço. Embora a questão da distribuição não tenha sido explorada, fazendo uma pesquisa no *Facebook*, por exemplo, verificamos que as três séries de reportagens foram fortemente rentabilizadas nas páginas oficiais dos três órgãos de comunicação: entre 2 de abril e 2 de julho de 2014, a *Rádio Renascença* fez 14 publicações

---

<sup>164</sup> Este funcionamento é similar ao das reportagens interativas da *SIC*, disponíveis na secção “Grande Reportagem Interativa” do *site* <http://sicnoticias.sapo.pt/programas/reportagensic> [última consulta em maio de 2016]. Para mais informações, confrontar: Peixinho e Marques (2016).

com conteúdos da série “Os anos da Troika”; entre 28 de junho e 31 de dezembro de 2015, encontramos, na página de *Facebook* do *Público*, 16 publicações com conteúdos das “12 ideias para Portugal”<sup>165</sup> e, por fim, entre 3 de setembro e 6 de outubro de 2015, a série “30 retratos” originou 62 publicações no *Facebook* do *Expresso*. Representa isto uma tentativa de aproximar o jornalismo do grande público, facilitando a disseminação de conteúdos, o que deve ser também característica das histórias digitais.

Se, como já fomos percebendo, vários códigos semióticos convergem para a construção de uma mesma narrativa, estamos perante a convergência de conteúdos. Neste ponto, não podemos chegar a uma conclusão generalizada: não nos parece que se possam considerar convergentes as reportagens do *Público*, dada a independência do vídeo em relação ao restante conteúdo; o *Expresso* encontra-se num patamar intermédio, já que está ainda muito preso ao texto verbal, não fazendo muito uso dos elementos multimédia, para além da imagem, embora, quando isso acontece, consideremos que a convergência dos conteúdos para um mesmo objetivo semântico é conseguida; já a *Rádio Renascença* é o órgão que melhor faz uso dos vários elementos, conseguindo, inclusivamente, equiparar a sua importância nas reportagens. Por aqui se verifica o esbatimento de fronteiras entre os meios tradicionais de que vários autores falam: na verdade, se as reportagens do *Público* e do *Expresso* ainda revelam uma grande ligação à sua matriz tradicional – o texto escrito –, a *Rádio Renascença* é o meio que mais se afastou das origens. Contudo, parece-nos que o som, embora elemento secundário, é tratado, nas reportagens deste órgão, de uma forma mais cuidada, o que decorre da sua origem radiofónica.

Preocupada apenas com a coexistência de vários modos semióticos nas narrativas, a multimodalidade acaba por se verificar em grande parte das peças em apreço. Deparamo-nos, principalmente, com uma multimodalidade por integração (Canavilhas, 2014b), ou seja, os vários tipos de conteúdos, quando coexistem, funcionam como um todo coerente, não sendo os mesmos conteúdos repetidos em diferentes formatos, como acontece com a multimodalidade por redundância (Canavilhas, 2014b). Uma vez que, como já vimos, as várias características do ambiente digital se implicam umas às outras, esta ideia acaba por ir ao encontro das conclusões retiradas acerca da convergência de conteúdos. Além disso, no geral, as narrativas analisadas obedecem a alguns dos critérios de criação de narrativas multimodais de Salaverría (2014: 41-44): os conteúdos são compatíveis uns com os outros, podendo ser seguidos simultaneamente,

---

<sup>165</sup> O período decorrido entre 28 de junho e 25 de setembro corresponde à publicação das reportagens, tendo elas sido recordadas nos dias 29 e 31 de dezembro, com a *hashtag* #OMelhordoPúblico2015, ou seja, como parte da revista do ano.

são temática e formalmente homogêneos, não repetem os mesmos conteúdos em diferentes formatos e adaptam-se ao meio em que se inserem. Oferecem-nos dúvidas as questões da adaptação dos conteúdos à mensagem, que nem sempre se verifica, e a ponderação da disposição do utilizador para despende tempo no consumo da narrativa. Neste ponto, convém retirar algumas conclusões acerca daquilo a que Eder chama de “personagem como artefacto”, ou seja, das linguagens usadas para a construção das personagens. Detetámos, como anteriormente se verificou, seis formas possíveis de construção das personagens. Contudo, fazendo jus às reportagens em que se inserem, continuam a predominar personagens de matriz formal tradicional, isto é, construídas exclusivamente com recurso ao texto.

De salientar ainda que o nosso estudo de caso contraria a ideia de Salaverría (2014: 31) segundo a qual a rádio não evoluiu rumo à multimedialidade, já que a *Rádio Renascença* foi o órgão que melhor se adaptou à multimodalidade: integra as várias linguagens, sendo até aquela que mais foge à sua matriz tradicional, já que o som, por si só, nunca é utilizado – ele é sempre integrado no vídeo. Além disso, é este o único dos três órgãos que equipara a importância de vários elementos e é aquele que mais usa a fotografia e o vídeo para a figuração das suas personagens. A este respeito, conclui-se ainda que a *Rádio Renascença* é a única em que a composição formal das personagens é influenciada pela função que desempenham: a utilização simultânea de texto, vídeo e fotografia é usada para figurar, maioritariamente, personagens com função de humanização; o texto e o vídeo, juntos, figuram, principalmente, personagens com função de autoridade e o texto simples é utilizado, maioritariamente, em personagens com função de caracterização.

A *Rádio Renascença* é, portanto, dos três órgãos, aquele que mais está avançado em termos de uso dos recursos digitais: é o que melhor os sabe utilizar e aquele que mais produz reportagens multimodais. Contudo, sabemos que o *Expresso* também já produziu reportagens que constituem bons exemplos do uso das ferramentas do digital, como as peças “Edwin, o rapaz que aprendeu a sonhar”<sup>166</sup> ou “Matar e morrer por Alá. Cinco portugueses no Estado Islâmico”<sup>167</sup>, ambos já por nós previamente estudados (Marques; Peixinho, 2016). Contudo, reportagens como aquelas são exemplos ocasionais, sendo mais frequente o *Expresso* produzir peças como aquelas que aqui estudámos. O *Público* é, portanto, o órgão que se mantém mais preso ao tradicional: transpõe reportagens do papel para o *online*, acrescentando-lhe apenas o vídeo.

---

<sup>166</sup> Disponível em <http://multimedia.expresso.pt/edwin/> [última consulta em maio de 2016]

<sup>167</sup> Disponível em <http://multimedia.expresso.pt/jihad/PT/matar-e-morrer/index.html> [última consulta em maio de 2016]

Também a transmedialidade acaba por se manifestar nalguns aspetos, nomeadamente na complementaridade de linguagens, na possibilidade de difusão da história, através das redes sociais e, por fim, na apresentação de diversos pontos de vista, característica esta que vai ao encontro de um dos princípios basilares do jornalismo e que justifica a construção da personagem. Contudo, a diversidade de plataformas não se verifica, já que, como atrás referimos, a narrativa está toda construída num mesmo endereço, o que até consideramos uma boa estratégia, já que, assim, se minoram as possibilidades de o leitor se perder e, com isso, não alcançar o desfecho da narrativa. Além do mais, talvez possamos considerar transmedialidade o facto de as reportagens se organizarem em série, já que cada reportagem vale por si só, mas juntas ajudam à construção de ideias mais complexas: no caso do *Público*, fica-se com uma ideia mais generalizada sobre políticas europeias, no *Expresso* sobre as características do país que iria a eleições e, na *Rádio Renascença*, sobre o Portugal pós-*Troika*, o que confirma o imperativo identificado por Canavilhas (2014b: 59) de “produzir trabalhos que tenham utilidade futura, ou seja, não perecíveis”. Ora, parece-nos que qualquer uma destas reportagens pode ter utilidade futura, até como registo de momentos fulcrais na vida do país e da Europa: a crise e as eleições.

Por último, e esta mais vocacionada para a personagem em si, a imersão é a característica sobre a qual não é possível retirar conclusões taxativas. Sabemos que, teoricamente, a personagem pode funcionar como elo de ligação afetivo entre o leitor e a narrativa, potenciando a sua melhor apreensão. Parece-nos, pois, que as narrativas estudadas fazem um investimento considerável na construção de personagens. Todavia, embora estudos já publicados (Cohen, 2001) e experiências quotidianas por nós vividas revelem que, quando se trata de lembrar uma narrativa jornalística, é a personagem o elemento mais recordado, não podemos, através desta análise, fazer uma afirmação segura acerca do assunto, o que nos estimula a, num futuro próximo, proceder a um estudo de receção (através de inquéritos e/ou grupos de foco), a fim de aferir das reações dos espetadores a diferentes tipos de narrativas jornalísticas. Se, de facto, as personagens forem retidas na mente dos leitores, verifica-se, então, o “impacto cultural” de que fala Ofélia Paiva Monteiro, que, a nosso ver, poderá contribuir para uma cidadania mais consciente e responsável.

Chegados aqui, com base nas leituras críticas que fizemos e no seu confronto com a análise, conclui-se que a grande inovação que o meio digital traz às narrativas é a possibilidade de serem construídas sem constrangimentos de espaço. Este aspeto é de importância fulcral, já que, em primeiro lugar, pode resolver a falta de espaço dos *media* tradicionais e, dessa forma, contribuir para conteúdos mais completos; em segundo lugar, pode transmitir-se cada bloco da

narrativa através da linguagem mais adequada, isto é, adequar a mensagem ao meio. No entanto, a essência da narrativa mantém-se, já que as suas propriedades intrínsecas permanecem inalteradas: ela continua a representar discursivamente determinadas ações, vividas por personagens situadas no tempo e no espaço.

Se, por um lado, concluímos satisfeitos por nos termos deparado com uma valorização do modo narrativo e, de certa forma, da personagem, pelos órgãos de comunicação que estudámos, por outro, a ainda subvalorização, nalguns casos, das potencialidades do ambiente digital atenua a possibilidade de uma total satisfação com o jornalismo digital português. Assim, esperamos que esta tese, por um lado, se revele atual e útil, já que explicita os mecanismos de figuração de personagens em narrativas jornalísticas digitais e oferece um modelo que pode contribuir para o estudo da imagem dos atores sociais que é passada pelos *media* para a opinião pública, mas, por outro, seria desejável que as reflexões decorrentes dos resultados empíricos se desatualizassem num futuro próximo, já que esse seria, possivelmente, o sinal do progresso do jornalismo digital que se faz em Portugal.

## Bibliografia

**ALEXANDER**, Bryan (2011). “Storytelling for the Twenty-First Century”; “The first wave of digital storytelling”; “The next wave of digital storytelling platforms”; “Web 2.0 storytelling”; “Social Media Storytelling”; “No story is a single thing; or, the networked book”; “Mobile devices: The birth of new designs for small screens”. *The New Digital Storytelling. Creating Narratives with New Media*. Santa Barbara, California; Denver, Colorado; Oxford, England: Praeger.

**ARAÚJO**, Bruno B. (2011). “A narrativa jornalística e a construção do real”. Covilhã: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/araujo-bruno-a-narrativa-jornalistica-construcao-real.pdf> [última consulta em novembro de 2015]

**BABO**, Maria Augusta (1996). “Ficcionalidade e pactos comunicacionais”. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/babo-augusta-literatura-ficcionalidade.pdf> [última consulta em janeiro de 2016]

**BARTHES**, Roland (1957). “O mito, hoje”. *Mitologias*. Lisboa: Edições 70.

**BARTHES**, Roland (1968). “L’effet de réel”. *Communications, 11. Recherches sémiologiques le vraisemblable*. In: [http://www.persee.fr/doc/comm\\_0588-8018\\_1968\\_num\\_11\\_1\\_1158](http://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1968_num_11_1_1158) [última consulta em maio de 2016]

**BARTHES**, Roland (2004). S/Z. Argentina: Siglo Veintiuno editores.

**BASTOS**, Hélder (2010). “Ciberjornalismo e narrativa hipermédia”. Covilhã: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bastos-helder-ciberjornalismo-e-narrativa-hipermidia.pdf> [última consulta em novembro de 2015]

**BERGER**, Peter L. e **LUCKMANN**, Thomas (2003). *A construção social da realidade* (23.<sup>a</sup> Edição). Petrópolis: Editora Vozes.

**CAMPALANS**, Carolina e **GOSCIOLA**, Vicente (2014). “Géneros de narrativa transmedia y periodismo”. In RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RUIZ, Sandra; GOSCIOLA, Vicente (eds.). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Barcelona: Editorial UOC e Colombia: Universidad del Rosario.

**CAMPONEZ**, Carlos (2009). *Fundamentos de Deontologia do Jornalismo. A auto-regulação frustrada dos jornalistas portugueses (1974-2007)*. Coimbra: Universidade de Coimbra. In: [https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/12614/3/Tese\\_Carlos%20Campones.pdf](https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/12614/3/Tese_Carlos%20Campones.pdf) [última consulta em janeiro de 2015].

**CANAVILHAS**, João (2006<sup>a</sup>). “Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada”. Covilhã: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf> [última consulta em novembro de 2015]

**CANAVILHAS**, João (2014). “A reportagem paralaxe como marca de diferenciação da web”. In: RAQUEIJO REY, Paula e GAONA PISONERO, Carmen (eds.). *Contenidos innovadores en la Universidad Actual*. Columbus: McGraw-Hill Education. In: [https://www.academia.edu/14179648/A\\_reportagem\\_paralaxe\\_como\\_marca\\_de\\_diferencia%C3%A7%C3%A3o\\_da\\_Web](https://www.academia.edu/14179648/A_reportagem_paralaxe_como_marca_de_diferencia%C3%A7%C3%A3o_da_Web) [última consulta em novembro de 2015]

**CANAVILHAS**, João (2014a). “Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas”. In:

CANAVILHAS, João (org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom.

CANAVILHAS, João (2014b). “Jornalismo transmídia: um desafio ao velho ecossistema mediático”. In: RENÓ, Denis; CAMPALANS, Carolina; RUIZ, Sandra; GOSCIOLA, Vicente (eds.). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Barcelona: Editorial UOC e Colombia: Universidad del Rosario.

CANAVILHAS, João e SATUF, Ivan (2014). “Jornalismo em transição: do papel...ao final da tarde”. In FIDALGO, António e CANAVILHAS, João (org.). *Comunicação Digital: 10 anos de investigação*. Covilhã: Livros LabCom.

CANTRIL, Handle (1986). “La invasión desde Marte”, In M. de Moragas (ed.). *Sociología de la comunicación de masas*, Vol. II. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

CASADEI, Eliza B. (2010). “A construção de personagens no jornalismo. Entre a matriz da verdade presumida e a imaginação das urdiduras de enredos”. In: *Ciberlegenda*, n.º 22. Rio de Janeiro: Universidade Federal Fluminense.

COHEN, Jonathan (2001). “Defining identification: a theoretical look at the identification of audiences with media characters”. In: *Mass Communication & Society*, vol. 4, n.º 3. Reino Unido: Routledge. In: [http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/defining\\_identification-\\_a\\_theoretical\\_look\\_at\\_the\\_identification\\_of\\_audiences\\_with\\_media\\_characters.pdf](http://www.communicationcache.com/uploads/1/0/8/8/10887248/defining_identification-_a_theoretical_look_at_the_identification_of_audiences_with_media_characters.pdf) [última consulta em novembro de 2015]

CUNHA, Karenine e MANTELLO, Paulo (2014). “Era uma vez a notícia: Storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos”. In: Revista Comunicação Midiática (online), BAURU/SP, v. 9, n. 2. São Paulo: Universidade Estadual Paulista. In: <http://www.mundodigital.unesp.br/revista/index.php/comunicacaomidiatica/article/viewFile/516/265> [última consulta em novembro de 2015]

DUNN, Anne (2005). “Structures of Radio Drama”. In: FULTON, Helen; HUISMAN, Rosemary; MURPHET, Julian e DUNN, Anne. *Narrative and Media*. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, São Paulo: Cambridge University Press.

DUNN, Anne (2005a). “Television News as Narratives”. In: FULTON, Helen; HUISMAN, Rosemary; MURPHET, Julian e DUNN, Anne. *Narrative and Media*. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, São Paulo: Cambridge University Press.

ECO, Umberto (1997). “Protocolos Ficcionalis”. *Seis passeios nos bosques da ficção*. Lisboa: Difel.

ECO, Umberto (2012). “Algumas afirmações sobre personagens ficcionais”. *Confissões de um jovem escritor. Conferências Richard Ellmann sobre Literatura Moderna*. Lisboa: Livros Horizonte.

ECO, Umberto (2015). “Os personagens”. *Apocalípticos e Integrados*. Lisboa: Relógio D’Água Editores.

EDER, Jens (2014). “Analyzing characters: creation, interpretation, and cultural critique”. *Revista de Estudos Literários*, n.º 4. Coimbra: Centro de Literatura Portuguesa.

EDER, Jens; JANNIDIS, Fotis; SCHNEIDER, Ralf (2010). “Characters in Fictional Worlds. An Introduction”. In: EDER, Jens; JANNIDIS, Fotis e SCHNEIDER, Ralf (eds.). *Characters in Fictional Worlds: Understanding Imaginary Beings in Literature, Film, and Other Media*. Berlin; New York: Walter de Gruyter GmbH & Co.

EDO, Concha (2007). “El lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa digital”. In: BARBOSA, Suzana (org.). *Jornalismo Digital de Terceira Geração*. Covilhã: Livros LabCom.

**FONTCUBERTA**, Mar de (2010). *As notícias. Pistas para compreender o mundo*. 3.<sup>a</sup> edição. Alfragide: Casa das Letras.

**FULTON**, Helen (2005a). "Introduction: the power of narrative". In: **FULTON**, Helen; **HUISMAN**, Rosemary; **MURPHET**, Julian e **DUNN**, Anne. *Narrative and Media*. Cambridge, New York, Melbourne, Madrid, Cape Town, Singapore, São Paulo: Cambridge University Press.

**GARRAND**, Timothy (2006). *Writing for multimedia and the web. A practical guide to content development for interactive media* (3.<sup>a</sup> Ed.). Amsterdam; Boston; Heidelberg; London; New York; Oxford; Paris; San Diego; San Francisco; Singapore; Sydney; Tokyo: Focal Press.

**GENETTE**, Gerard (1980). *Narrative Discourse: An Essay in Method*. New York: Cornell University Press.

**GENETTE**, Gerard (1991). *Fiction et Diction*. Paris: Éditions du Seuil.

**GENETTE**, Gerard (2004). *Métalepse. De la figure à la fiction*. Paris: Éditions du Seuil.

**GODINHO**, Jacinto (2009). *As origens da reportagem: imprensa*. Lisboa: Livros Horizonte.

**GREIMAS**, A. J. e **COURTÈS**, J., (1982). *Semiótica. Diccionario razonado de la Teoria del Lenguaje*. Madrid: Editorial Gredos.

