

Ana Cláudia Bartolomeu Simões

A Convergência na RTP

Volume I

Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientada pelo Doutor Sílvio Santos, apresentada ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2013



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

A Convergência na RTP

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de estágio
Título	A CONVERGÊNCIA NA RTP
Autor	Ana Cláudia Bartolomeu Simões
Orientador	Doutor Sílvio Santos
Júri	Presidente: Doutora Isabel Ferin Cunha
	Vogais:
	1. Doutora Rita Basílio de Simões
	2. Doutor Sílvio Santos
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Jornalismo
Data da defesa	30-10-2013
Classificação	14 valores



*Bem-vindo à cultura da convergência,
onde velhos e novos media colidem,
onde os media corporativos e os media
alternativos se cruzam, onde o poder
do produtor e do consumidor
interagem de maneiras imprevisíveis. A
cultura da convergência é o futuro,
mas está a ser moldada hoje.*

Henry Jenkins

Resumo

Há alguns anos, os meios de comunicação públicos ultrapassaram o desafio da liberalização das licenças televisivas. Agora enfrentam um novo obstáculo: a era digital. Com efeito, a digitalização implicou enormes mudanças na sociedade, às quais o serviço público está a tentar responder, adaptando-se organizacional e mesmo conceptualmente. Essa adaptação, que em Portugal é fortemente limitada pela situação económica do Estado, tem na convergência uma das suas faces mais visíveis. Este relatório refere-se ao estágio curricular realizado na RTP em Coimbra, em 2012 e 2013. A análise sobre as atividades desenvolvidas - nas áreas da rádio e da televisão - centra-se, precisamente, no contacto entre duas áreas jornalísticas distintas, agora possibilitado pelo processo de convergência entre as empresas públicas de rádio e televisão. São observadas as dificuldades do processo de integração de redações, bem como as suas vantagens e as suas consequências. Além de rever bibliografia sobre os *media* de serviço público e de analisar as tendências de convergência mediática, este relatório propõe um contributo inédito sobre o processo de convergência da RTP, baseado em entrevistas realizadas aos profissionais desta delegação do operador público. Com este trabalho conclui-se que, em geral, a convergência mediática é o futuro dos meios de comunicação social. O mesmo se aplica no caso da Rádio e Televisão de Portugal. As implicações negativas que advêm do processo podem ser reduzidas, dependendo do modo como a convergência é aplicada.

Palavras-chave: convergência; serviço público; RTP

Abstract

Some years ago, the public service broadcasting won the battle of the ownership liberalization. Nowadays, they face a new challenge: the digital era. The increasing digitalization forced numerous changes on society, to which the public service broadcasting is trying to comply, adapting itself as an organization and even as a concept. This adaptational process, which is severely affected by the Government's economic condition, is most visible through convergence of public service broadcasting. This report focuses on the curricular internship at RTP in Coimbra, in 2012 and 2013. The analysis over developed activities – in both TV and Radio settings – is centered on the contact established between two distinct journalistic areas, now made possible due to convergence between the Radio and Television public service broadcasting. The strains of converging two editorial groups, as well as its benefits and consequences were observed. Besides reviewing media bibliographic material on public broadcasting services, and analyzing the media convergence trends, this report offers a yet unseen contribution on RTP's convergence process, based on interviews with this public broadcasting station's professional journalists. With this work, the general inference is that the future of social media depends on media convergence. The same applies to Radio and Television of Portugal. The negative implications resulting from the process can be minimized, as a result of how the convergence process is taken to completion.

Key-words: convergence; public service broadcasting; RTP

Índice

1. Introdução.....	4
2. Nota Metodológica	6
3. Rádio e Televisão de Portugal – Contextualização Histórica	7
3.1. O Passado	7
3.2. O Presente	10
4. A Convergência	12
4.1. Uma palavra, uma infinidade de conceitos	12
4.2. Caso <i>The Tampa News Center</i>	26
4.3. Considerações sobre <i>The Tampa News Center</i>	28
5. A Convergência na Rádio e Televisão de Portugal	31
5.1. O Caso do Centro Regional do Centro, em Coimbra	31
5.2. O Centro Regional do Centro: análise do processo de fusão	37
5.3. A convergência nos centros de Lisboa e do Porto	39
6. Rádio e Televisão: aquilo que as une e aquilo que as separa	45
6.1. Casos práticos: três meses de estágio	48
6.2. Rádio e televisão em simultâneo: é possível?	54
7. Os novos Desafios dos media e do Serviço Público de Informação	56
7.1. Origem do Serviço Público e os seus pontos históricos	56
7.1.1 A entrada dos emissores privados	57
7.1.2 O Novo Desafio: a digitalização e as novas tecnologias.....	59
7.1.3 A digitalização e as novas tecnologias — o desafio em Portugal.....	60
7.2. Como manter os meios de comunicação públicos?	62
7.3. O Caso Rádio e Televisão de Portugal	66
8. Conclusão	70
9. Bibliografia.....	72
10. Anexos	77

I. Introdução

"É fazendo que se aprende a fazer aquilo que se deve aprender a fazer." Esta frase de Aristóteles acompanha-me desde a Escola Secundária. Na altura tinha dificuldades a Matemática que apenas consegui ultrapassar dedicando grande parte do meu tempo à resolução de exercícios práticos. Desde então que aplico o mesmo lema em todas as situações.

O meu curso não foi exceção. Durante a licenciatura já me dedicava a atividades extracurriculares na área do jornalismo e, por isso, quando cheguei ao último ano do Mestrado não pensei duas vezes e escolhi a vertente de estágio curricular. A minha primeira opção era a Rádio e Televisão de Portugal (RTP) em Coimbra e foi precisamente aí que estagiei. O mais difícil de decidir foi o tema do relatório. A minha ideia inicial caiu por terra quando verifiquei que não conseguia relacionar devidamente com a minha vivência na RTP. Por isso foi apenas depois de terminar o estágio que consegui estabelecer por completo o tema "A Convergência na RTP".

O meu estágio começou em dezembro de 2012 e terminou em março do ano seguinte, tendo uma duração de três meses. Logo no primeiro dia as minhas espetativas mudaram, mas para melhor. Candidatei-me apenas à área de rádio, porém foi-me proposto realizar reportagens também para televisão. Aceitei desde logo e com agrado pois vi ali uma oportunidade de enriquecer bastante o meu conhecimento.