**HALLET**, Wolfgang (2014). "The rise of multimodal novel. Generic change and its narratological implications". In: **RYAN**, Marie-Laure e **THON**, Jan-Noël (eds.). *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology*. Lincoln e Londres: University of Nebraska Press.

**HALLIDAY**, Michael A. K. (2004). *An Introduction to Functional Grammar*. 3.<sup>a</sup> edição. Grã-Bretanha: Hodder Headline Group.

**HAMON**, Philippe (s/d). "Para um estatuto semiológico da personagem". In: **ROSSUM-GUYON**, Françoise Van; **HAMON**, Philippe; **SALLENAVE**, Daniele. *Categorias da Narrativa*. Lisboa: Vega.

**HARVEY**, Colin B. (2014). "A taxonomy of transmedia storytelling". In **RYAN**, Marie-Laure e **THON**, Jan-Noël (eds.). *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology*. Lincoln e Londres: University of Nebraska Press.

**HERMAN**, David (2004). "Toward a Transmedial Narratology". In: **RYAN**, Marie-Laure (ed.). *Narrative across Media. The Languages of Storytelling*. Lincoln e Londres: University of Nebraska Press.

**HERMAN**, David; **JAHN**, Manfred e **RYAN**, Marie-Laure (ed.) (2008). *Routledge Encyclopedia of Narrative Theory*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

**HIRST**, Martin (2011). "Convergence, journalism and News 2.0". *News 2.0.. Can journalism survive the internet?*. Austrália: Allen & Unwin.

**HOFFMANN**, Christian (2010). "Introduction. Narrative revisited: Telling a story in the age of new media". In: **HOFFMANN**, Christian (ed.). *Narrative Revisited. Telling a Story in the age of new media*. Amsterdam; Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

**HOGAN**, Patrick (2010). "Characters and their plots". In **EDER**, Jens; **JANNIDIS**, Fotis e **SCHNEIDER**, Ralf (eds.). *Characters in Fictional Worlds: Understanding Imaginary Beings in Literature, Film, and Other Media*. Berlin; New York: Walter de Gruyter GmbH & Co.

**HOLLOWELL**, John (1977). Fact and Fiction. *The New Journalism and the Nonfiction Novel*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

**ISER**, Wolfgang (1979). “La fiction en effet”, *Poétique*, n° 39, septembre.

**JANNIDIS**, Fotis (2009). “Character”. In: JANNIDIS, Fotis; MARTINEZ, Matiaz; PIER, John; SCHMID, Wolf (ed.). *Handbook of Narratology*. Berlin; New York: Walter de Gruyter.

**KRAMER**, M. (2010). Entrevista a Paulo Madeira in: *Pública*.

**LABOV**, William (1978). “La transformation du vécu à travers la syntaxe narrative”. *Le parler ordinaire*. Paris: Fd. de Minuit.

**LEE**, Yuhnee (2012). “Narrative cognition and modeling in new media communication from Pierce’s semiotic perspective”. *Semiotica*, vol. 189, n.º 1/ 4. Berlin; New York: Walter de Gruyter.

**LITS**, Marc (2008). *Du récit au récit médiatique*. Bruxelles: De Boeck.

**LITS**, Marc (2015). “As investigações sobre a narrativa mediática e o futuro da imprensa”. *Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público*, n.º 1. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.  
In: [https://digitalis.uc.pt/pt-pt/artigo/investiga%C3%A7%C3%B5es\\_sobre\\_narrativa\\_medi%C3%A1tica\\_e\\_o\\_futuro\\_da\\_imprensa](https://digitalis.uc.pt/pt-pt/artigo/investiga%C3%A7%C3%B5es_sobre_narrativa_medi%C3%A1tica_e_o_futuro_da_imprensa) [última consulta em novembro de 2015]

**MADURO**, Daniela C. (2014). “Characters don’t need closure: a aventura impressa e digital”. *Revista de Estudos Literários*, n.º 4. Coimbra: Centro de Literatura Portuguesa.

**MARGOLIN**, Uri (2007). “Character”. In Herman, David (ed.). *The Cambridge Companion to Narrative*. Cambridge; New York; Melbourne; Madrid; Cape Town; Singapore; São Paulo: Cambridge University Press.

**MARGOLIN**, Uri (2010). “From Predicates to People like Us. Kinds of Readerly Engagement with Literary Characters”. In EDER, Jens; JANNIDIS, Fotis e SCHNEIDER, Ralf (eds.). *Characters in Fictional Worlds: Understanding Imaginary Beings in Literature, Film, and Other Media*. Berlin; New York: Walter de Gruyter GmbH & Co.

**MARQUES**, Inês F. e **PEIXINHO**, Ana T. (2016). “A exploração dos recursos digitais para a construção de narrativas: o caso Impresa”. *Mediapólis*, n.º 2. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra [no prelo].

**MARTÍNEZ-COSTA**, María del Pilar (2015). “Radio y nuevas narrativas: de la crossradio a la transradio”. In OLIVEIRA, Madalena e RIBEIRO, Fábio (org.). *Radio, sound and Internet*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

**MEDITSCH**, Eduardo (2008). “O pecado original da mídia: o roteiro de *A Guerra dos Mundos*”. Covilhã: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-guerra-dos-mundos.pdf> [última consulta em janeiro de 2016]

**MESQUITA**, Mário (2004). “A personagem jornalística - da Narratologia à Deontologia”. *O quarto equívoco – o poder dos media na sociedade contemporânea*. 2ª Edição. Coimbra: Edições Minerva.

**MONTEIRO**, Ofélia Paiva (2015). “Parâmetros para a avaliação da personagem”. In: <https://figurasdaficcao.wordpress.com/2015/01/23/parametros-para-a-avaliacao-da-personagem/> [última consulta em março de 2016].

**PAIM**, Augusto Machado (2014). “A personagem-fonte no jornalismo em quadrinhos: entre a ficção e

a não ficção”. *Revista de Estudos Literários*, n.º 4. Coimbra: Centro de Literatura Portuguesa.

**PAVLIK**, John (2001). “Introduction: Understanding the impact of New Media on Journalism”; “Transforming Storytelling: From Omnidirectional Imaging to Augmented Reality”. *Journalism and New Media*. New York: Columbia University Press.

**PEIXINHO**, Ana Teresa (2010). “A construção do romance epistolar *O Mistério da Estrada de Sintra*”. *A epistolaridade nos textos de imprensa de Eça de Queirós*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

**PEIXINHO**, Ana Teresa (2012). “A narrativa como superação da crise”. In SÁ, Alexandre F., PEIXINHO, Ana T. E CAMPONEZ, Carlos (org.). *Aprofundar a Crise: Olhares Multidisciplinares*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

**PEIXINHO**, Ana Teresa (2014). “Procedimentos retórico-narrativos para a construção de personagens jornalísticas - o caso do jornal Expresso durante o verão de 2013”. *Revista de Estudos Literários*, n.º 4. Coimbra: Centro de Literatura Portuguesa.

**PEIXINHO**, Ana Teresa (2016). “O contributo dos Estudos Narrativos para a compreensão da ficção narrativa do século XXI”. FERIN, Isabel; CASTILHO, Fernanda; GUEDES, Ana Paula (org.). *Ficção seriada televisiva no espaço lusófono*. Coimbra: Imprensa da Universidade [no prelo].

**PEIXINHO**, Ana Teresa e **MARQUES**, Inês Fonseca (2016). “Narrativas digitais no jornalismo: a interatividade encenada”. *Tendências do Jornalismo em Países de Língua Portuguesa*. *Revistas Estudos em Jornalismo*, n.º 5, vol. 2 e *Dispositiva*, n.º 3, vol. 2. **In:** <http://www.revistaej.sopcom.pt/edicao/102> [última consulta em 17 de maio de 2015].

**PENA**, Felipe (2005). *Teoria do jornalismo*. São Paulo: Editora Contexto.

**PENAFRIA**, Manuela (2014). “Webdocumentário - Interatividade, abordagem e navegação”. In FIDALGO, Joaquim e CANAVILHAS, João (orgs.). *Comunicação Digital: 10 anos de investigação*. Covilhã: Livros LabCom.

**PRINCE**, Gerald (1982). *Narratology. The form and functioning of narrative*. Berlin; New York; Amsterdam: Mouton.

**QUINN**, Stephen (2005). “What is Convergence and How Will it Affect my Life?”; “Multimedia journalism: putting all together”. In QUINN, Stephen e FILAK, Vincent F. (eds.). *Convergent Journalism: an Introduction*. Amsterdam; Boston; Heidelberg; London; New York; Oxford; Paris; San Diego; San Francisco; Singapore; Sydney; Tokyo: Focal Press.

**REGES**, Thiara (2011). “Internet”; “Webjornalismo”. *Caraterísticas e gerações do webjornalismo: análise dos aspetos tecnológicos, editoriais e funcionais*. Covilhã: Biblioteca Online de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira Interior. **In:** <http://www.bocc.ubi.pt/pag/reges-thiara-caracteristicas-e-geracoes-do-webjornalismo.pdf> [última consulta em novembro de 2015]

**REBELO**, José (2000). *O discurso do jornal*. Lisboa: Editorial Notícias.

**REIS**, Carlos (2005). “*Ad Usum Fabulae*: a ficção da personagem”. *Boletín Galego de Literatura*, n.º 34 / 2.º Semestre 2005. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela.

**REIS**, Carlos (2006). “Narratologia(s) e Teoria da Personagem”. *Revista Desenredo*, vol. 2, n.º 1. Rio Grande do Sul: Universidade de Passo Fundo.

**REIS**, Carlos (2015). “Estudos Narrativos: a questão da personagem ou a personagem em questão”; “Figurações do insólito: a reversão do típico”; “Pessoas de livro: figuração e sobrevida da

personagem”. *Pessoas de livro. Estudos sobre a Personagem*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.

**REIS**, Carlos e **LOPES**, Ana C. M. (1990). *Dicionário de Narratologia* (2.<sup>a</sup> ed.). Coimbra: Almedina.

**REIS**<sup>a</sup>, Pedro (2012). “Media digitais: novos terrenos para a expansão da textualidade”. *Cibertextualidade(s)*, n.º 1. Porto: Universidade Fernando Pessoa. In: [http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/852/1/cibertxt1\\_43-52\\_reis.pdf](http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/852/1/cibertxt1_43-52_reis.pdf) [última consulta em novembro de 2015]

**RENÓ**, Denis (2014). “Transmedia Journalism and New Media Ecology: Possible Languages”. In: **RENÓ**, Denis; **CAMPALANS**, Carolina; **RUIZ**, Sandra; **GOSCIOLA**, Vicente (eds.). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Barcelona: Editorial UOC e Colombia: Universidad del Rosario.

**RENÓ**, Denis e **RENÓ**, Luciana (2013). “Linguagens e interfaces para o jornalismo transmídia”. In **CANAVILHAS**, João (org.). *Notícias e Mobilidade: O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis*. Covilhã: Livros LabCom.

**RODRIGUES**, Adriano Duarte (2009). “Considerações preliminares sobre o quadro enunciativo do discurso midiático”. In: *ECO-pós*, vol. 12, n.º 3, pp. 123-131.

**ROST**, Alejandro (2014). “Interatividade: Definições, estudos e tendências”. In: **CANAVILHAS**, João (org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom.

**RUIZ**, Sandra (2014). “La narrativa transmedia para la representación de la realidad”. In **RENÓ**, Denis; **CAMPALANS**, Carolina; **RUIZ**, Sandra; **GOSCIOLA**, Vicente (eds.). *Periodismo transmedia: miradas múltiples*. Barcelona: Editorial UOC e Colombia: Universidad del Rosario.

**RYAN**, Marie-Laure (2001). “The text as world: theories of immersion”; “From Immersion to Interactivity: The Text as World versus the Text as Game”; “Hypertext: The Functions and Effects of Selective Interactivity”; “Can coherence be saved? Selective interactivity and narrativity”. *Narrative as Virtual Reality. Immersion and Interactivity in Literature and Electronic Media*. Baltimore; London: The Johns Hopkins University Press.

**RYAN**, Marie-Laure (2007). “Toward a definition of narrative”. In **Herman**, David (ed.). *The Cambridge Companion to Narrative*. Cambridge; New York; Melbourne; Madrid; Cape Town; Singapore; São Paulo: Cambridge University Press.

**RYAN**, Marie-Laure (2009). “Narration in Various Media”. In: **JANNIDIS**, Fotis; **MARTINEZ**, Matiaz; **PIER**, John; **SCHMID**, Wolf (ed.). *Handbook of Narratology*. Berlin; New York: Walter de Gruyter.

**RYAN**, Marie-Laure e **THON**, Jan-Noel (2014). “Storyworlds across media: Introduction”. In **RYAN**, Marie-Laure e **THON**, Jan-Noël (eds.). *Storyworlds across Media. Toward a Media-Conscious Narratology*. Lincoln e Londres: University of Nebraska Press.

**SALAVERRÍA**, Ramón (2014). “Multimedialidade: Informar para cinco sentidos”. In: **CANAVILHAS**, João (org.). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom.

**SANTOS**, Clara Almeida e **PEIXINHO**, Ana Teresa (2015). “Newsletters and the return of epistolarity in digital media: The case of the Portuguese online newspaper Observador”. *Digital Journalism* [no prelo].

**SCOLARI**, Carlos Alberto (2009). “Transmedia storytelling: Implicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production”. In *International Journal of Communication*, n.º 3.

California: University of Southern California. In: <http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/%20viewFile/477/336> [última consulta em novembro de 2015]

**SCHAEFFER**, Jean-Marie (2009). “Fictional vs. Factual Narration”. In: JANNIDIS, Fotis; MARTINEZ, Matiaz; PIER, John; SCHMID, Wolf (ed.). *Handbook of Narratology*. Berlin; New York: Walter de Gruyter.

**SCHNEIDER**, Ralf (2001). “Toward a Cognitive Theory of Literary Character: The Dynamics of Mental-Model Construction”. *Style*, vol. 35, n.º 4.

**SOUSA**, Marta Noronha (2014). “Narração Transmediática, ou os Mundos Possíveis Finalmente Libertados”. In ZAGALO, Nelson e OLIVEIRA, Sandra. *Abordagens da Narrativa nos Media*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

**SOLA-MORALES**, Salomé (2013). “La construcción narrativa de la realidad cotidiana. Una revision desde los media frames”. *Doxa. Comunicación*, n.º 18. Espanha: Universidad de La Rioja.

**SUETU**, Claudio Yutaka; **GAMBARO**, Daniel e **RAMOS**, Thais S. (2015). “Hybrid Proceses on Radio: How the video camera is becoming part of a new format of radio shows”. In OLIVEIRA, Madalena e RIBEIRO, Fábio (org.). *Radio, sound and Internet*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.

**TRAQUINA**, Nelson (2007). “As teorias construtivistas”. *Jornalismo*. - : Quimera.

**TUCHMAN**, Gaye (2002). “As notícias como uma realidade construída”. *Media e Jornalismo*. Lisboa: Centro de Investigação Media e Jornalismo.

**VIEIRA**, Cristina C. (2014). “Para uma nova tipologia da descrição da personagem narrativa”. *Revista de Estudos Literários*, n.º 4. Coimbra: Centro de Literatura Portuguesa.

**VAN DIJK**, Teun (2005). “O Poder e a Imprensa”. In *Discurso, notícia e ideologia. Estudos na Análise Crítica do Discurso*. Porto: Campo das Letras, pp. 73-96.

**VAN VUGT**, Henriette C.; **HOORN**, Johan F.; **KONIJN**, Elly (2010). “Modeling Human-Character Interactions in Virtual Space”. In EDER, Jens; JANNIDIS, Fotis e SCHNEIDER, Ralf (eds.). *Characters in Fictional Worlds: Understanding Imaginary Beings in Literature, Film, and Other Media*. Berlin; New York: Walter de Gruyter GmbH & Co.

**VEGLIS**, A. (2012). “Journalism and Cross-media Publishing: The case of Greece”. In SIAPER, E. e VEGLIS, A. (eds.). *The Handbook of Global Online Journalism*. West Sussex: Wiley-Blackwell.

**WOLFE**, Tom (1977). *El nuevo Periodismo*. Barcelona: Editorial Anagrama.

**ZAGALO**, Nelson (2014). “Da experiência narrativa em diferentes media”. In ZAGALO, Nelson e OLIVEIRA, Sandra. *Abordagens da Narrativa nos Media*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.



## **Anexos**

### **Anexo 1: Categorias de análise**

#### **1.1. Categorias respeitantes à identificação da reportagem**

1.1. Título da reportagem

1.2. Órgão de comunicação social

- *Público*
- *Expresso*
- *Rádio Renascença*

1.3. Secção do Site

- Economia
- Sociedade
- Cultura
- Tecnologia
- Especial (Quando a peça está alojada num link especificamente criado para esse fim)

1.4. Capítulo (Identificar o número do capítulo, quando aplicável)

1.5. Tema da reportagem (Identificação do tema)

1.6. Categoria da narrativa mais relevante (Aquele a que a maior parte da reportagem é dedicada)

- Personagem
- Tempo
- Espaço

#### **1.2. Categorias respeitantes à análise das personagens**

2.1. Identificação (Nome ou designação principal)

2.2. Relevância

- Personagem principal (A sua história é muito valorizada na reportagem e o discurso é abundante)
- Personagem secundária (É-lhe dada voz, mas a sua história serve para reforçar alguma ideia ou, nalguns casos, para exercer autoridade, isto é, a sua ação não é tão relevante como a das personagens principais)
- Figurante (A personagem é referida, mas não tem voz ou a mesma é residual, servindo para ajudar à caracterização de outra personagem ou realidade)

2.3. Tipo de personagem

- Individual (A personagem é identificada pelo nome ou por outra designação individual e representa apenas aquele indivíduo)
- Coletiva (Os atributos dizem respeito a um conjunto de pessoas, a quem se atribui uma designação coletiva)

#### 2.4. Composição

- Personagem-tipo
- Personagem não-tipo

2.4.1. O que tipifica? (No caso de a personagem ser tipo, identificar o que tipifica)

#### 2.5. Discurso

- Direto (O discurso da personagem é diretamente citado)
- Indireto (O discurso da personagem está inserido no discurso do narrador)
- Direto e indireto (Os dois tipos de discurso coexistem na reportagem)
- Ausente (A personagem não tem voz própria: existe apenas na narração)

2.6. N.º de citações/ vivos (Contabilização do número de ocorrências em que a personagem fala)

#### 2.7. Caracterização

- Direta (O discurso do narrador caracteriza diretamente a personagem)
- Indireta (É através de inferências que o leitor tem acesso à caracterização da personagem)
- Mista (Existem na peça os dois tipos de caracterização)

#### 2.8. Função da personagem na reportagem

- Humanização (A personagem tem uma história consistente que lhe serve para dar rosto/exemplificar a situação de que se está a falar)
- Autoridade (A personagem surge na condição de fornecer argumentos de autoridade ou, simplesmente – no caso de não ter discurso – de, com a sua presença, credibilizar o relato)
- Humanização e autoridade (uma mesma personagem desempenha as duas funções)
- Caracterização de personagem (A personagem é apenas mencionada para auxiliar à caracterização de outra)
- Caracterização de realidade (A personagem surge para demonstrar uma determinada realidade, mas não tem a substância suficiente para se considerar que humaniza essa mesma situação)

2.9. Lexicalização (Levantamento dos nomes, adjetivos e advérbios usados, pelo jornalista, na caracterização da personagem)

- 2.9.1. Categorização (Tipos de características que, através da lexicalização, são atribuídas à personagem – direta ou indiretamente – pelo narrador)
- Identificação Demográfica (Nome, idade, naturalidade, ...)
  - Físicas (Personagem é identificada por atributos ligados à fisionomia)
  - Familiares (Identificação através de relações familiares)
  - Profissionais (A personagem é caracterizada através da profissão)

- Sociais (Referência a aspetos da vida em sociedade da personagem)
- Psicológicas (São referidos aspetos relacionados com a psique da personagem)
- Ideológicas (As convicções ideológicas da personagem são referidas)

2.10. Ação/transitividade (Levantamento dos verbos usados, pelo jornalista, na caracterização da personagem)

2.10.1. Processos de transitividade (análise dos verbos e sua classificação, de acordo com os processos de transitividade identificados por Halliday)

- Materiais
- Relacionais
- Mentais
- Verbais
- Existenciais
- Comportamentais

2.11. Modalidade (Avaliação do discurso da personagem)

- Epistémica (A personagem transmite informações relativas aos seus conhecimentos e crenças sobre o assunto de que está a falar)
- Apreciativa (A personagem exprime juízos de valor acerca do que fala)
- Deontica (A personagem procura agir – permitir, ordenar, proibir, ... - sobre aquilo que fala)

2.12. Tema (Identificação dos temas presentes no discurso da personagem)

- Vida/Experiência pessoal (A personagem fala de episódios da sua vida pessoal, relacionados com a sua experiência)
- Trabalho (A personagem fala sobre a sua vida profissional)
- Demografia (A personagem fala sobre aspetos demográficos do meio em que se insere: população, nascimentos, etc....)
- Política (A personagem fala sobre a vida política, em geral, ou políticas particulares, da sociedade em que se insere)
- Sociedade (A personagem fala de aspetos da vida em sociedade do meio de que está a falar)
- Economia (A personagem fala sobre políticas económicas da sociedade em que se insere)

### **1.3. Categorias respeitantes aos aspetos formais da reportagem**

3.1.Meio Expressivo principal da reportagem (O mais utilizado)

- Texto
- Vídeo
- Imagem

3.2.Uso de texto para a figuração? (A personagem é mencionada no texto)

- Sim
- Não

- 3.3. Uso de vídeo para a figuração? (A personagem aparece ou fala-se dela no vídeo?)  
-Sim  
-Não
- 3.4. Uso de fotografia para a figuração? (A personagem é retratada em imagem?)  
-Sim  
-Não
- 3.5. Uso de som para a figuração? (É usado um clip de som para dar voz à personagem?)  
-Sim  
-Não
- 3.6. Tipos de fotografia/vídeo usados para a figuração  
-Vivo (A personagem é filmada a falar para a câmara)  
-Retrato (A personagem é diretamente retratada em fotografia)  
-Vídeo *in loco* (A personagem é filmada numa situação da vida real)  
-Fotografia *in loco* (A personagem é fotografada numa situação da vida real)  
-Fotografia de documentação pertencente à personagem
- 3.7. Texto? (Existe texto na reportagem?)  
-Sim  
-Não
- 3.8. Número de parágrafos de texto (Contabilização do número total de parágrafos de texto)
- 3.9. Função do texto  
- Narração (O autor recorre ao texto para narrar acontecimentos)  
- Citação (O autor recorre ao texto para citar a voz das personagens)  
- Ambos (O texto é usado para narrar situações e citar personagens)
- 3.10. Vídeo? (Existem clips de vídeo na reportagem?)  
-Sim  
-Não
- 3.11. Número de clips de vídeo (Contabilização do número total de clips de vídeo, ao longo da reportagem)
- 3.12. Duração total do vídeo (Soma da duração dos clips de vídeo de toda a reportagem)
- 3.13. Tipo de vídeo  
- Entrevista/vivo  
- Gravação *in loco*  
- Música  
- Peça jornalística  
- Animação  
- Trailer/Excerto de filme

- 3.14. Função do vídeo
- Narração (O autor recorre ao vídeo para narrar acontecimentos)
  - Citação (O autor recorre ao texto para dar voz às personagens)
  - Ambas (O vídeo é usado para narrar situações e dar voz às personagens)
  - Contextualização (O autor recorre a vídeos externos - ou seja, de autoria alheia – para contextualizar/acrescentar informação sobre o que está a falar)
- 3.15. Som? (Existem clips de som na reportagem?)
- Sim
  - Não
- 3.16. Número de clips de som (Contabilização do número total de clips de vídeo, ao longo da reportagem)
- 3.17. Duração total do som (Soma da duração dos clips de som de toda a reportagem)
- 3.18. Tipo de som
- Entrevista/vivo
  - Som ambiente
  - Música
  - Narração
- 3.19. Função do som
- Narração (O autor recorre ao vídeo para narrar acontecimentos)
  - Citação (O autor recorre ao texto para dar voz às personagens)
  - Ambas (O som é usado para narrar situações e dar voz às personagens)
  - Complemento (O som é usado para complementar a narrativa – p. ex.: música)
- 3.20. Imagens? (Existem imagens na reportagem?)
- Sim
  - Não
- 3.21. Número de imagens (Contabilização do número total de imagens, ao longo da reportagem)
- 3.22. Tipo de imagem
- Fotografia
  - Ilustração
- 3.23. Infografia? (Existem infografias na reportagem?)
- Sim
  - Não
- 3.24. Tipo de infografia
- Estática
  - Dinâmica
- 3.25. *Links?* (A reportagem contém hiperligações?)
- Sim
  - Não

3.26. Número de *links* internos (Contabilização do número de hiperligações para dentro do próprio *site*)

3.27. Número de *links* externos (Contabilização do número de hiperligações para fora do *site*)

## Anexo 2: Tabelas (resultados da análise)

**Tabela 1: Relevância e número de personagens (total)**

Relevância (total)		%
Personagem principal	174	36%
Personagem secundária	172	35%
Figurante	142	29%
Número total de personagens	488	

**Tabela 1.1.: Relevância e número de personagens, no Público**

Relevância (Público)		%
Personagem principal	84	34%
Personagem secundária	79	32%
Figurante	87	35%
Número total de personagens	250	

**Tabela 1.2.: Relevância e número de personagens, no Expresso**

Relevância (Expresso)		%
Personagem principal	40	37%
Personagem secundária	44	41%
Figurante	23	21%
Número total de personagens	107	

**Tabela 1.3.: Relevância e número de personagens, na Rádio Renascença**

Relevância (RR)		%
Personagem principal	50	38%
Personagem secundária	49	37%
Figurante	32	24%
Número total de personagens	131	

**Tabela 2: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens (total)**

Categoria narrativa mais relevante na reportagem (Total)		%
Ação	18	30%
Personagem	42	69%
Espaço	1	1%
Número total de personagens	61	

**Tabela 2.1.: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens, no *Público***

Categoria narrativa mais relevante na reportagem ( <i>Público</i> )		%
Ação	9	75%
Personagem	2	17%
Espaço	1	8%
Número total de reportagens	12	

**Tabela 2.2.: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens, no *Expresso***

Categoria narrativa mais relevante na reportagem ( <i>Expresso</i> )		%
Ação	7	23%
Personagem	23	77%
Número total de reportagens	30	

**Tabela 2.3.: Categoria narrativa mais relevante na reportagem e número de reportagens, na *Rádio Renascença***

Categoria narrativa mais relevante na reportagem (RR)		%
Ação	2	11%
Personagem	17	89%
Número total de reportagens	19 <sup>168</sup>	

**Tabela 3: Tipos de personagem (total)**

Tipo de personagem (Total)		%
Individual	450	92%
Coletiva	38	8%

**Tabela 3.1.: Tipos de personagem, no *Público***

Tipo de personagem ( <i>Público</i> )		%
Individual	223	89%
Coletiva	27	11%

**Tabela 3.2.: Tipos de personagem, no *Expresso***

Tipo de personagem ( <i>Expresso</i> )		%
Individual	101	94%
Coletiva	6	6%

**Tabela 3.3.: Tipos de personagem, na *Rádio Renascença***

Tipo de personagem (RR)		%
Individual	126	96%
Coletiva	5	4%

<sup>168</sup> Na verdade, a série de reportagens “Os anos da Troika” é constituída apenas por 5 reportagens, cada uma subdividida em vários capítulos. Contudo, em 3 delas, os capítulos funcionam como narrativas independentes entre si, pelo que, para efeitos de análise, cada capítulo foi contabilizado como uma reportagem (cf. pág. 90).

**Tabela 4: Tipologia de personagens (total)**

Tipologia (Total)		%
Tipo	303	62%
Não-Tipo <sup>169</sup>	185	38%

**Tabela 4.1.: Tipologia de personagens, no Público**

Tipologia (Público)		%
Tipo	157	63%
Não-Tipo	93	37%

**Tabela 4.2.: Tipologia de personagens, no Expresso**

Tipologia (Expresso)		%
Tipo	54	50%
Não-Tipo	53	50%

**Tabela 4.3.: Tipologia de personagens, na Rádio Renascença**

Tipologia (RR)		%
Tipo	92	70%
Não-Tipo	39	30%

**Tabela 5: Tipos de caracterização das personagens (total)**

Caraterização (Total)		%
Direta	129	26%
Indireta	17	4%
Mista	342	70%

**Tabela 5.1.: Tipos de caracterização das personagens, no Público**

Caraterização (Público)		%
Direta	99	40%
Indireta	16	6%
Mista	135	54%

**Tabela 5.2.: Tipos de caracterização das personagens, no Expresso**

Caraterização (Expresso)		%
Direta	21	20%
Indireta	0	0%
Mista	86	80%

**Tabela 5.3.: Tipos de caracterização das personagens, na Rádio Renascença**

Caraterização (RR)		%
Direta	9	7%
Indireta	1	1%
Mista	121	92%

<sup>169</sup> O termo “não-tipo” designa aqui personagens não tipificadas, embora se reconheça que não é um termo técnico da tipologia dos Estudos Narrativos.

**Tabela 6: Função das personagens (total)**

Função (Total)		% sobre o número total de personagens
Humanização	213	44%
Autoridade	136	28%
Caraterização (personagem)	77	16%
Caraterização (realidade)	57	12%
Humanização e autoridade	5	1%

**Tabela 6.1.: Função das personagens, no *Público***

Função (Público)		% sobre o número total de personagens
Humanização	105	42%
Autoridade	64	26%
Caraterização (personagem)	39	16%
Caraterização (realidade)	42	17%
Humanização e autoridade	0	0%

**Tabela 6.2.: Função das personagens, no *Expresso***

Função ( <i>Expresso</i> )		% sobre o número total de personagens
Humanização	41	38%
Autoridade	39	36%
Caraterização (personagem)	17	16%
Caraterização (realidade)	5	5%
Humanização e autoridade	5	5%

**Tabela 6.3.: Função das personagens, na *Rádio Renascença***

Função (RR)		% sobre o número total de personagens
Humanização	67	44%
Autoridade	33	28%
Caraterização (personagem)	21	16%
Caraterização (realidade)	10	11%
Humanização e autoridade	0	1%

**Tabela 7: Relação entre relevo e função das personagens (total)**

Relação entre relevo e função (Total)		% sobre o relevo	% sobre a função
Personagem principal + Humanização	134	77%	63%
Personagem secundária + Humanização	61	35%	29%
Figurante + Humanização	18	13%	8%
Personagem principal + Autoridade	30	17%	22%
Personagem secundária + Autoridade	95	55%	70%
Figurante + Autoridade	11	8%	8%
Personagem principal + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Personagem secundária + Caraterização (personagem)	6	3%	8%
Figurante + Caraterização (personagem)	71	50%	92%
Personagem principal + Caraterização (realidade)	8	5%	14%
Personagem secundária + Caraterização (realidade)	7	4%	12%
Figurante + Caraterização (realidade)	42	30%	74%
Personagem principal + Humanização e autoridade	2	1%	40%
Personagem secundária + Humanização e autoridade	3	2%	60%

**Tabela 7.1.: Relação entre relevo e função das personagens, no *Público***

Relação entre relevo e função ( <i>Público</i> )		% sobre o relevo	% sobre a função
Personagem principal + Humanização	63	75%	60%
Personagem secundária + Humanização	31	39%	30%
Figurante + Humanização	11	13%	10%
Personagem principal + Autoridade	17	22%	27%
Personagem secundária + Autoridade	41	55%	64%
Figurante + Autoridade	6	7%	9%
Personagem principal + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Personagem secundária + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Figurante + Caraterização (personagem)	39	45%	100%
Personagem principal + Caraterização (realidade)	4	5%	10%
Personagem secundária + Caraterização (realidade)	7	9%	17%
Figurante + Caraterização (realidade)	31	36%	74%
Personagem principal + Humanização e autoridade	0	0%	0%
Personagem secundária + Humanização e autoridade	0	0%	0%

**Tabela 7.2.: Relação entre relevo e função das personagens, no *Expresso***

Relação entre relevo e função ( <i>Expresso</i> )		% sobre o relevo	% sobre a função
Personagem principal + Humanização	29	73%	71%
Personagem secundária + Humanização	9	20%	22%
Figurante + Humanização	3	13%	7%
Personagem principal + Autoridade	8	18%	21%
Personagem secundária + Autoridade	27	55%	69%
Figurante + Autoridade	4	17%	10%
Personagem principal + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Personagem secundária + Caraterização (personagem)	5	11%	29%
Figurante + Caraterização (personagem)	12	52%	71%
Personagem principal + Caraterização (realidade)	1	3%	20%
Personagem secundária + Caraterização (realidade)	0	0%	0%
Figurante + Caraterização (realidade)	4	17%	80%
Personagem principal + Humanização e autoridade	2	5%	40%
Personagem secundária + Humanização e autoridade	3	7%	60%

**Tabela 7.3.: Relação entre relevo e função das personagens, na *Rádio Renascença***

Relação entre relevo e função (RR)		% sobre o relevo	% sobre a função
Personagem principal + Humanização	42	84%	63%
Personagem secundária + Humanização	21	43%	31%
Figurante + Humanização	4	13%	6%
Personagem principal + Autoridade	5	10%	15%
Personagem secundária + Autoridade	27	55%	82%
Figurante + Autoridade	1	3%	3%
Personagem principal + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Personagem secundária + Caraterização (personagem)	1	2%	5%
Figurante + Caraterização (personagem)	20	63%	95%
Personagem principal + Caraterização (realidade)	3	6%	30%
Personagem secundária + Caraterização (realidade)	0	0%	0%
Figurante + Caraterização (realidade)	7	22%	70%
Personagem principal + Humanização e autoridade	2	4%	0%
Personagem secundária + Humanização e autoridade	3	6%	0%

**Tabela 8: Tipos de discurso (total)**

Discurso (Total)		%
Direto	257	53%
Indireto	5	1%
Direto e Indireto	68	14%
Ausente	158	32%

**Tabela 8.1.: Tipos de discurso, no *Público***

Discurso ( <i>Público</i> )		%
Direto	113	45%
Indireto	4	2%
Direto e Indireto	31	12%
Ausente	102	41%

**Tabela 8.2.: Tipos de discurso, no *Expresso***

Discurso ( <i>Expresso</i> )		%
Direto	55	51%
Indireto	0	0%
Direto e Indireto	30	28%
Ausente	22	21%

**Tabela 8.3.: Tipos de discurso, na *Rádio Renascença***

Discurso (RR)		%
Direto	89	68%
Indireto	1	1%
Direto e Indireto	7	5%
Ausente	34	26%

**Tabela 9: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens (total)**

Relação entre discurso e relevo (total)		% em relação ao discurso	% em relação ao relevo
Discurso direto + Personagem principal	133	52%	76%
Discurso direto + Personagem secundária	111	43%	65%
Discurso direto + Figurante	13	5%	9%
Discurso indireto + Personagem principal	1	20%	1%
Discurso indireto + Personagem secundária	1	20%	1%
Discurso indireto + Figurante	3	60%	2%
Discurso direto e indireto + Personagem principal	30	44%	17%
Discurso direto e indireto + Personagem secundária	34	50%	20%
Discurso direto e indireto + Figurante	4	6%	3%
Discurso ausente + Personagem principal	10	6%	6%
Discurso ausente + Personagem secundária	26	16%	15%
Discurso ausente + Figurante	122	77%	86%

**Tabela 9.1.: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens, no *Público***

Relação entre discurso e relevo ( <i>Público</i> )		% em relação ao discurso	% em relação ao relevo
Discurso direto + Personagem principal	60	53%	71%
Discurso direto + Personagem secundária	46	41%	58%
Discurso direto + Figurante	7	6%	8%
Discurso indireto + Personagem principal	1	25%	1%
Discurso indireto + Personagem secundária	1	25%	1%
Discurso indireto + Figurante	2	50%	2%
Discurso direto e indireto + Personagem principal	16	52%	19%
Discurso direto e indireto + Personagem secundária	15	48%	19%
Discurso direto e indireto + Figurante	0	0%	0%
Discurso ausente + Personagem principal	7	7%	8%
Discurso ausente + Personagem secundária	17	17%	22%
Discurso ausente + Figurante	78	76%	90%

**Tabela 9.2.: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens, no *Expresso***

Relação entre discurso e relevo ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao discurso	% em relação ao relevo
Discurso direto + Personagem principal	30	55%	75%
Discurso direto + Personagem secundária	21	38%	48%
Discurso direto + Figurante	4	7%	17%
Discurso indireto + Personagem principal	0	0%	0%
Discurso indireto + Personagem secundária	0	0%	0%
Discurso indireto + Figurante	0	0%	0%
Discurso direto e indireto + Personagem principal	10	33%	25%
Discurso direto e indireto + Personagem secundária	16	53%	36%
Discurso direto e indireto + Figurante	4	13%	17%
Discurso ausente + Personagem principal	0	0%	0%
Discurso ausente + Personagem secundária	7	32%	16%
Discurso ausente + Figurante	15	68%	65%