Durante este período, a RTP era notícia do dia. Como entidade pública, o seu futuro estava a ser alvo de discussão no seio do governo. E atualmente, a sobrevivência do serviço de informação ainda não está totalmente assegurada. A crise obriga a cortes no Orçamento de Estado dos quais alguns serão aplicados no financiamento da RTP. Desde modo, tornou-se fundamental criar um plano para reestruturar a empresa, de modo a torná-la mais autossuficiente e capaz de gerir o dinheiro atribuído pelo estado. Esta reestruturação implica a integração de redações que pressupõe simultaneamente o jornalismo multiplataformas, neste em caso em concreto, a capacidade de trabalhar para a rádio e para a televisão. No entanto, esta mudança já ocorreu em Coimbra há alguns anos.

A situação atual do serviço público de informação tornou-se assim no meu tema de relatório de estágio. E o facto de me encontrar numa delegação da RTP com redações integradas tornou-se uma vantagem. Assisti às reações dos jornalistas perante as medidas de contenção anunciadas pelo governo. Ouvei comentários, preocupações, desabaços. Senti o mesmo que os jornalistas da RTP: receio pelo futuro do serviço público de informação português. Estando na redação de Coimbra pude observar como funcionava a convergência entre rádio e televisão e, de certo modo, antever o que irá acontecer nas restantes delegações da RTP. De acrescentar que tive a oportunidade de exercer um jornalismo multiplataformas, visto que realizei reportagens para ambos os meios. Em alguns casos, parti do mesmo material recolhido para produzir tanto para a rádio como para televisão.

A convergência é só por si um processo complexo e, quando aplicado a um serviço público, ainda mais complexo se torna. Neste sentido, o meu trabalho segue uma estrutura que começa por contextualizar historicamente o objeto de

estudo - a RTP. De seguida, explico o conceito de convergência, enumerando os mais importantes aspetos teóricos. Nesta parte, apresento um exemplo de sucesso e retiro algumas conclusões sobre como o processo de convergência deve ser aplicado. Logo depois faço a ligação ao caso RTP, destacando alguns aspetos que os teóricos apontam como importantes numa convergência. Nesta parte, baseio-me também em entrevistas realizadas aos jornalistas da delegação de Coimbra, de modo a oferecer uma perspetiva mais exata de como todo o processo decorreu até agora. Seguidamente, abordo a problemática de trabalhar em simultâneo para rádio e para televisão, onde incluo igualmente as considerações dos repórteres de Coimbra e parte da minha experiência na RTP, com a análise de algumas das reportagens que realizei. Reservo ainda algumas páginas para levantar a questão da importância do serviço público. Nelas recorro à origem deste tipo de órgão de comunicação e reflito sobre as recomendações da União Europeia, apresentando soluções para a sobrevivência do jornalismo de serviço público. Por fim, apresento uma visão panorâmica do atual estado dos meios de comunicação em Portugal, destacando naturalmente a RTP.

Pretende-se com este relatório concluir se a convergência é a única solução para a sobrevivência do serviço público de informação, especificamente a Rádio e Televisão de Portugal.

2. Nota Metodológica

Para a realização deste trabalho parti de três tipos de fontes. Comecei com uma pesquisa bibliográfica e documental, na qual reuni os estudos e pesquisas relacionadas com o serviço público de informação e com a convergência nos meios de comunicação social. Recolhi artigos, apresentações em congressos e notícias e selecionei as mais relevantes para o tema do meu relatório de estágio.

Seguidamente, e por forma a oferecer uma visão mais pessoal e aproximada do processo de convergência na RTP de Coimbra, realizei entrevistas aos atuais jornalistas da redação. As questões colocadas basearam-se nas situações que presenciei durante o estágio de três meses. De modo a manter a confidencialidade das declarações, os entrevistados não se encontram identificados. No entanto, como os depoimentos surgem distribuídos por tema, atribuí um número a cada jornalista. As entrevistas foram apenas realizadas após o período de estágio, entre o dia 25 de março e o dia 5 de abril, com cada um dos repórteres. As declarações foram gravadas com o objetivo de transcrever exatamente os depoimentos prestados. Em paralelo, e dada a observação participante que realizei, são descritas algumas situações que experienciei.

Por fim, e visto tratar-se de um relatório de estágio, considerei fundamental introduzir algum do trabalho que realizei na delegação da RTP em Coimbra. Apenas são incluídos os trabalhos que de algum modo ilustram as questões analisadas. As reportagens encontram-se no CD que acompanha o documento e estão também em formato texto, em anexo.

3. Rádio e Televisão de Portugal — Contextualização Histórica

A Rádio Televisão de Portugal - RTP está neste momento a atravessar um período complicado. O défice da empresa avolumou-se de tal forma que é necessário aplicar determinadas medidas para solucionar o problema. Como serviço público, cabe ao governo decidir sobre o seu futuro. No entanto, a crise financeira que o país atravessa provocou alterações no Orçamento de Estado que conseqüentemente afetam a RTP. O fim da indemnização compensatória obriga a apertados cortes e reduções com os custos da empresa. Os funcionários estão já a sofrer cortes salariais e ainda não estão livres de um despedimento coletivo, visto que o número de rescisões amigáveis solicitadas até ao momento ainda está longe do valor que se pretende reduzir com pessoal. A reestruturação da empresa implica também uma grande mudança na forma de trabalhar dos jornalistas que assistem impotentes à fusão física das redações de rádio e televisão.

A dívida do serviço público de televisão começou há alguns anos, em parte devido a decisões tomadas pelo governo que acabaram por prejudicar a RTP. Recuemos até às origens para entender melhor o estado atual do serviço.

3.1 O Passado

O serviço público de informação tem as suas raízes na Emissora Nacional. A estação foi fundada em 1935, após ter sido autorizada a compra dos primeiros emissores de onda média e onda curta em Portugal. A EN estava envolta num quadro político ditatorial pelo que era controlada pelo governo e utilizada por Salazar como um instrumento estratégico de propaganda política. Entretanto, com a inovação tecnológica e o advento da televisão, foi criada em 1957 a RTP — Radiotelevisão Portuguesa, que se tornou a principal porta-voz da política do Estado Novo. O administrador do canal era nomeado pelo Governo, contudo apenas um terço do capital da sociedade pertencia ao Estado. Apesar do exame prévio e da censura, a televisão conseguia trazer conteúdos e imagens a que de outra forma os portugueses não teriam acesso. A RTP contribuiu deste modo para a mudança social que resultou na Revolução dos Cravos. Com o fim do regime ditatorial, em abril de 1974, ocorrem naturalmente algumas mudanças nos meios de comunicação portugueses: a Lei de Imprensa é reformulada, a censura e o exame prévio são extinguidos e em alternativa é criada uma comissão *ad-hoc* para controlar os media. A Emissora Nacional e outras estações de rádio são agregadas e constituem a RDP — Radiodifusão Portuguesa, tornando-se numa empresa pública. A RTP foi igualmente nacionalizada, numa tentativa de lhe retirar a imagem que detinha como instrumento de ação política.