**Tabela 9.3.: Relação entre tipo de discurso e relevo das personagens, na *Rádio Renascença***

Relação entre Discurso e Relevo (RR)		% em relação ao discurso	% em relação ao relevo
Discurso direto + Personagem principal	43	48%	86%
Discurso direto + Personagem secundária	44	49%	90%
Discurso direto + Figurante	2	2%	6%
Discurso indireto + Personagem principal	0	0%	0%
Discurso indireto + Personagem secundária	0	0%	0%
Discurso indireto + Figurante	1	100%	3%
Discurso direto e indireto + Personagem principal	4	57%	8%
Discurso direto e indireto + Personagem secundária	3	43%	6%
Discurso direto e indireto + Figurante	0	0%	0%
Discurso ausente + Personagem principal	3	9%	6%
Discurso ausente + Personagem secundária	2	6%	4%
Discurso ausente + Figurante	29	85%	91%

**Tabela 10: Relação entre tipo de discurso e função das personagens (total)**

Relação entre discurso e função (total)		% por discurso	% por função
Discurso direto + Humanização	151	59%	71%
Discurso direto + Autoridade	94	37%	69%
Discurso direto + Caraterização (personagem)	3	1%	4%
Discurso direto + Caraterização (realidade)	7	3%	12%
Discurso direto + Humanização e Autoridade	2	1%	40%
Discurso indireto + Humanização	1	20%	0%
Discurso indireto + Autoridade	2	40%	1%
Discurso indireto + Caraterização (personagem)	1	20%	1%
Discurso indireto + Caraterização (realidade)	1	20%	2%
Discurso direto e indireto + Humanização	29	43%	14%
Discurso direto e indireto + Autoridade	35	51%	26%
Discurso direto e indireto + Caraterização (personagem)	1	1%	1%
Discurso direto e indireto + Humanização e Autoridade	3	4%	60%
Discurso ausente + Humanização	31	20%	15%
Discurso ausente + Autoridade	6	4%	4%
Discurso ausente + Caraterização (personagem)	72	46%	94%
Discurso ausente + Caraterização (realidade)	49	31%	86%

**Tabela 10.1.: Relação entre tipo de discurso e função das personagens, no *Público***

Relação entre discurso e função ( <i>Público</i> )		% por discurso	% por função
Discurso direto + Humanização	68	60%	65%
Discurso direto + Autoridade	42	37%	66%
Discurso direto + Caraterização (personagem)	1	1%	3%
Discurso direto + Caraterização (realidade)	2	2%	5%
Discurso direto + Humanização e Autoridade	0	0%	0%
Discurso indireto + Humanização	1	25%	1%
Discurso indireto + Autoridade	1	25%	2%
Discurso indireto + Caraterização (personagem)	1	25%	3%
Discurso indireto + Caraterização (realidade)	1	25%	2%
Discurso direto e indireto + Humanização	15	48%	14%
Discurso direto e indireto + Autoridade	16	52%	25%
Discurso direto e indireto + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Discurso direto e indireto + Humanização e Autoridade	0	0%	0%
Discurso ausente + Humanização	21	21%	20%
Discurso ausente + Autoridade	5	5%	8%
Discurso ausente + Caraterização (personagem)	37	36%	95%
Discurso ausente + Caraterização (realidade)	39	38%	93%

**Tabela 10.2.: Relação entre tipo de discurso e função das personagens, no *Expresso***

Relação entre discurso e função ( <i>Expresso</i> )		% por discurso	% por função
Discurso direto + Humanização	25	45%	61%
Discurso direto + Autoridade	23	42%	59%
Discurso direto + Caraterização (personagem)	2	4%	12%
Discurso direto + Caraterização (realidade)	3	5%	60%
Discurso direto + Humanização e Autoridade	2	4%	40%
Discurso indireto + Humanização	0	0%	0%
Discurso indireto + Autoridade	0	0%	0%
Discurso indireto + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Discurso indireto + Caraterização (realidade)	0	0%	0%
Discurso direto e indireto + Humanização	10	33%	24%
Discurso direto e indireto + Autoridade	16	53%	41%
Discurso direto e indireto + Caraterização (personagem)	1	3%	6%
Discurso direto e indireto + Humanização e Autoridade	3	10%	60%
Discurso ausente + Humanização	5	23%	12%
Discurso ausente + Autoridade	1	5%	3%
Discurso ausente + Caraterização (personagem)	14	64%	82%
Discurso ausente + Caraterização (realidade)	2	9%	40%

**Tabela 10.3.: Relação entre tipo de discurso e função das personagens, na *Rádio Renascença***

Relação entre discurso e função (RR)		% por discurso	% por função
Discurso direto + Humanização	58	65%	87%
Discurso direto + Autoridade	29	33%	88%
Discurso direto + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Discurso direto + Caraterização (realidade)	2	2%	20%
Discurso direto + Humanização e Autoridade	0	0%	0%
Discurso indireto + Humanização	0	0%	0%
Discurso indireto + Autoridade	1	100%	0%
Discurso indireto + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Discurso indireto + Caraterização (realidade)	0	0%	0%
Discurso direto e indireto + Humanização	4	57%	6%
Discurso direto e indireto + Autoridade	3	43%	9%
Discurso direto e indireto + Caraterização (personagem)	0	0%	0%
Discurso direto e indireto + Humanização e Autoridade	0	0%	0%
Discurso ausente + Humanização	5	15%	7%
Discurso ausente + Autoridade	0	0%	0%
Discurso ausente + Caraterização (personagem)	21	62%	100%
Discurso ausente + Caraterização (realidade)	8	24%	80%

**Tabela 11: Personagens com discurso direto por função (total)**

Personagens com discurso direto por função (Total)		% em relação ao discurso	% em relação à função
Humanização	180	55%	85%
Autoridade	129	40%	95%
Caraterização (Personagem)	2	1%	5%
Caraterização (Realidade)	7	2%	12%
Humanização e Autoridade	5	2%	100%

**Tabela 11.1.: Personagens com discurso direto por função, no *Público***

Personagens com discurso direto por função ( <i>Público</i> )		% em relação ao discurso	% em relação à função
Humanização	83	58%	79%
Autoridade	58	40%	91%
Caraterização (Personagem)	0	0%	0%
Caraterização (Realidade)	2	1%	5%
Humanização e Autoridade	0	0%	0%

**Tabela 11.2.: Personagens com discurso direto por função, no *Expresso***

Personagens com discurso direto por função ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao discurso	% em relação à função
Humanização	35	41%	85%
Autoridade	39	46%	100%
Caraterização (Personagem)	2	2%	12%
Caraterização (Realidade)	3	4%	60%
Humanização e Autoridade	5	6%	100%

**Tabela 11.3.: Personagens com discurso direto por função, na *Rádio Renascença***

Personagens com discurso direto por função (RR)		% em relação ao discurso	% em relação à função
Humanização	62	65%	93%
Autoridade	32	33%	97%
Caraterização (Personagem)	0	0%	0%
Caraterização (Realidade)	2	2%	20%
Humanização e Autoridade	0	0%	0%

**Tabela 12: Número médio de citações por órgão de comunicação social**

Número médio de citações	
<i>Público</i>	42
<i>Expresso</i>	21
RR	111

**Tabela 13: Tipos de caraterização das personagens (total)**

Caraterização (Total)		%
Direta	129	26%
Indireta	17	4%
Mista	342	70%

**Tabela 13.1.: Tipos de caraterização das personagens, no *Público***

Caraterização ( <i>Público</i> )		%
Direta	99	40%
Indireta	16	6%
Mista	135	54%

**Tabela 13.2.: Tipos de caracterização das personagens, no *Expresso***

Caraterização ( <i>Expresso</i> )		%
Direta	21	20%
Indireta	0	0%
Mista	86	80%

**Tabela 13.3.: Tipos de caracterização das personagens, na *Rádio Renascença***

Caraterização (RR)		%
Direta	9	7%
Indireta	1	1%
Mista	121	92%

**Tabela 14: Tipos de categorização, por tipo individualizado (total)**

Categorização, por tipo individualizado (Total)		% sobre o número total de personagens
Identificação Identificação Demográfica	416	85%
Profissional	321	66%
Familiar	147	30%
Social	117	24%
Física	14	3%
Psicológica	8	2%
Ideológica	3	1%

**Tabela 14.1.: Tipos de categorização, por tipo individualizado, no *Público***

Categorização, por tipo individualizado ( <i>Público</i> )		% sobre o número total de personagens
Identificação Demográfica	216	86%
Familiar	163	65%
Profissional	64	26%
Social	51	20%
Física	9	4%
Psicológica	7	3%
Ideológica	1	0%

**Tabela 14.2.: Tipos de categorização, por tipo individualizado, no *Expresso***

Categorização, por tipo individualizado ( <i>Expresso</i> )		% sobre o número total de personagens
Identificação Demográfica	92	86%
Profissional	83	78%
Social	26	24%
Familiar	32	30%
Psicológica	0	0%
Física	1	1%
Ideológica	0	0%

**Tabela 14.3.: Tipos de categorização, por tipo individualizado, na Rádio Renascença**

Categorização, por tipo individualizado (RR)		% sobre o número total de personagens
Identificação Demográfica	108	82%
Profissional	75	57%
Familiar	57	44%
Social	34	26%
Física	5	4%
Psicológica	0	0%
Ideológica	2	2%

**Tabela 15: Tipos de categorização por relevo da personagem (total)**

Tipos de categorização por relevo da personagem (Total)		% por relevo	% por tipo de categorização
Personagem principal + Identificação Demográfica	163	94%	39%
Personagem principal + Profissional	120	69%	37%
Personagem principal + Social	51	29%	44%
Personagem principal + Familiar	49	28%	33%
Personagem principal + Física	8	5%	57%
Personagem principal + Psicológica	6	3%	75%
Personagem principal + Ideológica	3	2%	100%
Personagem secundária + Identificação Demográfica	163	95%	39%
Personagem secundária + Profissional	132	77%	41%
Personagem secundária + Social	26	15%	22%
Personagem secundária + Familiar	33	19%	22%
Personagem secundária + Física	4	2%	29%
Personagem secundária + Psicológica	0	0%	0%
Personagem secundária + Ideológica	0	0%	0%
Figurante + Identificação Demográfica	90	63%	22%
Figurante + Profissional	69	49%	21%
Figurante + Social	40	28%	34%
Figurante + Familiar	65	46%	44%
Figurante + Física	2	1%	14%
Figurante + Psicológica	2	1%	25%
Figurante + Ideológica	0	0%	0%

**Tabela 15.1.: Tipos de categorização por relevo da personagem, no Público**

Tipos de categorização por relevo da personagem ( <i>Público</i> )		% por relevo	% por tipo de categorização
Personagem principal + Identificação Demográfica	78	93%	36%
Personagem principal + Profissional	61	73%	37%
Personagem principal + Social	20	24%	39%
Personagem principal + Familiar	18	21%	28%
Personagem principal + Física	5	6%	56%
Personagem principal + Psicológica	5	6%	71%
Personagem principal + Ideológica	1	1%	100%
Personagem secundária + Identificação Demográfica	75	95%	35%
Personagem secundária + Profissional	62	78%	38%
Personagem secundária + Social	14	18%	27%
Personagem secundária + Familiar	14	18%	22%
Personagem secundária + Física	2	3%	22%
Personagem secundária + Psicológica	0	0%	0%
Personagem secundária + Ideológica	0	0%	0%
Figurante + Identificação Demográfica	63	72%	29%
Figurante + Profissional	41	47%	25%
Figurante + Social	17	20%	33%
Figurante + Familiar	32	37%	50%
Figurante + Física	2	2%	22%
Figurante + Psicológica	2	2%	29%
Figurante + Ideológica	0	0%	0%

**Tabela 15.2.: Tipos de categorização por relevo da personagem, no Expresso**

Tipos de categorização por relevo da personagem ( <i>Expresso</i> )		% por relevo	% por tipo de categorização
Personagem principal + Identificação Demográfica	39	98%	42%
Personagem principal + Profissional	32	80%	39%
Personagem principal + Social	16	40%	50%
Personagem principal + Familiar	9	23%	35%
Personagem principal + Física	0	0%	0%
Personagem principal + Psicológica	1	3%	100%
Personagem principal + Ideológica	0	0%	0%
Personagem secundária + Identificação Demográfica	40	91%	43%
Personagem secundária + Profissional	39	89%	47%
Personagem secundária + Social	8	18%	25%
Personagem secundária + Familiar	7	16%	27%
Personagem secundária + Física	0	0%	0%
Personagem secundária + Psicológica	0	0%	0%
Personagem secundária + Ideológica	0	0%	0%
Figurante + Identificação Demográfica	13	57%	14%
Figurante + Profissional	12	52%	14%
Figurante + Social	8	35%	25%
Figurante + Familiar	10	43%	38%
Figurante + Física	0	0%	0%
Figurante + Psicológica	0	0%	0%
Figurante + Ideológica	0	0%	0%

**Tabela 15.3.: Tipos de categorização por relevo da personagem, na *Rádio Renascença***

Tipos de categorização por relevo da personagem (RR)		% por relevo	% por tipo de categorização
Personagem principal + Identificação Demográfica	46	92%	43%
Personagem principal + Profissional	27	54%	36%
Personagem principal + Social	15	30%	44%
Personagem principal + Familiar	22	44%	39%
Personagem principal + Física	3	6%	60%
Personagem principal + Psicológica	0	0%	0%
Personagem principal + Ideológica	2	4%	100%
Personagem secundária + Identificação Demográfica	48	98%	44%
Personagem secundária + Profissional	31	63%	41%
Personagem secundária + Social	4	8%	12%
Personagem secundária + Familiar	12	24%	21%
Personagem secundária + Física	2	4%	40%
Personagem secundária + Psicológica	0	0%	0%
Personagem secundária + Ideológica	0	0%	0%
Figurante + Identificação Demográfica	14	44%	13%
Figurante + Profissional	16	50%	21%
Figurante + Social	15	47%	44%
Figurante + Familiar	23	72%	40%
Figurante + Física	0	0%	0%
Figurante + Psicológica	0	0%	0%
Figurante + Ideológica	0	0%	0%

**Tabela 16: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem (total)**

Tipos de categorização por função da personagem (Total)		% em relação à função	% em relação ao tipo de categorização
Humanização + Identificação Demográfica	204	96%	49%
Humanização + Profissional	122	57%	38%
Humanização + Social	62	29%	53%
Humanização + Familiar	83	39%	56%
Humanização + Física	12	6%	86%
Humanização + Psicológica	3	1%	38%
Humanização + Ideológica	3	1%	100%
Autoridade + Identificação Demográfica	133	98%	32%
Autoridade + Profissional	133	98%	41%
Autoridade + Social	6	4%	5%
Autoridade + Familiar	0	0%	0%
Autoridade + Física	0	0%	0%
Autoridade + Psicológica	2	1%	25%
Autoridade + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Identificação Demográfica	42	55%	10%
Caraterização (personagem) + Profissional	30	39%	9%
Caraterização (personagem) + Social	21	27%	18%
Caraterização (personagem) + Familiar	60	78%	41%
Caraterização (personagem) + Física	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Psicológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Identificação Demográfica	32	56%	8%
Caraterização (realidade) + Profissional	31	54%	10%
Caraterização (realidade) + Social	28	49%	24%
Caraterização (realidade) + Familiar	3	5%	2%
Caraterização (realidade) + Física	2	4%	14%
Caraterização (realidade) + Psicológica	3	5%	38%
Caraterização (realidade) + Ideológica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Identificação Demográfica	5	100%	1%
Humanização e Autoridade + Profissional	5	100%	2%
Humanização e Autoridade + Familiar	1	20%	1%

**Tabela 16.1.: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem, no *Público***

Tipos de categorização por função da personagem ( <i>Público</i> )		% em relação à função	% em relação ao tipo de categorização
Humanização + Identificação Demográfica	100	95%	46%
Humanização + Profissional	64	61%	39%
Humanização + Social	24	23%	47%
Humanização + Familiar	31	30%	48%
Humanização + Física	7	7%	78%
Humanização + Psicológica	2	2%	29%
Humanização + Ideológica	1	1%	100%
Autoridade + Identificação Demográfica	61	95%	28%
Autoridade + Profissional	63	98%	39%
Autoridade + Social	4	6%	8%
Autoridade + Familiar	0	0%	0%
Autoridade + Física	0	0%	0%
Autoridade + Psicológica	2	3%	29%
Autoridade + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Identificação Demográfica	32	82%	15%
Caraterização (personagem) + Profissional	14	36%	9%
Caraterização (personagem) + Social	8	21%	16%
Caraterização (personagem) + Familiar	30	77%	47%
Caraterização (personagem) + Física	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Psicológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Identificação Demográfica	23	55%	11%
Caraterização (realidade) + Profissional	22	52%	13%
Caraterização (realidade) + Social	15	36%	29%
Caraterização (realidade) + Familiar	3	7%	5%
Caraterização (realidade) + Física	2	5%	22%
Caraterização (realidade) + Psicológica	3	7%	43%
Caraterização (realidade) + Ideológica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Identificação Demográfica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Profissional	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Familiar	0	0%	0%

**Tabela 16.2.: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem, no *Expresso***

Tipos de categorização por função da personagem ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função	% em relação ao tipo de categorização
Humanização + Identificação Demográfica	40	98%	43%
Humanização + Profissional	29	71%	35%
Humanização + Social	23	56%	72%
Humanização + Familiar	14	34%	54%
Humanização + Física	0	0%	0%
Humanização + Psicológica	1	2%	100%
Humanização + Ideológica	0	0%	0%
Autoridade + Identificação Demográfica	39	100%	42%
Autoridade + Profissional	39	100%	47%
Autoridade + Social	0	0%	0%
Autoridade + Familiar	0	0%	0%
Autoridade + Física	0	0%	0%
Autoridade + Psicológica	0	0%	0%
Autoridade + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Identificação Demográfica	6	35%	7%
Caraterização (personagem) + Profissional	7	41%	8%
Caraterização (personagem) + Social	5	29%	16%
Caraterização (personagem) + Familiar	11	65%	42%
Caraterização (personagem) + Física	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Psicológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Identificação Demográfica	2	40%	2%
Caraterização (realidade) + Profissional	3	60%	4%
Caraterização (realidade) + Social	4	80%	13%
Caraterização (realidade) + Familiar	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Física	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Psicológica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Ideológica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Identificação Demográfica	5	100%	5%
Humanização e Autoridade + Profissional	5	100%	6%
Humanização e Autoridade + Familiar	1	20%	4%