É o serviço público de televisão que começa a enfrentar dificuldades logo nos finais dos anos 80. Nesta altura, o cenário político em Portugal altera-se. Surge o primeiro governo maioritário, com Cavaco Silva a ocupar o lugar de Primeiro-Ministro, que promove o crescimento económico a par da entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia. Com o intuito de projetar a imagem de seguir a tendência europeia, Cavaco Silva sente-se pressionado a abrir a televisão à iniciativa

privada. De facto, Portugal era o único país europeu que ainda não tinha cedido licenças a emissores particulares. A Constituição da República é portanto alterada a 1989 de modo a legalizar a existência de canais privados de televisão. Segue-se a Lei da Televisão e no ano seguinte é aberto o concurso às licenças. Deste concurso surgem a SIC — Sociedade Independente de Comunicação e, pouco tempo depois, a TVI — Televisão Independente. Esta decisão não foi precedida de um estudo cuidado sobre as implicações da reforma (Bolaño e Sousa, 2005). Questões relacionadas com a publicidade, as fontes de financiamento dos canais, as regras de concorrência e as linhas orientadoras da grelha de programação e informação não foram clarificadas. Apesar dos diversos relatórios por parte de analistas privados concluírem que não haveria mercado publicitário suficiente para quatro canais, Cavaco Silva avançou com a medida mantendo a RTP 1 e a RTP 2 na disputa pelos anúncios comerciais. A par destas alterações são tomadas outras medidas que provocam a diminuição das receitas do serviço público de televisão e o conseqüente aumento das suas despesas. A Taxa de Televisão é abolida, ficando assim a RTP a depender apenas da publicidade e dos apoios estatais. O serviço perdeu também a sua rede de emissores. Em 1991, estes foram vendidos à Portugal Telecom (PT) por 5,4 milhões de contos (Carvalho, 2009). A decisão foi tomada pelos socialistas-democratas, sem qualquer reacção por parte da Oposição, com a finalidade de valorizar a empresa de telecomunicações que estava prestes a ser privatizada. Acrescenta-se assim mais uma despesa à RTP que passa a pagar pelo aluguer dos transmissores. Em menos de dois anos o serviço público de televisão já tinha pago o valor da venda à PT: “só no primeiro ano, teve de pagar por eles [emissores] 3,65 milhões de contos e hoje paga, à PT, cerca de 4 milhões de contos por ano!” (Vasconcelos, 2003: 54).

A concorrência pelo bolo publicitário faz com que a RTP realize grandes investimentos em programas estrangeiros de modo a manter a sua posição face à futura concorrência. Esse investimento acaba por se revelar inútil e “desproporcionado” (Cádima, 2002: 3), visto que o operador público não conseguiu bater os novos canais.

Neste cenário, a dívida do Serviço Público de Televisão aumenta exponencialmente. O presidente do Conselho de Administração impõe algumas medidas no sentido de travar o aumento do défice, tais como, cortar nos gastos com enviados especiais, limitar a utilização de satélites, diminuir a procura de equipas de produção externa e ainda restringir a compra de programas. Contudo, as medidas revelaram-se ineficazes (Sousa e Santos, 2003). O défice, que em 1994 era de 25 milhões de contos, duplicou para 50 milhões de contos no ano seguinte, quando a SIC se tornou líder de audiências.

Para agravar a situação, a RTP permaneceu associada à imagem de instrumento de ação política. O seu papel como serviço público manteve-se indefinido, sem qualquer caderno de encargos estipulado. Neste sentido, Cavaco Silva decide, em 1993, elaborar um Contrato de Concessão entre o estado e a RTP. Nele fica clarificado o financiamento da empresa: iria receber 7,5 milhões de contos do Orçamento de Estado. O documento integra também as finalidades e objectivos do serviço público, porém não é concreto no modo como os pode cumprir. A RTP continuou a ser alvo de críticas principalmente porque “não procurou desenvolver a sua estratégia de programação em função dos cidadãos” (Sousa e Santos, 2003: 12).

Os sociais-democratas são substituídos pelos socialistas em 1995, ano em que “a RTP estava técnica, económica e financeiramente falida” (Carvalho, 2002: 28). O Primeiro-Ministro, António Guterres, decide rever o Contrato de Concessão, reformular a Lei de Imprensa e alterar a composição da Alta Autoridade para a Comunicação Social, bem como rever as suas funções. De facto, novas medidas foram definidas mas não chegaram a ser aplicadas ou não tiveram o efeito que se desejava, pois “sem recursos financeiros e insegurança quanto aos seus objetivos, a RTP não foi capaz de conquistar o seu espaço num mercado aberto aos operadores privados” (Bolaño e Sousa, 2004: 82).

A dívida foi aumentando e a partir de 1997 o serviço público vê o seu volume publicitário ser reduzido. O decreto governamental limita a RTP 1 a 7,5 minutos de publicidade por hora e a RTP 2 fica proibida de transmitir quaisquer anúncios comerciais (Carvalho, 2002). A medida aplicada não trouxe nenhuma alternativa de financiamento e a situação de crise no serviço público de televisão foi-se agravando, sendo que atingiu os 200 milhões em 2001. E as críticas também não cessaram. A Oposição defende a privatização do canal visto considerar que este não cumpre com a sua missão de servir a sociedade. Esta medida já foi considerada várias vezes, mas nunca foi colocada em prática.

A rádio pública, ao contrário da RTP, atravessava um período positivo não apenas a nível financeiro. Em 1998 a RDP ganhou o concurso público europeu para adquirir a Rede Digital Terrestre (DAB) e utilizava o seu superavit anual para a montagem da rede. Além disso, a empresa era “tecnologicamente muito modernizada, com receitas fixas provenientes da taxa de radiodifusão absolutamente suficientes e previsíveis e sem presença no mercado publicitário, logo imune às flutuações da conjuntura” (Carvalho, 2002: 80).

No entanto, o cenário da Radiodifusão Portuguesa não se manteve quando em 2000 o governo criou a Portugal Global, S.P.G.S., S.A. Esta holding passou a administrar a RTP, a RDP e a Lusa, sendo que o principal objetivo era o de “promover o máximo aproveitamento das sinergias de grupo” (Carvalho, 2002: 80). A RDP e a Lusa, por se encontrarem numa situação financeira equilibrada, mostraram-se reticentes à criação da holding. De facto, a Portugal Global nasceu “desde logo marcada pela ideia de repartir as receitas da taxa de radiodifusão, atribuindo parte à RTP” (Carvalho, 2002: 82). A Radiodifusão Portuguesa viu-se assim obrigada a abandonar o investimento na Rádio Digital. Contudo, esta medida não foi suficiente para combater o défice da RTP. A Portugal Global pouco interveio na reestruturação financeira da RTP e acaba por ser extinta em 2003 sem ter cumprido o seu objetivo. Na opinião de Alberto Arons de Carvalho (2002: 86) “perdemos demasiado tempo e energias com a Portugal Global...”

Com o fim da Portugal Global, o sector empresarial do Estado na área do audiovisual é novamente reestruturado. Em 2004 deu-se a fusão da Radiotelevisão Portuguesa com a Radiodifusão Portuguesa, dando origem à holding Rádio e Televisão de Portugal, S.P.G-S. Nesta altura ocorre igualmente a integração das redações de rádio e televisão em alguns centros regionais, entre os quais Coimbra.

Todas as medidas foram tomadas com o intuito de melhorar a situação financeira da RTP. Algumas mostraram resultados positivos, outras tiveram um efeito bastante limitado. Os últimos anos da RTP estão repletos de vários altos e

baixos. Apesar das diversas reestruturações, o serviço público ainda não se livrou definitivamente do défice que tem acumulado.

3.2 O Presente

Atualmente, a RTP está em crise e, para além dos seus próprios problemas, é também vítima da crise financeira do país. O Orçamento de Estado para 2013 foi bastante discutido e culminou na decisão de reestruturar a Rádio e Televisão de Portugal. Inicialmente pensou-se em privatizar a empresa, porém essa ideia não avançou. Em março de 2013 foi apresentado pelo antigo ministro adjunto dos Assuntos Parlamentares, com a tutela da comunicação social, Miguel Relvas, o Plano de Desenvolvimento e Redimensionamento da RTP que apontava para a redução em 28 por cento da despesa com funcionários até 2014, devido ao fim da indemnização compensatória. Seria portanto uma poupança de 21 milhões de euros, visto que os encargos passariam de 76 milhões de euros para 55 milhões de euros. Reduções de salários e rescisões amigáveis foram as medidas apresentadas para atingir esse objetivo.

O plano foi rejeitado pela Comissão de Trabalhadores. Para além de contestarem o facto de não terem sido ouvidos na realização do documento, a CT considera o plano “ilegal” visto que “recusa deliberadamente a redefinição do serviço público, necessária para redefinir os seus custos e avançar para o novo quadro de financiamento, e entrega à administração da RTP a competência de limitar o valor associado à prestação do serviço público”.¹

Numa primeira fase foram contabilizados mais de duzentos pedidos de rescisão, um número que ainda não elimina a possibilidade de um despedimento coletivo. As rescisões vão ser pagas a 1,35 salários por ano de trabalho, sendo o teto de indemnização de 150 milhões de euros. Todavia, a RTP vai ter de solicitar um empréstimo de 30 milhões de euros para financiar estes pedidos.

Surgiu entretanto a questão da convergência das redações de rádio e de televisão. O processo teve início em 2004, mas ainda existem delegações onde a fusão não ocorreu, como é o caso de Lisboa. O plano passa por juntar fisicamente as editorias de Política, Artes, Economia, Agenda e Sociedade. Porém a ideia não está a ser bem acolhida por parte dos jornalistas. Plenários e debates ocorrem agora com mais frequência entre os profissionais da empresa, pois temem a mudança e as suas consequências. O conselho de redação da RDP considera que “as ordens de serviço recentemente publicadas sobre a estrutura organizativa da direção de informação têm levantado dúvidas a muitos jornalistas quer pelas profundas alterações que encerram, quer pelo previsível impacto quotidiano na redação”.²

¹ Público. 2013. “Plano para a RTP «liminarmente rejeitado» pela Comissão de Trabalhadores”, 18 de março. Página consultada a 20 de março de 2013, <<http://www.publico.pt/politica/noticia/plano-para-a-rtp-liminarmente-rejeitado-pela-comissao-de-trabalhadores-1588257>>

² Lopes, Maria. 2013. “Jornalistas da rádio pública fazem referendo sobre a fusão da redação com RTP”. Público, 29 de abril. Página consultada a 29 de abril de 2013, <<http://www.publico.pt/sociedade/noticia/jornalistas-da-radio-publica-fazem-referendo-sobre-fusao-da-redacao-com-rtp-1592872>>

Para além das mudanças de metodologias, os profissionais receiam também a redução de efetivos. O número de rescisões amigáveis pedidas até ao momento não é suficiente para o objetivo que se pretende alcançar na redução de custos com pessoal. Em acréscimo, os repórteres sentem igualmente um clima de indefinição na empresa. Não sabem como é que o processo de fusão vai decorrer e como irão efetivamente trabalhar. Apesar da junção física das redações, as direções de Informação dos dois meios vão-se manter independentes pelo que os jornalistas ainda não sabem a quem irão reportar quando estiverem a trabalhar em simultâneo para rádio e para televisão. Os trabalhadores da empresa pública apontam também o facto de não ter sido realizado um estudo prévio sobre as vantagens e desvantagens da fusão e sobre a própria exequibilidade do processo. Por todas estas razões, os profissionais da RTP pedem a intervenção da ERC — Entidade Reguladora para a Comunicação e do Conselho Deontológico visto que duvidam da legalidade das alterações planeadas, tal como se pode ler em comunicado:

A decisão tomada no sentido de instituir editorias comuns às estruturas de rádio e televisão colide com os deveres constantes dos conteúdos funcionais previstos no atual Acordo Coletivo de Trabalho para a carreira de jornalista-redator.³

Em resumo, os jornalistas não estão totalmente em desacordo com o processo de fusão, no entanto exigem ser ouvidos antes de ser colocada em prática qualquer medida nesse sentido. No mesmo comunicado os jornalistas dizem-se “favoráveis à evolução e à transformação do serviço público de rádio e televisão”, contudo estão contra a “alteração unilateral dos pressupostos de trabalho dos jornalistas-repórteres e dos jornalistas-redatores”.