**Tabela 16.3.: Tipos de categorização (por tipo individualizado) por função da personagem, na *Rádio Renascença***

Tipos de categorização por função da personagem (RR)		% em relação à função	% em relação ao tipo de categorização
Humanização + Identificação Demográfica	64	96%	59%
Humanização + Profissional	29	43%	39%
Humanização + Social	15	22%	44%
Humanização + Familiar	38	57%	67%
Humanização + Física	5	7%	100%
Humanização + Psicológica	0	0%	0%
Humanização + Ideológica	2	3%	100%
Autoridade + Identificação Demográfica	33	100%	31%
Autoridade + Profissional	31	94%	41%
Autoridade + Social	2	6%	6%
Autoridade + Familiar	0	0%	0%
Autoridade + Física	0	0%	0%
Autoridade + Psicológica	0	0%	0%
Autoridade + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Identificação Demográfica	4	19%	4%
Caraterização (personagem) + Profissional	9	43%	12%
Caraterização (personagem) + Social	8	38%	24%
Caraterização (personagem) + Familiar	19	90%	33%
Caraterização (personagem) + Física	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Psicológica	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Ideológica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Identificação Demográfica	7	70%	6%
Caraterização (realidade) + Profissional	6	60%	8%
Caraterização (realidade) + Social	9	90%	26%
Caraterização (realidade) + Familiar	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Física	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Psicológica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Ideológica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Identificação Demográfica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Profissional	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Familiar	0	0%	0%

**Tabela 17: Diversidade de elementos de categorização (total)**

Diversidade de elementos de categorização (Total)		% em relação ao número total de personagens
0 elementos	4	1%
1 elemento	66	14%
2 elementos	310	64%
3 elementos	93	19%
4 elementos	14	3%
5 elementos	1	0%

**Tabela 17.1.: Diversidade de elementos de categorização, no *Público***

Diversidade de elementos de categorização ( <i>Público</i> )		% em relação ao número total de personagens
0 elementos	4	2%
1 elemento	36	14%
2 elementos	161	64%
3 elementos	43	17%
4 elementos	6	2%
5 elementos	0	0%

**Tabela 17.2.: Diversidade de elementos de categorização, no *Expresso***

Diversidade de elementos de categorização ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número total de personagens	
0 elementos	0		0%
1 elemento	9		8%
2 elementos	73		68%
3 elementos	21		20%
4 elementos	4		4%
5 elementos	0		0%

**Tabela 17.3.: Diversidade de elementos de categorização, na *Rádio Renascença***

Diversidade de elementos de categorização (RR)		% em relação ao número total de personagens	
0 elementos	0		0%
1 elemento	21		16%
2 elementos	76		58%
3 elementos	29		22%
4 elementos	4		3%
5 elementos	1		1%

**Tabela 18: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem (total)**

Diversidade de elementos de categorização por relevo (Total)		% sobre o relevo	% sobre a diversidade de elementos de categorização
Personagem principal + 1 elemento	20	11%	30%
Personagem secundária + 1 elemento	15	9%	23%
Figurante + 1 elemento	31	22%	47%
Personagem principal + 2 elementos	93	53%	30%
Personagem secundária + 2 elementos	133	77%	43%
Figurante + 2 elementos	84	59%	27%
Personagem principal + 3 elementos	47	27%	51%
Personagem secundária + 3 elementos	23	13%	25%
Figurante + 3 elementos	23	16%	25%
Personagem principal + 4 elementos	12	7%	86%
Personagem secundária + 4 elementos	2	1%	14%
Personagem principal + 5 elementos	1	1%	100%
Figurante + 0 elementos	4	3%	100%

**Tabela 18.1.: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem, no Público**

Diversidade de elementos de caracterização ( <i>Público</i> )		% sobre o relevo	% sobre a diversidade de elementos de categorização
Personagem principal + 1 elemento	9	11%	25%
Personagem secundária + 1 elemento	5	6%	14%
Figurante + 1 elemento	22	25%	61%
Personagem principal + 2 elementos	51	61%	32%
Personagem secundária + 2 elementos	62	78%	39%
Figurante + 2 elementos	48	55%	30%
Personagem principal + 3 elementos	20	24%	47%
Personagem secundária + 3 elementos	10	13%	23%
Figurante + 3 elementos	13	15%	30%
Personagem principal + 4 elementos	4	5%	67%
Personagem secundária + 4 elementos	2	3%	33%
Personagem principal + 5 elementos	0	0%	0%
Figurante + 0 elementos	4	5%	100%

**Tabela 18.2.: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem, no Expresso**

Diversidade de elementos de caracterização ( <i>Expresso</i> )		% sobre o relevo	% sobre a diversidade de elementos de categorização
Personagem principal + 1 elemento	2	5%	22%
Personagem secundária + 1 elemento	2	5%	22%
Figurante + 1 elemento	5	22%	56%
Personagem principal + 2 elementos	23	58%	32%
Personagem secundária + 2 elementos	34	77%	47%
Figurante + 2 elementos	16	70%	22%
Personagem principal + 3 elementos	11	28%	52%
Personagem secundária + 3 elementos	8	18%	38%
Figurante + 3 elementos	2	9%	10%
Personagem principal + 4 elementos	4	10%	100%
Personagem secundária + 4 elementos	0	0%	0%
Personagem principal + 5 elementos	0	0%	0%
Figurante + 0 elementos	0	0%	0%

**Tabela 18.3.: Diversidade de elementos de categorização por relevo da personagem, na Rádio Renascença**

Diversidade de elementos de caracterização (RR)		% sobre o relevo	% sobre a diversidade de elementos de categorização
Personagem principal + 1 elemento	9	18%	43%
Personagem secundária + 1 elemento	8	16%	38%
Figurante + 1 elemento	4	13%	19%
Personagem principal + 2 elementos	19	38%	25%
Personagem secundária + 2 elementos	37	76%	49%
Figurante + 2 elementos	20	63%	26%
Personagem principal + 3 elementos	16	32%	55%
Personagem secundária + 3 elementos	5	10%	17%
Figurante + 3 elementos	8	25%	28%
Personagem principal + 4 elementos	4	8%	100%
Personagem secundária + 4 elementos	0	0%	0%
Personagem principal + 5 elementos	1	2%	100%
Figurante + 0 elementos	0	0%	0%

**Tabela 19: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem (total)**

Diversidade de elementos de categorização por função (Total)		% em relação à função	% em relação à diversidade de elementos de categorização
Caraterização (personagem) + 0 elementos	1	1%	25%
Caraterização (realidade) + 0 elementos	3	5%	75%
Humanização + 1 elemento	30	14%	45%
Autoridade + 1 elemento	3	2%	5%
Caraterização (personagem) + 1 elemento	15	19%	23%
Caraterização (realidade) + 1 elemento	18	32%	27%
Humanização + 2 elementos	106	50%	34%
Autoridade + 2 elementos	128	94%	41%
Caraterização (personagem) + 2 elementos	47	61%	15%
Caraterização (realidade) + 2 elementos	25	44%	8%
Humanização e Autoridade + 2 elementos	4	80%	1%
Humanização + 3 elementos	62	29%	67%
Autoridade + 3 elementos	5	4%	5%
Caraterização (personagem) + 3 elementos	14	18%	15%
Caraterização (realidade) + 3 elementos	11	19%	12%
Humanização e Autoridade + 3 elementos	1	20%	1%
Humanização + 4 elementos	14	7%	100%
Humanização + 5 elementos	1	0%	100%

**Tabela 19.1.: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem, no Público**

Diversidade de elementos de categorização por função (Público)		% em relação à função	% em relação à diversidade de elementos de categorização
Caraterização (personagem) + 0 elementos	1	2%	25%
Caraterização (realidade) + 0 elementos	3	8%	75%
Humanização + 1 elemento	15	14%	42%
Autoridade + 1 elemento	3	5%	8%
Caraterização (personagem) + 1 elemento	6	15%	17%
Caraterização (realidade) + 1 elemento	12	30%	33%
Humanização + 2 elementos	62	59%	39%
Autoridade + 2 elementos	56	88%	35%
Caraterização (personagem) + 2 elementos	24	59%	15%
Caraterização (realidade) + 2 elementos	19	48%	12%
Humanização e Autoridade + 2 elementos	0	0%	0%
Humanização + 3 elementos	22	21%	51%
Autoridade + 3 elementos	5	8%	12%
Caraterização (personagem) + 3 elementos	10	24%	23%
Caraterização (realidade) + 3 elementos	6	15%	14%
Humanização e Autoridade + 3 elementos	0	0%	0%
Humanização + 4 elementos	6	6%	100%
Humanização + 5 elementos	0	0%	0%

**Tabela 19.2.: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem, no *Expresso***

Diversidade de elementos de categorização por função ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função	% em relação à diversidade de elementos de categorização
Caraterização (personagem) + 0 elementos	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + 0 elementos	0	0%	0%
Humanização + 1 elemento	2	5%	22%
Autoridade + 1 elemento	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + 1 elemento	4	25%	44%
Caraterização (realidade) + 1 elemento	3	50%	33%
Humanização + 2 elementos	16	39%	22%
Autoridade + 2 elementos	39	100%	53%
Caraterização (personagem) + 2 elementos	11	69%	15%
Caraterização (realidade) + 2 elementos	3	50%	4%
Humanização e Autoridade + 2 elementos	4	80%	5%
Humanização + 3 elementos	19	46%	90%
Autoridade + 3 elementos	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + 3 elementos	1	6%	5%
Caraterização (realidade) + 3 elementos	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + 3 elementos	1	20%	5%
Humanização + 4 elementos	4	10%	100%
Humanização + 5 elementos	0	0%	0%

**Tabela 19.3.: Diversidade de elementos de categorização por função da personagem, na *Rádio Renascença***

Diversidade de elementos de categorização por função (RR)		% em relação à função	% em relação à diversidade de elementos de categorização
Caraterização (personagem) + 0 elementos	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + 0 elementos	0	0%	0%
Humanização + 1 elemento	13	19%	62%
Autoridade + 1 elemento	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + 1 elemento	5	24%	24%
Caraterização (realidade) + 1 elemento	3	30%	14%
Humanização + 2 elementos	28	42%	37%
Autoridade + 2 elementos	33	100%	43%
Caraterização (personagem) + 2 elementos	13	62%	17%
Caraterização (realidade) + 2 elementos	2	20%	3%
Humanização e Autoridade + 2 elementos	0	0%	0%
Humanização + 3 elementos	21	31%	72%
Autoridade + 3 elementos	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + 3 elementos	3	14%	10%
Caraterização (realidade) + 3 elementos	5	50%	17%
Humanização e Autoridade + 3 elementos	0	0%	0%
Humanização + 4 elementos	4	6%	100%
Humanização + 5 elementos	1	1%	100%

**Tabela 20: Processos de transitividade (por processo individualizado) (total)**

Processos de transitividade - individualizados (Total)		% em relação ao total de personagens
Materiais	264	54%
Relacionais	196	40%
Verbais	194	40%
Mentais	170	35%
Existenciais	24	5%
Comportamentais	36	7%

**Tabela 20.1.: Processos de transitividade (por processo individualizado), no *Público***

Processos de transitividade - individualizados ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de personagens
Materiais	114	46%
Relacionais	91	36%
Verbais	85	34%
Mentais	74	30%
Existenciais	2	1%
Comportamentais	14	6%

**Tabela 20.2.: Processos de transitividade (por processo individualizado), no *Expresso***

Processos de transitividade - individualizados ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de personagens
Materiais	59	55%
Relacionais	35	33%
Verbais	74	69%
Mentais	58	54%
Existenciais	6	6%
Comportamentais	10	9%

**Tabela 20.3.: Processos de transitividade (por processo individualizado), na *Rádio Renascença***

Processos de transitividade - individualizados (RR)		% em relação ao total de personagens
Materiais	77	59%
Relacionais	38	29%
Verbais	24	18%
Mentais	43	33%
Existenciais	9	7%
Comportamentais	8	6%

**Tabela 21: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado (total)**

Relação entre função e transitividade por tipo de processo (Total)		% em relação à função	% em relação ao tipo de processo de transitividade
Humanização + Sem transitividade	34	16%	38%
Autoridade + Sem transitividade	35	26%	39%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	13	17%	15%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	7	12%	8%
Humanização + Materiais	158	74%	60%
Autoridade + Materiais	26	19%	10%
Caraterização (personagem) + Materiais	47	61%	18%
Caraterização (realidade) + Materiais	30	53%	11%
Humanização e Autoridade + Materiais	3	60%	1%
Humanização + Relacionais	130	61%	66%
Autoridade + Relacionais	18	13%	9%
Caraterização (personagem) + Relacionais	21	27%	11%
Caraterização (realidade) + Relacionais	24	42%	12%
Humanização e Autoridade + Relacionais	3	60%	2%
Humanização + Verbais	91	43%	47%
Autoridade + Verbais	89	65%	46%
Caraterização (personagem) + Verbais	6	8%	3%
Caraterização (realidade) + Verbais	5	9%	3%
Humanização e Autoridade + Verbais	3	60%	2%
Humanização + Mentais	107	50%	63%
Autoridade + Mentais	39	29%	23%
Caraterização (personagem) + Mentais	13	17%	8%
Caraterização (realidade) + Mentais	7	12%	4%
Humanização e Autoridade + Mentais	4	80%	2%
Humanização + Existenciais	13	6%	54%
Autoridade + Existenciais	3	2%	13%
Caraterização (personagem) + Existenciais	3	4%	0%
Caraterização (realidade) + Existenciais	4	7%	17%
Humanização e Autoridade + Existenciais	1	20%	4%
Humanização + Comportamentais	28	13%	78%
Autoridade + Comportamentais	2	1%	6%
Caraterização (personagem) + Comportamentais	3	4%	8%
Caraterização (realidade) + Comportamentais	3	5%	8%
Humanização e Autoridade + Comportamentais	0	0%	0%

**Tabela 21.1.: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado, no *Público***

Relação entre função e transitividade por tipo de processo ( <i>Público</i> )		% em relação à função	% em relação ao tipo de processos de transitividade
Humanização + Sem transitividade	28	27%	52%
Autoridade + Sem transitividade	10	16%	19%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	10	26%	19%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	6	14%	11%
Humanização + Materiais	58	55%	51%
Autoridade + Materiais	14	22%	12%
Caraterização (personagem) + Materiais	21	54%	18%
Caraterização (realidade) + Materiais	21	50%	18%
Humanização e Autoridade + Materiais	0	0%	0%
Humanização + Relacionais	51	49%	56%
Autoridade + Relacionais	15	23%	16%
Caraterização (personagem) + Relacionais	7	18%	8%
Caraterização (realidade) + Relacionais	18	43%	20%
Humanização e Autoridade + Relacionais	0	0%	0%
Humanização + Verbais	44	42%	52%
Autoridade + Verbais	37	58%	44%
Caraterização (personagem) + Verbais	2	5%	2%
Caraterização (realidade) + Verbais	2	5%	2%
Humanização e Autoridade + Verbais	0	0%	0%
Humanização + Mentais	39	37%	53%
Autoridade + Mentais	21	33%	28%
Caraterização (personagem) + Mentais	4	10%	5%
Caraterização (realidade) + Mentais	10	24%	14%
Humanização e Autoridade + Mentais	0	0%	0%
Humanização + Existenciais	0	0%	0%
Autoridade + Existenciais	1	2%	50%
Caraterização (personagem) + Existenciais	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Existenciais	1	2%	50%
Humanização e Autoridade + Existenciais	0	0%	0%
Humanização + Comportamentais	11	10%	79%
Autoridade + Comportamentais	1	2%	7%
Caraterização (personagem) + Comportamentais	1	3%	7%
Caraterização (realidade) + Comportamentais	1	2%	7%
Humanização e Autoridade + Comportamentais	0	0%	0%

**Tabela 21.2.: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado, no *Expresso***

Relação entre função e transitividade por tipo de processo ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função	% em relação ao tipo de processos de transitividade
Humanização + Sem transitividade	0	0%	0%
Autoridade + Sem transitividade	1	3%	33%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	2	12%	67%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	0	0%	0%
Humanização + Materiais	38	93%	64%
Autoridade + Materiais	4	10%	7%
Caraterização (personagem) + Materiais	12	71%	20%
Caraterização (realidade) + Materiais	2	40%	3%
Humanização e Autoridade + Materiais	3	60%	5%
Humanização + Relacionais	29	71%	83%
Autoridade + Relacionais	1	3%	3%
Caraterização (personagem) + Relacionais	2	12%	6%
Caraterização (realidade) + Relacionais	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Relacionais	3	60%	9%
Humanização + Verbais	30	73%	41%
Autoridade + Verbais	34	87%	46%
Caraterização (personagem) + Verbais	3	18%	4%
Caraterização (realidade) + Verbais	2	40%	3%
Humanização e Autoridade + Verbais	5	100%	7%
Humanização + Mentais	32	78%	55%
Autoridade + Mentais	17	44%	29%
Caraterização (personagem) + Mentais	6	35%	10%
Caraterização (realidade) + Mentais	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Mentais	3	60%	5%
Humanização + Existenciais	4	10%	67%
Autoridade + Existenciais	1	3%	17%
Caraterização (personagem) + Existenciais	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Existenciais	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Existenciais	1	20%	17%
Humanização + Comportamentais	10	24%	100%
Autoridade + Comportamentais	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Comportamentais	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Comportamentais	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Comportamentais	0	0%	0%

**Tabela 21.3.: Relação entre função e transitividade, por tipo de processo individualizado, na *Rádio Renascença***

Relação entre função e transitividade por tipo de processo (RR)		% em relação à função	% em relação ao tipo de processos de transitividade
Humanização + Sem transitividade	6	9%	19%
Autoridade + Sem transitividade	24	73%	75%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	1	5%	3%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	1	10%	3%
Humanização + Materiais	55	82%	71%
Autoridade + Materiais	1	3%	1%
Caraterização (personagem) + Materiais	15	71%	19%
Caraterização (realidade) + Materiais	6	60%	8%
Humanização e Autoridade + Materiais	0	0%	0%
Humanização + Relacionais	32	48%	84%
Autoridade + Relacionais	2	6%	5%
Caraterização (personagem) + Relacionais	1	5%	3%
Caraterização (realidade) + Relacionais	3	30%	8%
Humanização e Autoridade + Relacionais	0	0%	0%
Humanização + Verbais	18	27%	75%
Autoridade + Verbais	5	15%	21%
Caraterização (personagem) + Verbais	1	5%	4%
Caraterização (realidade) + Verbais	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Verbais	0	0%	0%
Humanização + Mentais	35	52%	81%
Autoridade + Mentais	1	3%	2%
Caraterização (personagem) + Mentais	3	14%	7%
Caraterização (realidade) + Mentais	4	40%	9%
Humanização e Autoridade + Mentais	0	0%	0%
Humanização + Existenciais	8	12%	89%
Autoridade + Existenciais	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Existenciais	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Existenciais	1	10%	11%
Humanização e Autoridade + Existenciais	0	0%	0%
Humanização + Comportamentais	7	10%	88%
Autoridade + Comportamentais	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Comportamentais	1	5%	13%
Caraterização (realidade) + Comportamentais	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Comportamentais	0	0%	0%

**Tabela 22: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado (total)**

Relação entre relevo e transitividade por tipo de processo (Total)		% sobre o relevo	% sobre o tipo de processo
Personagem principal + Materiais	118	68%	45%
Personagem secundária + Materiais	62	36%	24%
Figurante + Materiais	80	56%	31%
Personagem principal + Relacionais	85	49%	44%
Personagem secundária + Relacionais	61	35%	32%
Figurante + Relacionais	46	32%	24%
Personagem principal + Verbais	104	60%	52%
Personagem secundária + Verbais	80	47%	40%
Figurante + Verbais	17	12%	8%
Personagem principal + Mentais	100	57%	56%
Personagem secundária + Mentais	52	30%	29%
Figurante + Mentais	26	18%	15%
Personagem principal + Existenciais	17	10%	59%
Personagem secundária + Existenciais	5	3%	17%
Figurante + Existenciais	7	5%	24%
Personagem principal + Comportamentais	25	14%	74%
Personagem secundária + Comportamentais	8	5%	24%
Figurante + Comportamentais	1	1%	3%

**Tabela 22.1.: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado, no Público**

Relação entre relevo e transitividade por tipo de processo (Público)		% sobre o relevo	% sobre o tipo de processo
Personagem principal + Materiais	39	46%	35%
Personagem secundária + Materiais	29	37%	26%
Figurante + Materiais	45	52%	40%
Personagem principal + Relacionais	31	37%	32%
Personagem secundária + Relacionais	36	46%	37%
Figurante + Relacionais	31	36%	32%
Personagem principal + Verbais	45	54%	48%
Personagem secundária + Verbais	42	53%	45%
Figurante + Verbais	6	7%	6%
Personagem principal + Mentais	37	44%	49%
Personagem secundária + Mentais	23	29%	31%
Figurante + Mentais	15	17%	20%
Personagem principal + Existenciais	1	1%	33%
Personagem secundária + Existenciais	2	3%	67%
Figurante + Existenciais	0	0%	0%
Personagem principal + Comportamentais	9	11%	64%
Personagem secundária + Comportamentais	4	5%	29%
Figurante + Comportamentais	1	1%	7%

**Tabela 22.2.: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado, no *Expresso***

Relação entre relevo e transitividade por tipo de processo ( <i>Expresso</i> )		% sobre o relevo	% sobre o tipo de processo
Personagem principal + Materiais	32	80%	52%
Personagem secundária + Materiais	17	39%	27%
Figurante + Materiais	13	57%	21%
Personagem principal + Relacionais	29	73%	64%
Personagem secundária + Relacionais	12	27%	27%
Figurante + Relacionais	4	17%	9%
Personagem principal + Verbais	37	93%	48%
Personagem secundária + Verbais	31	70%	40%
Figurante + Verbais	9	39%	12%
Personagem principal + Mentais	30	75%	50%
Personagem secundária + Mentais	25	57%	42%
Figurante + Mentais	5	22%	8%
Personagem principal + Existenciais	7	18%	88%
Personagem secundária + Existenciais	1	2%	13%
Figurante + Existenciais	0	0%	0%
Personagem principal + Comportamentais	10	25%	91%
Personagem secundária + Comportamentais	1	2%	9%
Figurante + Comportamentais	0	0%	0%

**Tabela 22.3.: Relação entre relevo e transitividade, por tipo de processo individualizado, na *Rádio Renascença***

Relação entre relevo e transitividade por tipo de processo (RR)		% sobre o relevo	% sobre o tipo de processo
Personagem principal + Materiais	47	94%	57%
Personagem secundária + Materiais	14	29%	17%
Figurante + Materiais	22	69%	27%
Personagem principal + Relacionais	26	52%	54%
Personagem secundária + Relacionais	11	22%	23%
Figurante + Relacionais	11	34%	23%
Personagem principal + Verbais	23	46%	72%
Personagem secundária + Verbais	7	14%	22%
Figurante + Verbais	2	6%	6%
Personagem principal + Mentais	34	68%	77%
Personagem secundária + Mentais	4	8%	9%
Figurante + Mentais	6	19%	14%
Personagem principal + Existenciais	9	18%	69%
Personagem secundária + Existenciais	2	4%	15%
Figurante + Existenciais	2	6%	15%
Personagem principal + Comportamentais	6	12%	86%
Personagem secundária + Comportamentais	1	2%	14%
Figurante + Comportamentais	0	0%	0%

**Tabela 23: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem (total)**

Diversidade de processos de transitividade por relevo (Total)		% em relação ao relevo	% em relação à diversidade de processos
Personagem principal + Sem transitividade	33	19%	38%
Personagem secundária + Sem transitividade	35	20%	40%
Figurante + Sem transitividade	20	14%	23%
Personagem principal + 1 processo	14	8%	11%
Personagem secundária + 1 processo	42	24%	32%
Figurante + 1 processo	74	52%	57%
Personagem principal + 2 processos	32	18%	25%
Personagem secundária + 2 processos	57	33%	44%
Figurante + 2 processos	40	28%	31%
Personagem principal + 3 processos	38	22%	51%
Personagem secundária + 3 processos	28	16%	38%
Figurante + 3 processos	8	6%	11%
Personagem principal + 4 processos	34	20%	79%
Personagem secundária + 4 processos	9	5%	21%
Figurante + 4 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 5 processos	21	12%	95%
Personagem secundária + 5 processos	1	1%	5%
Figurante + 5 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 6 processos	2	1%	100%
Personagem secundária + 6 processos	0	0%	0%
Figurante + 6 processos	0	0%	0%

**Tabela 23.1.: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem, no Público**

Diversidade de processos de transitividade por relevo (Público)		% em relação ao relevo	% em relação à diversidade de processos
Personagem principal + Sem transitividade	32	38%	59%
Personagem secundária + Sem transitividade	6	8%	11%
Figurante + Sem transitividade	16	18%	30%
Personagem principal + 1 processo	6	7%	8%
Personagem secundária + 1 processo	22	28%	31%
Figurante + 1 processo	44	51%	61%
Personagem principal + 2 processos	9	11%	14%
Personagem secundária + 2 processos	31	39%	48%
Figurante + 2 processos	24	28%	38%
Personagem principal + 3 processos	16	19%	44%
Personagem secundária + 3 processos	17	22%	47%
Figurante + 3 processos	3	3%	8%
Personagem principal + 4 processos	15	18%	83%
Personagem secundária + 4 processos	3	4%	17%
Figurante + 4 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 5 processos	6	7%	100%
Personagem secundária + 5 processos	0	0%	0%
Figurante + 5 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 6 processos	0	0%	0%
Personagem secundária + 6 processos	0	0%	0%
Figurante + 6 processos	0	0%	0%

**Tabela 23.2.: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem, no *Expresso***

Diversidade de processos de transitividade por relevo ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao relevo	% em relação à diversidade de processos
Personagem principal + Sem transitividade	0	0%	0%
Personagem secundária + Sem transitividade	1	2%	33%
Figurante + Sem transitividade	2	9%	67%
Personagem principal + 1 processo	4	10%	13%
Personagem secundária + 1 processo	14	32%	44%
Figurante + 1 processo	14	61%	44%
Personagem principal + 2 processos	5	13%	19%
Personagem secundária + 2 processos	18	41%	67%
Figurante + 2 processos	4	17%	15%
Personagem principal + 3 processos	8	20%	47%
Personagem secundária + 3 processos	6	14%	35%
Figurante + 3 processos	3	13%	18%
Personagem principal + 4 processos	13	33%	72%
Personagem secundária + 4 processos	5	11%	28%
Figurante + 4 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 5 processos	9	23%	100%
Personagem secundária + 5 processos	0	0%	0%
Figurante + 5 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 6 processos	2	5%	100%
Personagem secundária + 6 processos	0	0%	0%
Figurante + 6 processos	0	0%	0%

**Tabela 23.3.: Diversidade de processos de transitividade por relevo da personagem, na *Rádio Renascença***

Diversidade de processos de transitividade por relevo (RR)		% em relação ao relevo	% em relação à diversidade de processos
Personagem principal + Sem transitividade	1	2%	3%
Personagem secundária + Sem transitividade	28	57%	90%
Figurante + Sem transitividade	2	6%	6%
Personagem principal + 1 processo	4	8%	15%
Personagem secundária + 1 processo	6	12%	23%
Figurante + 1 processo	16	50%	62%
Personagem principal + 2 processos	18	36%	47%
Personagem secundária + 2 processos	8	16%	21%
Figurante + 2 processos	12	38%	32%
Personagem principal + 3 processos	14	28%	67%
Personagem secundária + 3 processos	5	10%	24%
Figurante + 3 processos	2	6%	10%
Personagem principal + 4 processos	6	12%	86%
Personagem secundária + 4 processos	1	2%	14%
Figurante + 4 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 5 processos	7	14%	88%
Personagem secundária + 5 processos	1	2%	13%
Figurante + 5 processos	0	0%	0%
Personagem principal + 6 processos	0	0%	0%
Personagem secundária + 6 processos	0	0%	0%
Figurante + 6 processos	0	0%	0%

**Tabela 24: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem (total)**

Diversidade de processos de transitividade por função (TOTAL)		% em relação à função	% em relação à diversidade de processos
Humanização + Sem transitividade	34	16%	38%
Autoridade + Sem transitividade	35	26%	39%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	7	12%	8%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	13	17%	15%
Humanização + 1 processo	24	11%	18%
Autoridade + 1 processo	42	31%	32%
Caraterização (realidade) + 1 processo	23	40%	18%
Caraterização (Personagem) + 1 processo	40	52%	31%
Humanização e Autoridade + 1 processo	1	20%	1%
Humanização + 2 processos	42	20%	33%
Autoridade + 2 processos	45	33%	35%
Caraterização (realidade) + 2 processos	22	39%	17%
Caraterização (Personagem) + 2 processos	19	25%	15%
Humanização + 3 processos	51	24%	68%
Autoridade + 3 processos	13	10%	17%
Caraterização (realidade) + 3 processos	5	9%	7%
Caraterização (Personagem) + 3 processos	5	6%	7%
Humanização e Autoridade + 3 processos	1	20%	1%
Humanização + 4 processos	38	18%	90%
Autoridade + 4 processos	1	1%	2%
Humanização e Autoridade + 4 processos	3	60%	7%
Humanização + 5 processos	22	10%	100%
Humanização + 6 processos	2	1%	100%

**Tabela 24.1.: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem, no Público**

Diversidade de processos de transitividade por função (Público)		% em relação à função	% em relação à diversidade de processos
Humanização + Sem transitividade	28	27%	52%
Autoridade + Sem transitividade	10	16%	19%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	6	14%	11%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	10	26%	19%
Humanização + 1 processo	16	15%	22%
Autoridade + 1 processo	21	33%	29%
Caraterização (realidade) + 1 processo	17	40%	24%
Caraterização (Personagem) + 1 processo	18	46%	25%
Humanização e Autoridade + 1 processo	0	0%	0%
Humanização + 2 processos	19	18%	29%
Autoridade + 2 processos	21	33%	32%
Caraterização (realidade) + 2 processos	16	38%	25%
Caraterização (Personagem) + 2 processos	9	23%	14%
Humanização + 3 processos	20	19%	56%
Autoridade + 3 processos	11	17%	31%
Caraterização (realidade) + 3 processos	3	7%	8%
Caraterização (Personagem) + 3 processos	2	5%	6%
Humanização e Autoridade + 3 processos	0	0%	0%
Humanização + 4 processos	16	15%	94%
Autoridade + 4 processos	1	2%	6%
Humanização e Autoridade + 4 processos	0	0%	0%
Humanização + 5 processos	6	6%	100%
Humanização + 6 processos	0	0%	0%

**Tabela 24.2.: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem, no *Expresso***

Diversidade de processos de transitividade por função ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função	% em relação à diversidade de processos
Humanização + Sem transitividade	0	0%	0%
Autoridade + Sem transitividade	1	3%	33%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	2	12%	67%
Humanização + 1 processo	2	5%	6%
Autoridade + 1 processo	17	44%	53%
Caraterização (realidade) + 1 processo	4	80%	13%
Caraterização (Personagem) + 1 processo	8	47%	25%
Humanização e Autoridade + 1 processo	1	20%	3%
Humanização + 2 processos	3	7%	11%
Autoridade + 2 processos	20	51%	74%
Caraterização (realidade) + 2 processos	0	0%	0%
Caraterização (Personagem) + 2 processos	4	24%	15%
Humanização + 3 processos	11	27%	65%
Autoridade + 3 processos	1	3%	6%
Caraterização (realidade) + 3 processos	1	20%	6%
Caraterização (Personagem) + 3 processos	3	18%	18%
Humanização e Autoridade + 3 processos	1	20%	6%
Humanização + 4 processos	15	37%	83%
Autoridade + 4 processos	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + 4 processos	3	60%	17%
Humanização + 5 processos	8	20%	100%
Humanização + 6 processos	2	5%	100%

**Tabela 24.3.: Diversidade de processos de transitividade por função da personagem, na *Rádio Renascença***

Diversidade de processos de transitividade por função (RR)		% em relação à função	% em relação à diversidade de processos
Humanização + Sem transitividade	6	9%	19%
Autoridade + Sem transitividade	24	73%	75%
Caraterização (realidade) + Sem transitividade	1	10%	3%
Caraterização (personagem) + Sem transitividade	1	5%	3%
Humanização + 1 processo	6	9%	23%
Autoridade + 1 processo	4	12%	15%
Caraterização (realidade) + 1 processo	2	20%	8%
Caraterização (Personagem) + 1 processo	14	67%	54%
Humanização e Autoridade + 1 processo	0	0%	0%
Humanização + 2 processos	20	30%	56%
Autoridade + 2 processos	4	12%	11%
Caraterização (realidade) + 2 processos	6	60%	17%
Caraterização (Personagem) + 2 processos	6	29%	17%
Humanização + 3 processos	20	30%	91%
Autoridade + 3 processos	1	3%	5%
Caraterização (realidade) + 3 processos	1	10%	5%
Caraterização (Personagem) + 3 processos	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + 3 processos	0	0%	0%
Humanização + 4 processos	7	10%	100%
Autoridade + 4 processos	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + 4 processos	0	0%	0%
Humanização + 5 processos	8	12%	100%
Humanização + 6 elementos	0	0%	0%

**Tabela 25: Modalidade do discurso das personagens (total)**

Modalidade (Total)		% sobre as personagens com discurso direto	
Epistêmica	124		39%
Apreciativa	14		4%
Deontica	1		0%
Epistêmica e Appreciativa	117		37%
Epistêmica e Deontica	19		6%
Apreciativa e Deontica	4		1%
Epistêmica, Appreciativa, Deontica	41		13%
Sem discurso direto	168		

**Tabela 25.1.: Modalidade do discurso das personagens, no *Público***

Modalidade ( <i>Público</i> )		% sobre as personagens com discurso direto	
Epistêmica	50		35%
Apreciativa	10		7%
Deontica	0		0%
Epistêmica e Appreciativa	45		31%
Epistêmica e Deontica	11		8%
Apreciativa e Deontica	2		1%
Epistêmica, Appreciativa, Deontica	26		18%
Sem discurso direto	106		

**Tabela 25.2.: Modalidade do discurso das personagens, no *Expresso***

Modalidade ( <i>Expresso</i> )		% sobre as personagens com discurso direto	
Epistêmica	32		39%
Apreciativa	4		5%
Deontica	1		1%
Epistêmica e Appreciativa	32		39%
Epistêmica e Deontica	5		6%
Apreciativa e Deontica	1		1%
Epistêmica, Appreciativa, Deontica	7		9%
Sem discurso direto	25		

**Tabela 25.3.: Modalidade do discurso das personagens, na *Rádio Renascença***

Modalidade (RR)		% sobre as personagens com discurso direto	
Epistêmica	42		45%
Apreciativa	0		0%
Deontica	0		0%
Epistêmica e Appreciativa	40		43%
Epistêmica e Deontica	3		3%
Apreciativa e Deontica	1		1%
Epistêmica, Appreciativa, Deontica	8		9%
Sem discurso direto	37		

**Tabela 26: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado (total)**

Modalidade - por tipo (Total)		% sobre as personagens com discurso direto	
Epistêmica	301		94%
Apreciativa	176		55%
Deontica	65		20%

**Tabela 26.1.: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado, no *Público***

Modalidade - por tipo ( <i>Público</i> )		% sobre as personagens com discurso direto
Epistémica	132	92%
Apreciativa	83	58%
Deôntica	39	27%

**Tabela 26.2.: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado, no *Expresso***

Modalidade - por tipo ( <i>Expresso</i> )		% sobre as personagens com discurso direto
Epistémica	76	93%
Apreciativa	44	54%
Deôntica	14	17%

**Tabela 26.3.: Modalidade do discurso das personagens, por tipo individualizado, na *Rádio Renascença***

Modalidade - por tipo (RR)		% sobre as personagens com discurso direto
Epistémica	93	99%
Apreciativa	49	52%
Deôntica	12	13%

**Tabela 27: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado (total)**

Relação entre Função e Modalidade (Total)		% em relação à função (só personagens com discurso direto)	% em relação à modalidade
Humanização + Epistémica	165	92%	56%
Humanização + Appreciativa	109	61%	67%
Humanização + Deôntica	27	15%	41%
Autoridade + Epistémica	121	94%	41%
Autoridade + Appreciativa	48	37%	30%
Autoridade + Deôntica	39	30%	59%
Caraterização (personagem) + Epistémica	2	50%	1%
Caraterização (realidade) + Epistémica	4	57%	1%
Caraterização (realidade) + Appreciativa	2	29%	1%
Humanização e Autoridade + Epistémica	3	60%	1%
Humanização e Autoridade + Appreciativa	3	60%	2%

**Tabela 27.1.: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado, no *Público***

Relação entre Função e Modalidade ( <i>Público</i> )		% em relação à função (só personagens com discurso direto)	% em relação à modalidade
Humanização + Epistémica	71	86%	56%
Humanização + Appreciativa	50	60%	69%
Humanização + Deôntica	14	17%	35%
Autoridade + Epistémica	54	93%	43%
Autoridade + Appreciativa	22	38%	31%
Autoridade + Deôntica	26	45%	65%
Caraterização (personagem) + Epistémica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Epistémica	2	100%	2%
Caraterização (realidade) + Appreciativa	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Epistémica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Appreciativa	0	0%	0%

**Tabela 27.2.: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado, no *Expresso***

Relação entre Função e Modalidade ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função (só personagens com discurso direto)	% em relação à modalidade
Humanização + Epistêmica	31	89%	42%
Humanização + Apreciativa	21	60%	53%
Humanização + Deontica	8	23%	62%
Autoridade + Epistêmica	36	92%	49%
Autoridade + Apreciativa	15	38%	38%
Autoridade + Deontica	5	13%	38%
Caraterização (personagem) + Epistêmica	2	67%	3%
Caraterização (realidade) + Epistêmica	1	33%	1%
Caraterização (realidade) + Apreciativa	1	33%	3%
Humanização e Autoridade + Epistêmica	3	60%	4%
Humanização e Autoridade + Apreciativa	3	60%	8%