³ Lopes, Maria. 2013. “Jornalistas de TV e de rádio da RTP recusam fusão das redações sem serem ouvidos”. Público, 2 de maio. Página consulta a 3 de maio de 2013, <<http://www.publico.pt/portugal/noticia/jornalistas-de-tv-e-de-radio-da-rtp-recusam-de-modo-formal-a-fusao-das-redaccoes-1593165>>

4. A Convergência

4.1 Uma palavra, uma infinidade de conceitos

A convergência é um termo que tem vindo a acumular definições ao longo do tempo. Estima-se que o registo mais antigo da palavra data do século XVII e era comumente utilizado em artigos científicos. No século XX, o conceito de convergência começou a ser aplicado nas ciências políticas e na economia. Entretanto, com o desenvolvimento da tecnologia e com o advento dos novos media, o termo ganhou uma nova aplicação. É nesta fase que o conceito de convergência se torna mais ambíguo, pelo que é importante clarificá-lo, apresentando as contribuições dos vários teóricos que se dedicaram à problemática. Começo pela definição base e mais generalizada, a do Dicionário da Língua Portuguesa,⁴

n.f. 1 ato de convergir; 2 junção num ponto; 3 semelhança, por analogia, entre organismos ou seus órgãos; 4 tendência para um mesmo resultado.

Também é comum a utilização da palavra sinergia. E a verdade é que inicialmente este era o termo utilizado para denominar os casos de integração de órgãos de comunicação, mais concretamente nas fusões de imprensa escrita com canais televisivos (Gordon, 2003). No Dicionário da Língua Portuguesa podemos ler que sinergia significa,

n.f. 1 ação conjunta de coisas, pessoas ou organizações, especialmente quando o efeito é superior ao que é obtido através da totalidade das ações separadas de cada uma das partes

As duas definições são semelhantes e referem-se, embora de uma forma muito geral, ao processo que analisamos neste relatório. Porém, o conceito de sinergia é ligeiramente mais completo pelo simples facto de deixar claro que, na fusão de duas entidades, o objetivo principal é conseguir obter melhores resultados.

A confusão em torno do termo deriva, segundo Jenkins (2001), do facto de existirem pelo menos cinco processos de convergência a decorrer nos dias de hoje: convergência tecnológica, económica, social, cultural e global. A convergência tecnológica, como o próprio termo indica, é a transformação de todo o tipo de conteúdo em informação digital. Desta forma, vídeos, sons, textos, fotografias e qualquer género de matéria é alterada para formato *bits*, o que possibilita a sua junção e intereção (Negroponte, 1995). Por sua vez, a convergência económica refere-se às sinergias entre empresas de entretenimento. Formam-se grupos mediáticos vastos que abrangem um grande número de áreas de interesse. Isto deve-se também ao

⁴ Dicionário da Língua Portuguesa, Porto Editora 2012

decorrer da convergência social, isto é, a capacidade multitarefa que o consumidor desenvolveu, na qual usufrui de vários media em simultâneo. Enquanto enviamos um *e-mail* podemos estar a ver televisão e a ouvir música, por exemplo. Esta mudança nos hábitos de consumo deu origem à convergência cultural, ou seja, ao cruzamento e fusão de diferentes media. Passou-se a transmitir conteúdos através de diferentes plataformas de modo a chegar ao maior número de pessoas. Por fim, assistimos ainda a uma convergência global visto que, nos dias de hoje, temos acesso a qualquer informação, independentemente da distância geográfica entre a fonte e o recetor. O progresso tecnológico, tal como anteviu Marshall McLuhan (1964), aproximou as sociedades. Atualmente vivemos numa autêntica Aldeia Global.

Todos estes processos estão interligados. A convergência cultural surgiu como consequência da convergência social que, por sua vez, se deu devido ao desenvolvimento tecnológico. Todos estes processos foram provocados pelo advento digital e pelas consequentes mudanças de comportamento. Este cenário tornou possível a convergência mediática. Estamos perante uma fase de transição provocada pelo advento digital e pelas consequentes mudanças de comportamento. Entrámos numa era em que os media estão em todo o lado e são utilizados simultaneamente. A convergência mediática, segundo Jenkins (2001: 93),

É um processo em andamento, ocorrendo em várias interseções de tecnologias de média, indústrias, conteúdo e audiências; não é um estado final (...) graças à proliferação de canais e à natureza cada vez mais ubíqua da informática e das comunicações, nós estamos a entrar numa era onde os media estarão em todo o lado, e usaremos todos os meios de comunicação relacionando-os entre si. Nós desenvolveremos novas aptidões para gerir a informação, novas estruturas para transmitir informação entre canais, e novos géneros criativos que exploram os potenciais das novas estruturas de informação emergentes. (tradução nossa)⁵

Neste sentido, a convergência pode ser entendida como uma *midiamorfose* (Fidler, 1997), na qual assistimos a uma renovação e transformação dos *media* para um formato mais indicado aos dias de hoje. Os meios de comunicação tradicionais integram o melhor dos novos media, ou seja, ocorre a fusão de todas as formas de jornalismo num só espaço: na Internet. Esta metamorfose mediática afeta várias dimensões, desde as estruturas das empresas, à organização das redações, ao modo de trabalho dos jornalistas e até à forma como a informação é enviada e rececionada (Salaverria e Negredo, 2008: 45):

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens

⁵ *Is an ongoing process, occurring at various intersections of media technologies, industries, content and audiences; it's not an end state (...) thanks to the proliferation of channels and the increasingly ubiquitous nature of computing and communications, we are entering an era where media will be everywhere, and we will use all kinds of media in relation to one another. We will develop new skills for managing information, new structures for transmitting information across channels, and new creative genres that exploit the potentials of those emerging information structures.*

anteriormente desagregados, de forma que os jornalistas elaboram conteúdos que se distribuem através de múltiplas plataformas, mediante as linguagens próprias de cada uma (tradução nossa)⁶

Tomando esta definição, a convergência é um processo multidimensional. David Domingo e Ramón Salaverria (2007) chegaram a uma conclusão semelhante e identificaram quatro características que definem o processo: produção integrada, profissionais polivalentes, difusão multiplataforma e audiência ativa. Deste modo, os autores pressupõem que a convergência não é um processo linear, nem segue um padrão comum. Existem vários factores que influenciam e alteram o modo como decorrem as convergências. De acordo com Boczkowski a convergência é “um processo contingente no qual os intervenientes podem seguir caminhos divergentes como resultado de várias combinações de factores tecnológicos, locais e ambientais”⁷ (2004: 210). O país, a cultura e as linhas orientadoras do próprio órgão mediático bastam para desencadear um sem fim de caminhos para se alcançar a convergência. Além disso, depende também do objetivo do próprio órgão de comunicação que pode ou não ambicionar a integração total.

Os grupos mediáticos podem desde logo optar entre dois tipos de convergência, a vertical e a horizontal. A primeira implica a integração física de redações tornando possível a transmissão de conteúdo em várias plataformas e formando assim um órgão de comunicação mais forte. A segunda forma de convergência mantém as redações separadas, a produção continua a ser produzida apenas para uma plataforma mas os conteúdos são disponibilizados para outras empresas (Tameling e Broersma, 2013).