**Tabela 27.3.: Relação entre função da personagem e modalidade do seu discurso, por tipo de modalidade individualizado, na *Rádio Renascença***

Relação entre Função e Modalidade (RR)		% em relação à função (só personagens com discurso direto)	% em relação à modalidade
Humanização + Epistêmica	58	94%	64%
Humanização + Apreciativa	35	56%	74%
Humanização + Deontica	4	6%	33%
Autoridade + Epistêmica	31	97%	34%
Autoridade + Apreciativa	11	34%	23%
Autoridade + Deontica	8	25%	67%
Caraterização (personagem) + Epistêmica	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Epistêmica	1	50%	1%
Caraterização (realidade) + Apreciativa	1	50%	2%
Humanização e Autoridade + Epistêmica	0	0%	0%
Humanização e Autoridade + Apreciativa	0	0%	0%

**Tabela 28: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado (total)**

Temas do discurso da personagem – individualizados (Total)		% sobre as personagens com discurso
Vida/Experiência pessoal	150	47%
Trabalho	67	21%
Política	102	32%
Sociedade	144	45%
Demografia	12	4%
Economia	29	9%

**Tabela 28.1.: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado, no *Público***

Temas do discurso da personagem – individualizados ( <i>Público</i> )		% sobre as personagens com discurso
Vida/Experiência pessoal	65	45%
Trabalho	39	27%
Política	62	43%
Sociedade	63	44%
Demografia	9	6%
Economia	10	7%

**Tabela 28.2.: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado, no *Expresso***

Temas do discurso da personagem - por tema individual ( <i>Expresso</i> )		% sobre as personagens com discurso
Vida/Experiência pessoal	34	41%
Trabalho	16	20%
Política	23	28%
Sociedade	34	41%
Demografia	3	4%
Economia	12	15%

**Tabela 28.3.: Temas do discurso das personagens, por tema individualizado, na *Rádio Renascença***

Temas do discurso da personagem - por tema individual (RR)		% sobre as personagens com discurso
Vida/Experiência pessoal	51	54%
Trabalho	12	13%
Política	17	18%
Sociedade	47	50%
Demografia	0	0%
Economia	7	7%

**Tabela 29: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens (total)**

Relação entre Tema e Modalidade - por categorias individualizadas (Total)		% em relação ao tema	% em relação à modalidade
Vida/Experiência pessoal + Epistémica	126	62%	28%
Vida/Experiência pessoal + Apiciativa	59	29%	24%
Vida/Experiência pessoal + Deôntica	17	8%	17%
Trabalho + Epistémica	53	54%	12%
Trabalho + Apiciativa	35	35%	14%
Trabalho + Deôntica	11	11%	11%
Política + Epistémica	102	53%	23%
Política + Apiciativa	51	27%	20%
Política + Deôntica	38	20%	39%
Sociedade + Epistémica	133	55%	29%
Sociedade + Apiciativa	84	35%	34%
Sociedade + Deôntica	24	10%	24%
Demografia + Epistémica	12	57%	3%
Demografia + Apiciativa	8	38%	3%
Demografia + Deôntica	1	5%	1%
Economia + Epistémica	26	57%	6%
Economia + Apiciativa	13	28%	5%
Economia + Deôntica	7	15%	7%

**Tabela 29.1.: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens, no *Público***

Relação entre Tema e Modalidade - por categorias individualizadas ( <i>Público</i> )		% em relação ao tema	% em relação à modalidade
Vida/Experiência pessoal + Epistêmica	51	55%	23%
Vida/Experiência pessoal + Apreciativa	35	38%	25%
Vida/Experiência pessoal + Deôntica	7	8%	11%
Trabalho + Epistêmica	35	51%	16%
Trabalho + Apreciativa	24	35%	17%
Trabalho + Deôntica	9	13%	15%
Política + Epistêmica	63	53%	28%
Política + Apreciativa	29	24%	21%
Política + Deôntica	27	23%	44%
Sociedade + Epistêmica	57	53%	25%
Sociedade + Apreciativa	37	34%	27%
Sociedade + Deôntica	14	13%	23%
Demografia + Epistêmica	9	53%	4%
Demografia + Apreciativa	7	41%	5%
Demografia + Deôntica	1	6%	2%
Economia + Epistêmica	9	45%	4%
Economia + Apreciativa	7	35%	5%
Economia + Deôntica	4	20%	6%

**Tabela 29.2.: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens, no *Expresso***

Relação entre Tema e Modalidade - por categorias individualizadas ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao tema	% em relação à modalidade
Vida/Experiência pessoal + Epistêmica	28	65%	26%
Vida/Experiência pessoal + Apreciativa	9	21%	16%
Vida/Experiência pessoal + Deôntica	6	14%	38%
Trabalho + Epistêmica	7	39%	6%
Trabalho + Apreciativa	9	50%	16%
Trabalho + Deôntica	2	11%	13%
Política + Epistêmica	25	61%	23%
Política + Apreciativa	13	32%	22%
Política + Deôntica	3	7%	19%
Sociedade + Epistêmica	34	58%	31%
Sociedade + Apreciativa	21	36%	36%
Sociedade + Deôntica	4	7%	25%
Demografia + Epistêmica	3	75%	3%
Demografia + Apreciativa	1	25%	2%
Demografia + Deôntica	0	0%	0%
Economia + Epistêmica	11	65%	10%
Economia + Apreciativa	5	29%	9%
Economia + Deôntica	1	6%	6%

**Tabela 29.3.: Relação entre tema e modalidade do discurso das personagens, na *Rádio Renascença***

Relação entre Tema e Modalidade - por categorias individualizadas (RR)		% em relação ao tema	% em relação à modalidade
Vida/Experiência pessoal + Epistêmica	47	71%	39%
Vida/Experiência pessoal + Apreciativa	15	23%	28%
Vida/Experiência pessoal + Deôntica	4	6%	20%
Trabalho + Epistêmica	11	85%	9%
Trabalho + Apreciativa	2	15%	4%
Trabalho + Deôntica	0	0%	0%
Política + Epistêmica	14	45%	12%
Política + Apreciativa	9	29%	17%
Política + Deôntica	8	26%	40%
Sociedade + Epistêmica	42	57%	35%
Sociedade + Apreciativa	26	35%	49%
Sociedade + Deôntica	6	8%	30%
Demografia + Epistêmica	0	0%	0%
Demografia + Apreciativa	0	0%	0%
Demografia + Deôntica	0	0%	0%
Economia + Epistêmica	6	67%	5%
Economia + Apreciativa	1	11%	2%
Economia + Deôntica	2	22%	10%

**Tabela 30: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem (total)**

Relação entre Tema e Função (Total)	% em relação ao tema	
Vida/Experiência pessoal + Humanização	142	96%
Vida/Experiência pessoal + Autoridade	1	1%
Vida/Experiência pessoal + Caraterização (realidade)	1	1%
Vida/Experiência pessoal + Caraterização (personagem)	1	1%
Vida/Experiência pessoal + Humanização e Autoridade	1	1%
Trabalho + Humanização	45	79%
Trabalho + Autoridade	8	14%
Trabalho + Caraterização (realidade)	1	2%
Trabalho + Caraterização (personagem)	1	2%
Trabalho + Humanização e Autoridade	2	4%
Política + Humanização	22	22%
Política + Autoridade	77	77%
Política + Caraterização (realidade)	0	0%
Política + Caraterização (personagem)	0	0%
Política + Humanização e Autoridade	1	1%
Sociedade + Humanização	53	37%
Sociedade + Autoridade	83	58%
Sociedade + Caraterização (realidade)	2	1%
Sociedade + Caraterização (personagem)	0	0%
Sociedade + Humanização e Autoridade	4	3%
Demografia + Humanização	4	36%
Demografia + Autoridade	7	64%
Demografia + Caraterização (realidade)	0	0%
Demografia + Caraterização (personagem)	0	0%
Demografia + Humanização e Autoridade	0	0%
Economia + Humanização	5	18%
Economia + Autoridade	20	71%
Economia + Caraterização (realidade)	1	4%
Economia + Caraterização (personagem)	0	0%
Economia + Humanização e Autoridade	2	7%

**Tabela 30.1.: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem, no *Público***

Relação entre Tema e Função ( <i>Público</i> )		% em relação ao tema
Vida/Experiência pessoal + Humanização	61	98%
Vida/Experiência pessoal + Autoridade	1	2%
Vida/Experiência pessoal + Caracterização (realidade)	0	0%
Vida/Experiência pessoal + Caracterização (personagem)	0	0%
Vida/Experiência pessoal + Humanização e Autoridade	0	0%
Trabalho + Humanização	28	80%
Trabalho + Autoridade	6	17%
Trabalho + Caracterização (realidade)	1	3%
Trabalho + Caracterização (personagem)	0	0%
Trabalho + Humanização e Autoridade	0	0%
Política + Humanização	16	26%
Política + Autoridade	46	74%
Política + Caracterização (realidade)	0	0%
Política + Caracterização (personagem)	0	0%
Política + Humanização e Autoridade	0	0%
Sociedade + Humanização	29	48%
Sociedade + Autoridade	31	51%
Sociedade + Caracterização (realidade)	1	2%
Sociedade + Caracterização (personagem)	0	0%
Sociedade + Humanização e Autoridade	0	0%
Demografia + Humanização	4	50%
Demografia + Autoridade	4	50%
Demografia + Caracterização (realidade)	0	0%
Demografia + Caracterização (personagem)	0	0%
Demografia + Humanização e Autoridade	0	0%
Economia + Humanização	4	44%
Economia + Autoridade	5	56%
Economia + Caracterização (realidade)	0	0%
Economia + Caracterização (personagem)	0	0%
Economia + Humanização e Autoridade	0	0%

**Tabela 30.2.: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem, no *Expresso***

Relação entre Tema e Função ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao tema
Vida/Experiência pessoal + Humanização	28	93%
Vida/Experiência pessoal + Autoridade	0	0%
Vida/Experiência pessoal + Caraterização (realidade)	0	0%
Vida/Experiência pessoal + Caraterização (personagem)	1	3%
Vida/Experiência pessoal + Humanização e Autoridade	1	3%
Trabalho + Humanização	8	67%
Trabalho + Autoridade	1	8%
Trabalho + Caraterização (realidade)	0	0%
Trabalho + Caraterização (personagem)	1	8%
Trabalho + Humanização e Autoridade	2	17%
Política + Humanização	1	4%
Política + Autoridade	21	91%
Política + Caraterização (realidade)	0	0%
Política + Caraterização (personagem)	0	0%
Política + Humanização e Autoridade	1	4%
Sociedade + Humanização	6	18%
Sociedade + Autoridade	23	68%
Sociedade + Caraterização (realidade)	1	3%
Sociedade + Caraterização (personagem)	0	0%
Sociedade + Humanização e Autoridade	4	12%
Demografia + Humanização	0	0%
Demografia + Autoridade	3	100%
Demografia + Caraterização (realidade)	0	0%
Demografia + Caraterização (personagem)	0	0%
Demografia + Humanização e Autoridade	0	0%
Economia + Humanização	0	0%
Economia + Autoridade	9	75%
Economia + Caraterização (realidade)	1	8%
Economia + Caraterização (personagem)	0	0%
Economia + Humanização e Autoridade	2	17%

**Tabela 30.3.: Relação entre tema do seu discurso e função da personagem, na *Rádio Renascença***

Relação entre Tema e Função (RR)		% em relação ao tema
Vida/Experiência pessoal + Humanização	48	98%
Vida/Experiência pessoal + Autoridade	0	0%
Vida/Experiência pessoal + Caracterização (realidade)	1	2%
Vida/Experiência pessoal + Caracterização (personagem)	0	0%
Vida/Experiência pessoal + Humanização e Autoridade	0	0%
Trabalho + Humanização	7	88%
Trabalho + Autoridade	1	13%
Trabalho + Caracterização (realidade)	0	0%
Trabalho + Caracterização (personagem)	0	0%
Trabalho + Humanização e Autoridade	0	0%
Política + Humanização	3	23%
Política + Autoridade	10	77%
Política + Caracterização (realidade)	0	0%
Política + Caracterização (personagem)	0	0%
Política + Humanização e Autoridade	0	0%
Sociedade + Humanização	18	38%
Sociedade + Autoridade	29	62%
Sociedade + Caracterização (realidade)	0	0%
Sociedade + Caracterização (personagem)	0	0%
Sociedade + Humanização e Autoridade	0	0%
Demografia + Humanização	0	0%
Demografia + Autoridade	0	0%
Demografia + Caracterização (realidade)	0	0%
Demografia + Caracterização (personagem)	0	0%
Demografia + Humanização e Autoridade	0	0%
Economia + Humanização	0	0%
Economia + Autoridade	6	100%
Economia + Caracterização (realidade)	0	0%
Economia + Caracterização (personagem)	0	0%
Economia + Humanização e Autoridade	0	0%

**Tabela 31: Meio Expressivo principal das reportagens (total)**

Meio Expressivo principal das reportagens (Total)		% em relação ao total de reportagens
Texto	47	78%
Vídeo	2	3%
Texto e Vídeo	11	18%
Infografia e texto	1	2%

**Tabela 31.1.: Meio Expressivo principal das reportagens, no *Público***

Meio Expressivo principal das reportagens ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de reportagens
Texto	12	100%
Vídeo	0	0%
Texto e Vídeo	0	0%
Infografia e texto	0	0%

**Tabela 31.2.: Meio Expressivo principal das reportagens, no *Expresso***

Meio Expressivo principal das reportagens ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de reportagens
Texto	29	97%
Vídeo	1	3%
Texto e Vídeo	0	0%
Infografia e texto	0	0%

**Tabela 31.3.: Meio Expressivo principal das reportagens, na *Rádio Renascença***

Meio Expressivo principal das reportagens (RR)		% em relação ao total de reportagens
Texto	6	30%
Vídeo	2	10%
Texto e Vídeo	11	55%
Infografia e texto	1	5%

**Tabela 32: Uso de texto para a figuração das personagens (total)**

Uso de texto para a figuração das personagens (Total)		% em relação ao número de personagens
Sim	482	99%
Não	5	1%

**Tabela 32.1.: Uso de texto para a figuração das personagens, no *Público***

Uso de texto para a figuração das personagens ( <i>Público</i> )		% em relação ao número de personagens
Sim	245	98%
Não	5	2%

**Tabela 32.2.: Uso de texto para a figuração das personagens, no *Expresso***

Uso de texto para a figuração das personagens ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número de personagens
Sim	107	100%
Não	0	0%

**Tabela 32.3.: Uso de texto para a figuração das personagens, na *Rádio Renascença***

Uso de texto para a figuração das personagens (RR)		% em relação ao número de personagens
Sim	130	99%
Não	1	1%

**Tabela 33: Uso de imagem nas reportagens (total)**

Uso de imagem nas reportagens (Total)		% em relação ao total de reportagens
Sim	57	93%
Não	4	7%

**Tabela 33.1.: Uso de imagem nas reportagens, no *Público***

Uso de imagem nas reportagens ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de reportagens
Sim	12	100%
Não	0	0%

**Tabela 33.2.: Uso de imagem nas reportagens, no *Expresso***

Uso de imagem nas reportagens ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de reportagens
Sim	30	100%
Não	0	0%

**Tabela 33.3.: Uso de imagem nas reportagens, na *Rádio Renascença***

Uso de imagem nas reportagens (RR)		% em relação ao total de reportagens
Sim	18	95%
Não	1	5%

**Tabela 34: Uso de fotografia para a figuração das personagens (total)**

Uso de fotografia para a figuração das personagens (Total)		% em relação ao total de personagens
Sim	103	21%
Não	385	79%

**Tabela 34.1.: Uso de fotografia para a figuração das personagens, no *Público***

Uso de fotografia para a figuração das personagens ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de personagens
Sim	52	21%
Não	197	79%

**Tabela 34.2.: Uso de fotografia para a figuração das personagens, no *Expresso***

Uso de fotografia para a figuração das personagens ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de personagens
Sim	16	15%
Não	91	85%

**Tabela 34.3.: Uso de fotografia para a figuração das personagens, na *Rádio Renascença***

Uso de fotografia para a figuração das personagens (RR)		% em relação ao total de personagens
Sim	34	26%
Não	97	74%

**Tabela 35: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração (total)**

Relação entre relevo e uso de fotografia (Total)		% em relação ao relevo	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Personagem principal + Sim	57	33%	55%
Personagem secundária + Sim	24	14%	23%
Figurante + Sim	21	15%	20%
Personagem principal + Não	117	67%	30%
Personagem secundária + Não	148	86%	38%
Figurante + Não	121	85%	31%

**Tabela 35.1.: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração, no *Público***

Relação entre relevo e uso de fotografia ( <i>Público</i> )		% em relação ao relevo	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Personagem principal + Sim	25	30%	48%
Personagem secundária + Sim	13	16%	25%
Figurante + Sim	15	17%	29%
Personagem principal + Não	59	70%	30%
Personagem secundária + Não	66	84%	34%
Figurante + Não	72	83%	37%

**Tabela 35.2.: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração, no *Expresso***

Relação entre relevo e uso de fotografia ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao relevo	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Personagem principal + Sim	9	23%	56%
Personagem secundária + Sim	6	14%	38%
Figurante + Sim	1	4%	6%
Personagem principal + Não	31	78%	34%
Personagem secundária + Não	38	86%	42%
Figurante + Não	22	96%	24%

**Tabela 35.3.: Relação entre o relevo da personagem e o uso de fotografia para sua a figuração, na *Rádio Renascença***

Relação entre relevo e uso de fotografia (RR)		% em relação ao relevo	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Personagem principal + Sim	23	46%	68%
Personagem secundária + Sim	5	10%	15%
Figurante + Sim	6	19%	18%
Personagem principal + Não	27	54%	28%
Personagem secundária + Não	44	90%	45%
Figurante + Não	26	81%	27%

**Tabela 36: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração (total)**

Relação entre função e uso de fotografia (Total)		% em relação à função	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Humanização + Sim	69	32%	67%
Autoridade + Sim	11	8%	11%
Caraterização (realidade) + Sim	7	12%	7%
Caraterização (personagem) + Sim	14	18%	14%
Humanização e Autoridade + Sim	1	20%	1%
Humanização + Não	144	68%	37%
Autoridade + Não	125	92%	32%
Caraterização (realidade) + Não	50	88%	13%
Caraterização (personagem) + Não	63	82%	16%
Humanização e Autoridade + Não	4	80%	1%

**Tabela 36.1.: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração, no *Público***

Relação entre função e uso de fotografia ( <i>Público</i> )		% em relação à função	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Humanização + Sim	36	34%	69%
Autoridade + Sim	5	8%	10%
Caraterização (realidade) + Sim	2	5%	4%
Caraterização (personagem) + Sim	10	26%	19%
Humanização e Autoridade + Sim	0	0%	0%
Humanização + Não	69	66%	35%
Autoridade + Não	59	92%	30%
Caraterização (realidade) + Não	40	95%	20%
Caraterização (personagem) + Não	29	74%	15%
Humanização e Autoridade + Não	0	0%	0%