Vejamos agora em mais pormenor as dimensões do processo de convergência delineadas por David Domingo (2007): produção integrada, profissionais polivalentes, distribuição multiplataforma, audiência ativa.

a) Produção Integrada

Os *media* estão organizados numa estrutura hierárquica em que no topo existe um proprietário que detém um leque de órgãos de comunicação. É uma estratégia que pode conduzir à oligopolização, onde os grandes aglomerados mediáticos dominam a oferta de conteúdos de informação e de entretenimento, bem como o mercado publicitário, numa estratégia de globalização capitalista. Temos, por exemplo, organizações como *The Walt Disney Company* ou a *AOL Times Warner* que detêm diversos órgãos em todos os ramos da comunicação e do entretenimento. Vejamos a *AOL Times Warner*,

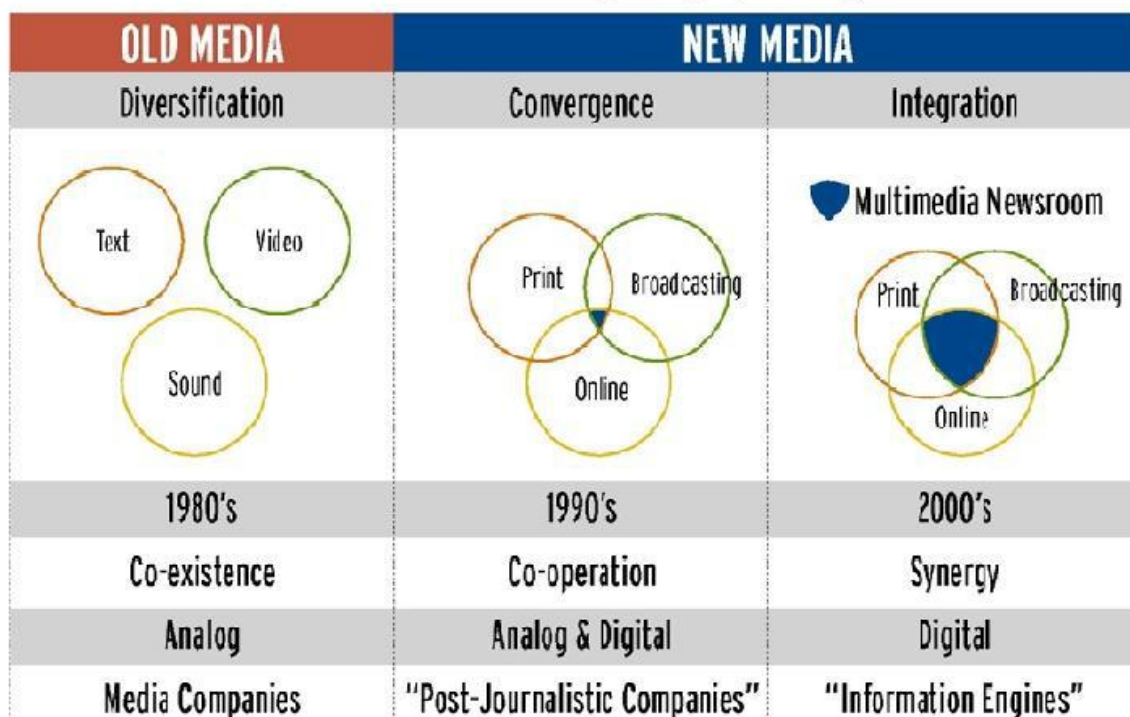
⁶ *La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que las periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una*

⁷ (...) *a contingent process in which actors may follow diverging paths as a result of various combinations of technological, local, and environmental factors.*

que integra a *HBO*, *Cinemax* e *Turner Broadcasting System* (que inclui canais pagos como a *CNN*, *TNT*, *Cartoon Network*, *Boomerang*, *TBS*, *Warner Channel*); *Time, Inc* (edição de revistas); *Warner Bros. Entertainment* e *New Line Cinema* (produção de filmes); *DC Comics* (revistas de banda desenhada) e *Turner Entertainment* (distribuição de filmes clássicos representando a *MGM* e a *Warner Bros.*) O mesmo também acontece em Portugal, mas a um nível equivalente à dimensão do país, abrangendo menos áreas. O grupo Media Capital, por exemplo, integra canais televisivos (TVI, TVI 24, TVI Ficção), estações de rádio (cidadeFM, Comercial, M80), *websites* (maisfutebol). A Impresa aposta também em canais televisivos (SIC, SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher) e na imprensa de jornais e revistas (*Expresso*, *Visão*, *Exame*, *Activa*). Quando olhamos para uma banca de um quiosque ou para a grelha de canais televisivos caímos na ilusão de estarmos perante uma vasta oferta de órgãos de comunicação, no entanto, consumimos conteúdos que nos chegam de apenas dois ou três grupos mediáticos. Este cenário pode trazer consequências à produção de conteúdos, em particular no que diz respeito à prática jornalística. Alguns repórteres sentem-se desmotivados em procurar “furos” e “exclusivos”. No estudo de Quantd e Singer (2009: 104), os jornalistas inquiridos revelaram que “a reduzida competição diminuiu a motivação em conseguir rapidamente uma história”.⁸

A estrutura atual das empresas de comunicação é relativamente recente, principalmente no modo como interagem entre si. Giner (2001) identifica três fases que caracterizam a história dos *media*.

‘Multimedia Content in the Digital Age’ (MUDIA), 2002



Fuente: Innovation.

⁸ *reduced competition diminished their incentive to hustle to get a story.*

Até aos anos 80 investiu-se na “diversificação”. Nesta altura os proprietários adquiriram diferentes empresas de comunicação numa estratégia que visava controlar o mercado publicitário. Apesar de pertencerem ao mesmo grupo mediático, as redações só começam a interagir entre si no início dos anos 90. Até aí persistia a resistência dos chefes de redação que não permitiram qualquer intervenção do exterior. Nesta segunda fase, à qual Giner denomina de “convergência”, ocorre a transição do serviço analógico para o meio digital. “Investimento e expansão” são os termos que melhor descrevem esta época. Chega, por fim, a internet e com ela a fase de “integração”. A web torna-se no “new pipe dream of digital gold” (Giner, 2001: 31) e revoluciona drasticamente as empresas. Sem excepção, todos os meios de comunicação apostaram na digitalização de conteúdos.

Este cenário veio dar origem à produção integrada. As empresas têm melhores condições para interagir quando pertencerem ao mesmo grupo mediático. Isto não significa, porém, que não existam colaborações entre órgãos de comunicação de diferentes proprietários. Nesta fase, independentemente do grau de convergência pretendido, existe sempre algum tipo de estratégia de trabalho entre as redações. Larry Dailey *et. al* (2003) identificou cinco níveis de integração, no qual o último corresponde a uma convergência total. As diferentes dimensões têm algumas características em comum, razão pela qual, no seguinte esquema, os círculos se sobrepõem. As setas significam que os estados não têm uma ordem fixa e se relacionam entre eles. No entanto, o modo como estão ordenados apresenta um aumento no nível de convergência, a partir da esquerda para a direita.

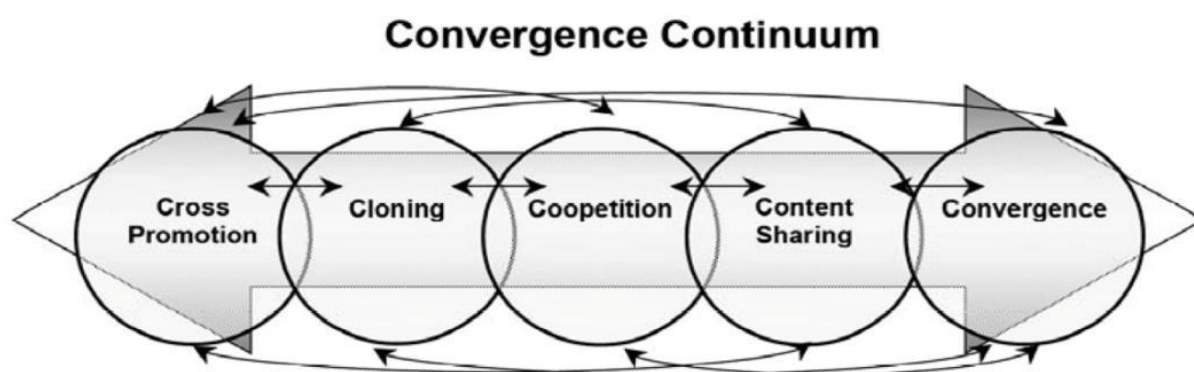


Ilustração 1 Dailey, Larry *et. al* (2003) “The Convergence Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms” Association for Education in Journalism and Mass Communication, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.130.4530&rep=rep1> [2 de julho de 2013]

De acordo com os autores, as redações começam pela “cross-promotion” (promoção cruzada). Nesta fase, a convergência é tomada como um instrumento de marketing, em que cada órgão promove as produções das restantes empresas pertencentes ao mesmo grupo. Por vezes vemos anúncios na SIC a publicitar entrevistas ou grandes reportagens que serão publicadas no semanário Expresso e vice-versa. Segue-se o “cloning” (clonagem), em que os dois meios de comunicação

partilham os conteúdos, mas só depois de terminados. Nesta fase não há colaboração entre redações na concepção do trabalho. Existe apenas a possibilidade de o mesmo conteúdo ser difundido em ambos os órgãos de comunicação, sofrendo este uma leve adaptação consoante o meio em que será transmitido. O terceiro nível designa-se “co-opetition” (co-opetição), no qual se verifica um misto de partilha e competição. Neste caso ocorre a colaboração entre empresas rivais somente quando surgem benefícios para ambos os lados. Naturalmente, a este nível as interações são raras visto que a relação entre as empresas está baseada na desconfiança mútua. Na “co-opetition” é frequente um jornalista de uma redação rival ser convidado a colaborar como comentador especializado. O director do Jornal de Negócios, Pedro Santos Guerreiro, é colunista da Sábado, do Record e colabora também com a Rádio Renascença e com a RTP. Nestas interações existirá sempre um certo cuidado em não divulgar informação que possa ser exclusiva. O grau de colaboração aumenta com o “content sharing” (partilha de conteúdo). Nesta fase, as redações partilham a matéria prima informativa que lhes chega, no entanto as reportagens continuam a ser produzidas em separado. Só na “full convergence” (convergência total) é que se verifica uma colaboração a cem por cento, na qual os jornalistas preparam e realizam todo o trabalho em conjunto. As tarefas e o próprio investimento é partilhado entre as duas redações. Pretende-se deste modo “usar os pontos fortes dos diferentes *media* para contar a história no modo mais eficaz” (2003: 5). Neste sentido, a convergência também pode ser aplicada como uma tática de produção. Quantas vezes não se realizam grandes entrevistas moderadas por dois jornalistas de diferentes órgãos de comunicação? Quem é que nunca ouviu a frase “uma grande entrevista SIC/ Expresso”, ou uma reportagem “SIC/Visão”, por exemplo? Estes casos são frequentemente alvos de grande promoção. As redações também podem apostar numa estratégia de difusão de modo a aumentar o rácio de audiências em ambos os meios de comunicação. Um caso bastante exemplificativo decorreu no Tampa News Center, em que se decidiu publicar uma reportagem em primeiro lugar no jornal e só depois transmiti-la na televisão. Com esta estratégia, o canal conseguiu naquele dia um aumento de 25 por cento nas audiências. Esta estratégia adoptada vai ser referida com maior detalhe no decorrer do relatório.

Como já foi constatado, qualquer um dos níveis de convergência não implica necessariamente a fusão das redações num mesmo espaço físico. Independentemente disso é essencial que os jornalistas se apresentem receptivos à mudança e à colaboração com os colegas. Caso contrário, não se mantém um bom ambiente de trabalho o que pode vir a prejudicar a qualidade das produções noticiosas. Existem por vezes determinados preconceitos entre os jornalistas que apenas alimentam a sua resistência ao processo de convergência. Por exemplo, os jornalistas de imprensa consideram os colegas da televisão “vazios” e “mais interessados na imagem do que no conteúdo”. O mesmo se passa com os repórteres televisivos que rotulam os jornalistas de imprensa como “antiquados” e “desinteressados” no meio televisivo (Gordon, 2003). São estereótipos correntes mas que têm de ser combatidos pois dificultam o trabalho em equipa. Uma redação integrada “incita os jornalistas

a pôr de parte as tradições e rotinas do passado e a desenvolver novos hábitos profissionais de modo a trabalharem em conjunto” (Kolodzy, 2006 *apud* Taming e Broersma, 2013: 26).⁹

De facto, uma das palavras-chave, indicada por Quinn e Quinn-Alann, para o sucesso da integração é a Comunicação (2005). A convergência total é sinónimo de trabalho em equipa e este só funciona corretamente se tiver por base o diálogo e a inter-ajuda. Para facilitar e promover as relações entre colegas, Quinn também considera a figura do editor-chefe de redação como uma peça fundamental. É aquele que tem como função distribuir o trabalho pelos repórteres, decidindo quais os jornalistas que envia para o terreno, identificando os meios mais adequados para a notícia ser transmitida. Planeamento, organização e comunicação são pilares importantíssimos que suportam a produção integrada.