**Tabela 36.2.: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração, no *Expresso***

Relação entre função e uso de fotografia ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Humanização + Sim	9	22%	56%
Autoridade + Sim	2	5%	13%
Caraterização (realidade) + Sim	1	20%	6%
Caraterização (personagem) + Sim	3	18%	19%
Humanização e Autoridade + Sim	1	20%	6%
Humanização + Não	32	78%	35%
Autoridade + Não	37	95%	41%
Caraterização (realidade) + Não	4	80%	4%
Caraterização (personagem) + Não	14	82%	15%
Humanização e Autoridade + Não	4	80%	4%

**Tabela 36.3.: Relação entre a função da personagem e o uso de fotografia para a sua figuração, na *Rádio Renascença***

Relação entre função e uso de fotografia (RR)		% em relação à função	% em relação ao uso de fotografia para a figuração
Humanização + Sim	24	36%	71%
Autoridade + Sim	4	12%	12%
Caraterização (realidade) + Sim	4	40%	12%
Caraterização (personagem) + Sim	1	5%	3%
Humanização e Autoridade + Sim	0	0%	0%
Humanização + Não	43	64%	44%
Autoridade + Não	29	88%	30%
Caraterização (realidade) + Não	6	60%	6%
Caraterização (personagem) + Não	20	95%	21%
Humanização e Autoridade + Não	0	0%	0%

**Tabela 37: Uso de vídeo nas reportagens (total)**

Uso de vídeo na reportagem (Total)		% em relação ao total de reportagens
Sim	33	54%
Não	29	48%

**Tabela 37.1.: Uso de vídeo nas reportagens, no *Público***

Uso de vídeo na reportagem ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de reportagens
Sim	12	100%
Não	0	0%

**Tabela 37.2.: Uso de vídeo nas reportagens, no *Expresso***

Uso de vídeo na reportagem ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de reportagens
Sim	2	7%
Não	28	93%

**Tabela 37.3.: Uso de vídeo nas reportagens, na *Rádio Renascença***

Uso de vídeo na reportagem (RR)		% em relação ao total de reportagens
Sim	19	95%
Não	1	5%

**Tabela 38: Uso de vídeo para a figuração das personagens (total)**

Uso de vídeo para a figuração das personagens (Total)		% em relação ao total de personagens
Sim	147	30%
Não	341	70%

**Tabela 38.1.: Uso de vídeo para a figuração das personagens, no *Público***

Uso de vídeo para a figuração das personagens ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de personagens
Sim	48	19%
Não	202	81%

**Tabela 38.2.: Uso de vídeo para a figuração das personagens, no *Expresso***

Uso de vídeo para a figuração das personagens ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de personagens
Sim	5	5%
Não	102	95%

**Tabela 38.3.: Uso de vídeo para a figuração das personagens, na *Rádio Renascença***

Uso de vídeo para a figuração das personagens (RR)		% em relação ao total de personagens
Sim	94	72%
Não	37	28%

**Tabela 39: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração (total)**

Relação entre função e uso de vídeo (Total)		% em relação à função	% em relação ao uso de vídeo para a figuração
Humanização + Sim	98	46%	67%
Autoridade + Sim	37	27%	25%
Caraterização (realidade) + Sim	5	9%	3%
Caraterização (personagem) + Sim	8	10%	5%
Humanização e Autoridade + Sim	0	0%	0%
Humanização + Não	115	54%	34%
Autoridade + Não	99	73%	29%
Caraterização (realidade) + Não	52	91%	15%
Caraterização (personagem) + Não	69	90%	20%
Humanização e Autoridade + Não	5	100%	1%

**Tabela 39.1.: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração, no Público**

Relação entre função e uso de vídeo ( <i>Público</i> )		% em relação à função	% em relação ao uso de vídeo para a figuração
Humanização + Sim	32	30%	67%
Autoridade + Sim	11	17%	23%
Caraterização (realidade) + Sim	4	10%	8%
Caraterização (personagem) + Sim	2	5%	4%
Humanização e Autoridade + Sim	0	0%	0%
Humanização + Não	73	70%	36%
Autoridade + Não	53	83%	26%
Caraterização (realidade) + Não	38	90%	19%
Caraterização (personagem) + Não	37	95%	18%
Humanização e Autoridade + Não	0	0%	0%

**Tabela 39.2.: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração, no Expresso**

Relação entre função e uso de vídeo ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função	% em relação ao uso de vídeo para a figuração
Humanização + Sim	1	2%	20%
Autoridade + Sim	2	5%	40%
Caraterização (realidade) + Sim	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Sim	2	12%	40%
Humanização e Autoridade + Sim	0	0%	0%
Humanização + Não	40	98%	39%
Autoridade + Não	37	95%	36%
Caraterização (realidade) + Não	5	100%	5%
Caraterização (personagem) + Não	15	88%	15%
Humanização e Autoridade + Não	5	100%	5%

**Tabela 39.3.: Relação entre função da personagem e uso de vídeo para a sua figuração, na Rádio Renascença**

Relação entre função e uso de vídeo (RR)		% em relação à função	% em relação ao uso de vídeo para a figuração
Humanização + Sim	65	97%	69%
Autoridade + Sim	24	73%	26%
Caraterização (realidade) + Sim	1	10%	1%
Caraterização (personagem) + Sim	4	19%	4%
Humanização e Autoridade + Sim	0	0%	0%
Humanização + Não	2	3%	5%
Autoridade + Não	9	27%	24%
Caraterização (realidade) + Não	9	90%	24%
Caraterização (personagem) + Não	17	81%	46%
Humanização e Autoridade + Não	0	0%	0%

**Tabela 40: Uso de som nas reportagens (total)**

Uso de som nas reportagens (Total)	% em relação ao total de reportagens	
Sim	1	2%
Não	60	100%

**Tabela 40.1.: Uso de som nas reportagens, no *Público***

Uso de som na reportagem ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de reportagens
Sim	0	0%
Não	12	100%

**Tabela 40.2.: Uso de som nas reportagens, no *Expresso***

Uso de som na reportagem ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de reportagens
Sim	1	3%
Não	29	97%

**Tabela 40.3.: Uso de som nas reportagens, na *Rádio Renascença***

Uso de som na reportagem (RR)		% em relação ao total de reportagens
Sim	0	0%
Não	19	100%

**Tabela 41: Uso de som para a figuração das personagens (total)**

Uso de som para a figuração (Total)		% em relação ao total de personagens
Sim	2	1%
Não	485	99%

**Tabela 41.1.: Uso de som para a figuração das personagens, no *Público***

Uso de som para a figuração das personagens ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de personagens
Sim	0	0%
Não	250	100%

**Tabela 41.2.: Uso de som para a figuração das personagens, no *Expresso***

Uso de som para a figuração das personagens ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de personagens
Sim	2	2%
Não	105	98%

**Tabela 41.3.: Uso de som para a figuração das personagens, na *Rádio Renascença***

Uso de som para a figuração das personagens (RR)		% em relação ao total de personagens
Sim	0	0%
Não	131	100%

**Tabela 42: Suporte expressivo das personagens (total)**

Suporte expressivo das personagens (Total)		% em relação ao total de personagens
Texto, vídeo e fotografia	31	6%
Texto e vídeo	112	23%
Texto e fotografia	72	15%
Texto e som	2	0%
Texto	266	55%
Vídeo	5	1%

**Tabela 42.1.: Suporte expressivo das personagens, no Público**

Suporte expressivo das personagens ( <i>Público</i> )		% em relação ao total de personagens
Texto, vídeo e fotografia	1	0%
Texto e vídeo	43	17%
Texto e fotografia	53	21%
Texto e som	0	0%
Texto	148	59%
Vídeo	5	2%

**Tabela 42.2.: Suporte expressivo das personagens, no Expresso**

Suporte expressivo das personagens ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao total de personagens
Texto, vídeo e fotografia	5	5%
Texto e vídeo	0	0%
Texto e fotografia	11	10%
Texto e som	2	2%
Texto	89	83%
Vídeo	0	0%

**Tabela 42.3.: Suporte expressivo das personagens, na Rádio Renascença**

Suporte expressivo das personagens (RR)		% em relação ao total de personagens
Texto, vídeo e fotografia	25	19%
Texto e vídeo	69	53%
Texto e fotografia	8	6%
Texto e som	0	0%
Texto	29	22%
Vídeo	0	0%

**Tabela 43: Relação entre função e suporte expressivo das personagens (total)**

Relação entre função e Suporte expressivo da personagem (Total)		% em relação à função	% em relação à composição
Humanização + Texto, vídeo e fotografia	25	12%	81%
Autoridade + Texto, vídeo e fotografia	3	2%	10%
Caraterização (personagem) + Texto, vídeo e fotografia	3	4%	10%
Humanização + Texto e vídeo	73	34%	65%
Autoridade + Texto e vídeo	34	25%	30%
Caraterização (personagem) + Texto e vídeo	3	4%	3%
Caraterização (realidade) + Texto e vídeo	2	4%	2%
Humanização + Texto e fotografia	44	21%	61%
Autoridade + Texto e fotografia	8	6%	11%
Caraterização (personagem) + Texto e fotografia	11	14%	15%
Caraterização (realidade) + Texto e fotografia	7	12%	10%
Humanização e Autoridade + Texto e Fotografia	1	20%	1%
Humanização + Texto e som	1	0%	50%
Caraterização (personagem) + Texto e som	1	1%	50%
Humanização + Texto	70	33%	26%
Autoridade + Texto	91	67%	34%
Caraterização (personagem) + Texto	57	74%	21%
Caraterização (realidade) + Texto	45	79%	17%
Humanização e Autoridade + Texto	4	80%	2%
Caraterização (personagem) + Vídeo	2	3%	40%
Caraterização (realidade) + Vídeo	3	5%	60%

**Tabela 43.1.: Relação entre função e suporte expressivo das personagens, no Público**

Relação entre função e Suporte expressivo da personagem ( <i>Público</i> )		% em relação à função	% em relação à composição
Humanização + Texto, vídeo e fotografia	1	1%	100%
Autoridade + Texto, vídeo e fotografia	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Texto, vídeo e fotografia	0	0%	0%
Humanização + Texto e vídeo	31	30%	72%
Autoridade + Texto e vídeo	11	17%	26%
Caraterização (personagem) + Texto e vídeo	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Texto e vídeo	1	2%	2%
Humanização + Texto e fotografia	35	33%	66%
Autoridade + Texto e fotografia	5	8%	9%
Caraterização (personagem) + Texto e fotografia	10	26%	19%
Caraterização (realidade) + Texto e fotografia	2	5%	4%
Humanização e Autoridade + Texto e Fotografia	0	0%	0%
Humanização + Texto e som	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Texto e som	0	0%	0%
Humanização + Texto	38	36%	26%
Autoridade + Texto	48	75%	32%
Caraterização (personagem) + Texto	27	69%	18%
Caraterização (realidade) + Texto	36	86%	24%
Humanização e Autoridade + Texto	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Vídeo	2	5%	40%
Caraterização (realidade) + Vídeo	3	7%	60%

**Tabela 43.2.: Relação entre função e suporte expressivo das personagens, no Expresso**

Relação entre função e Suporte expressivo da personagem ( <i>Expresso</i> )		% em relação à função	% em relação à composição
Humanização + Texto, vídeo e fotografia	1	2%	20%
Autoridade + Texto, vídeo e fotografia	2	5%	40%
Caraterização (personagem) + Texto, vídeo e fotografia	2	12%	40%
Humanização + Texto e vídeo	0	0%	0%
Autoridade + Texto e vídeo	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Texto e vídeo	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Texto e vídeo	0	0%	0%
Humanização + Texto e fotografia	8	20%	73%
Autoridade + Texto e fotografia	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Texto e fotografia	1	6%	9%
Caraterização (realidade) + Texto e fotografia	1	20%	9%
Humanização e Autoridade + Texto e Fotografia	1	20%	9%
Humanização + Texto e som	1	2%	50%
Caraterização (personagem) + Texto e som	1	6%	50%
Humanização + Texto	31	76%	35%
Autoridade + Texto	37	95%	42%
Caraterização (personagem) + Texto	13	76%	15%
Caraterização (realidade) + Texto	4	80%	4%
Humanização e Autoridade + Texto	4	80%	4%
Caraterização (personagem) + Vídeo	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Vídeo	0	0%	0%

**Tabela 43.3.: Relação entre função e suporte expressivo das personagens, na *Rádio Renascença***

Relação entre função e Suporte expressivo da personagem (RR)		% em relação à função	% em relação à composição
Humanização + Texto, vídeo e fotografia	23	34%	92%
Autoridade + Texto, vídeo e fotografia	1	3%	4%
Caraterização (personagem) + Texto, vídeo e fotografia	1	5%	4%
Humanização + Texto e vídeo	42	63%	61%
Autoridade + Texto e vídeo	23	70%	33%
Caraterização (personagem) + Texto e vídeo	3	14%	4%
Caraterização (realidade) + Texto e vídeo	1	10%	1%
Humanização + Texto e fotografia	1	1%	13%
Autoridade + Texto e fotografia	3	9%	38%
Caraterização (personagem) + Texto e fotografia	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Texto e fotografia	4	40%	50%
Humanização e Autoridade + Texto e Fotografia	0	0%	0%
Humanização + Texto e som	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Texto e som	0	0%	0%
Humanização + Texto	1	1%	3%
Autoridade + Texto	6	18%	21%
Caraterização (personagem) + Texto	17	81%	59%
Caraterização (realidade) + Texto	5	50%	17%
Humanização e Autoridade + Texto	0	0%	0%
Caraterização (personagem) + Vídeo	0	0%	0%
Caraterização (realidade) + Vídeo	0	0%	0%

**Tabela 44: Função do texto na reportagem (total)**

Função do texto (Total)		% em relação ao número de reportagens
Narração	1	2%
Citação	0	0%
Narração e Citação	60	98%

**Tabela 44.1.: Função do texto na reportagem, no *Público***

Função do texto ( <i>Público</i> )		% em relação ao número de reportagens
Narração	0	0%
Citação	0	0%
Narração e Citação	12	100%

**Tabela 44.2.: Função do texto na reportagem, no *Expresso***

Função do texto ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número de reportagens
Narração	0	0%
Citação	0	0%
Narração e Citação	30	100%

**Tabela 44.3.: Função do texto na reportagem, na *Rádio Renascença***

Função do texto (RR)		% em relação ao número de reportagens
Narração	1	5%
Citação	0	0%
Narração e Citação	18	95%

**Tabela 45: Função do vídeo na reportagem (total)**

Função do vídeo (Total)		% em relação ao número de reportagens que usam vídeo
Narração	0	0%
Citação	28	85%
Contextualização	1	3%
Narração e Citação	4	12%

**Tabela 45.1.: Função do vídeo na reportagem, no *Público***

Função do vídeo ( <i>Público</i> )		% em relação ao número de reportagens que usam vídeo
Narração	0	0%
Citação	10	83%
Contextualização	0	0%
Narração e Citação	2	17%

**Tabela 45.2.: Função do vídeo na reportagem, no *Expresso***

Função do vídeo ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número de reportagens que usam vídeo
Narração	0	0%
Citação	1	50%
Contextualização	1	50%
Narração e Citação	0	0%

**Tabela 45.3.: Função do vídeo na reportagem, na *Rádio Renascença***

Função do vídeo (RR)		% em relação ao número de reportagens que usam vídeo
Narração	0	0%
Citação	18	95%
Contextualização	0	0%
Narração e Citação	1	5%

**Tabela 46: Função do áudio na reportagem (total)**

Função do áudio (Total)		% em relação ao número de reportagens que usam som
Narração	0	0%
Citação	2	100%
Ambos	0	0%

**Tabela 46.1.: Função do áudio na reportagem, no *Público***

Função do áudio ( <i>Público</i> )		% em relação ao número de reportagens que usam som
Narração	0	0%
Citação	0	0%
Ambos	0	0%

**Tabela 46.2.: Função do áudio na reportagem, no *Expresso***

Função do áudio ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número de reportagens que usam som
Narração	0	0%
Citação	2	100%
Ambos	0	0%

**Tabela 46.3.: Função do áudio na reportagem, na *Rádio Renascença***

Função do áudio (RR)		% em relação ao número de reportagens que usam som
Narração	0	0%
Citação	0	0%
Ambos	0	0%

**Tabela 47: Uso de infografia na reportagem (total)**

Uso de infografia (Total)		% em relação ao número de reportagens
Sim	53	87%
Não	8	13%

**Tabela 47.1.: Uso de infografia na reportagem, no *Público***

Uso de infografia ( <i>Público</i> )		% em relação ao número de reportagens
Sim	12	100%
Não	0	0%

**Tabela 47.2.: Uso de infografia na reportagem, no *Expresso***

Uso de infografia ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número de reportagens
Sim	28	93%
Não	2	7%

**Tabela 47.3.: Uso de infografia na reportagem, na *Rádio Renascença***

Uso de infografia (RR)		% em relação ao número de reportagens
Sim	13	68%
Não	6	32%

**Tabela 48: Tipos de infografia (total)**

Tipo de infografia (Total)		% em relação ao número de reportagens que usam infografia
Estática	25	47%
Interativa	27	51%
Estática e Interativa	1	2%

**Tabela 48.1.: Tipos de infografia, no *Público***

Tipo de infografia ( <i>Público</i> )		% em relação ao número de reportagens que usam infografia
Estática	12	100%
Interativa	0	0%
Estática e Interativa	0	0%

**Tabela 48.2.: Tipos de infografia, no *Expresso***

Tipo de infografia ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número de reportagens que usam infografia
Estática	1	4%
Interativa	27	96%
Estática e Interativa	0	0%

**Tabela 48.3.: Tipos de infografia, na *Rádio Renascença***

Tipo de infografia (RR)		% em relação ao número de reportagens que usam infografia
Estática	12	92%
Interativa	0	0%
Estática e Interativa	1	8%

**Tabela 49: Uso de hiperligações nas reportagens (total)**

Uso de hiperligações (Total)		% em relação ao número de reportagens
Sim	12	20%
Não	49	80%

**Tabela 49.1.: Uso de hiperligações nas reportagens, no *Público***

Uso de hiperligações ( <i>Público</i> )		% em relação ao número de reportagens
Sim	2	3%
Não	10	16%

**Tabela 49.2.: Uso de hiperligações nas reportagens, no *Expresso***

Uso de hiperligações ( <i>Expresso</i> )		% em relação ao número de reportagens
Sim	2	7%
Não	28	93%

**Tabela 49.3.: Uso de hiperligações nas reportagens, na *Rádio Renascença***

Uso de hiperligações (RR)		% em relação ao número de reportagens
Sim	8	42%
Não	11	58%