b) Profissionais Polivalentes

Esta *mediamorfose* que converge empresas e meios de comunicação provoca igualmente alterações nos métodos de trabalho dos jornalistas. A era digital veio valorizar a importância da instantaneidade na transmissão de notícias. Ao mesmo tempo, exige-se agora um maior número de competências aos jornalistas. Por outras palavras, o repórter tem mais trabalho, mas menos tempo para o realizar. Este cenário não se aplica a todos os profissionais. Os repórteres especializados não estão em vias de extinção. Todavia, e tendo em vista a produção integrada, é importante que todos os profissionais na redação tenham acesso a uma formação generalizada. Os jornalistas devem estar minimamente preparados para, em casos de exceção, produzir conteúdos para outras plataformas (Quinn e Quinn-Allann, 2005). O que se exige é “flexibilidade”: o jornalista precisa de estar confortável em qualquer um dos meios de comunicação, conhecer os métodos, dominar as tecnologias e adaptar a linguagem a cada meio de difusão. Nesta era de transição, em que as redações são constituídas na sua maioria por jornalistas especializados, é importante que a empresa aposte na preparação dos seus profissionais.

De uma forma ou outra, a convergência vem alterar as metodologias de trabalho a médio e longo prazo. Tal como já foi referido, a convergência é um processo em curso para o qual o jornalismo se encaminha. Os profissionais têm de se preparar para esta nova fase que se adivinha muito mais exigente. Mesmo que as empresas decidam manter os jornalistas da “velha guarda”, no momento de contratar mais pessoal vai ser dada preferência ao jornalista que mais áreas domina: a nível de conhecimentos, a nível de produção tecnológica e a nível de produção multiplataforma. As empresas vão procurar jornalistas tipo McGyver (Gradim, 2003: 121) que conseguem fazer de tudo com pouco equipamento ou repórteres do género Inspector Gadget que carregam um vasto leque de aparelhos de modo a recolherem material em qualquer formato.

Este novo método é mais conhecido como *backpack journalism*. A expressão, traduzindo à letra, significa “jornalismo de mochila às costas”. Considera-se que o conceito começou a ser formado por Michael Rosenblum, da *New York Times*

⁹ (...) urges journalists to relinquish old traditions and routines and to 'develop new habits toward doing their jobs so they can work together.

Television. Em meados da década de 90, o ex-jornalista pensou que seria uma mais-valia ensinar repórteres de imprensa e fotojornalistas a utilizar pequenas câmaras de filmar de alta qualidade. Desta forma, a empresa investiria mais na cobertura de acontecimentos no estrangeiro visto que tornar-se-ia mais económico enviar apenas um jornalista do que uma equipa. Porém, a ideia só ganhou visibilidade após o atentado de 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos da América. A maioria dos meios de comunicação decidiram criar *websites* onde publicavam continuamente informação sobre o atentado. Estas páginas estavam permanentemente a ser atualizadas, mas reuniam também informação que contextualiza o acontecimento, tais como a história do terrorismo, dados sobre o Afeganistão e o Paquistão e ainda *links* que remetiam o usuário para fontes exteriores. Este conteúdo era fornecido nos mais diversos formatos, desde textos e fotografias a vídeos e animações. Estava assim confirmado o nascimento de um novo método jornalístico. A *Associated Press* batizou-o com a expressão *backpack journalism*. Bill Gentile (2010), pioneiro neste novo método e fundador do *Backpack Journalism Project*, contribui com uma definição:

Backpack journalism is the craft of one properly trained professional using a hand-held digital video camera to tell stories in a more immediate, more intimate fashion than is achievable using a team that includes camera person, sound person, correspondent and producer. Backpack journalists do it all and, most importantly, we make the pictures, which are the driving force of visual communication. (There's a reason they call it tele-VISION.) In the field, a backpack journalist shoots, acquires sound, produces, reports, interviews. We write the script. In some cases we narrate the piece. Depending on circumstances, we either edit the piece on our own, or we sit side-by-side with an editor assigned to the task.

Por outras palavras, no *backpack journalism* o jornalista tem a capacidade de realizar uma reportagem completamente sozinho, dominando as técnicas de recolha, de edição e de produção, em qualquer meio de comunicação. Trata-se de um método completamente oposto ao que se aplicava antigamente. Lage (2001: 20) relembra que no século XX a produção jornalística era semelhante a uma linha de montagem.

A transferência para a redação do modelo produtivo do taylorismo, baseado no princípio de que quem cumpre uma só pequena tarefa é capaz de cumpri-la com a máxima eficiência

Se, por um lado, o *backpack journalism* traz vantagens para a empresa, na medida em que aumenta a produtividade e permite a redução de custos, não significa que seja igualmente vantajoso para o jornalismo. Atualmente, os repórteres são pressionados a produzir mais, num mais curto espaço de tempo. Neste novo método de trabalho há quem receie que se comece a exigir “polivalência ao invés de excelência” (Gradim, 2003: 8). Os jornalistas têm menos tempo para

pesquisar, analisar e confirmar factos. A exigência da instantaneidade pode vir a prejudicar a imagem do jornalismo, tornando as notícias pouco fundamentadas e superficiais.

Estas práticas mantêm os custos a um baixo nível. Mas absorvem uma parte de tempo que os jornalistas consagravam às suas investigações, reclamando deles ao mesmo tempo novas aptidões profissionais (por exemplo, ser telegénico) e uma escrita mediática adaptável a todos os tipos de suporte (Klinenberg, 1999: 7).

Com um prazo de produção restrito, o jornalista pode não ter como confirmar a veracidade das informações recolhidas. A notícia é difundida sem analisar previa e cuidadosamente as fontes e os dados. A falta de tempo torna difícil o cumprimento dos princípios éticos da profissão o que conseqüentemente prejudica a qualidade das reportagens realizadas. A rapidez exigida pode igualmente colocar em risco a diversidade de pontos de vista e de abordagens. Atualmente, o mais importante é transmitir a notícia o mais rápido possível, sendo que o conteúdo acaba por ficar para segundo plano. O *backpack journalism*, na medida em que exige a um mesmo jornalista a capacidade de trabalhar para várias plataformas, pode prejudicar a pluralidade do discurso. Com a pressão do tempo, as diferenças metodológicas características de cada meio podem acabar ignoradas e com o passar dos anos receia-se que fiquem completamente esquecidas. Se assim acontecer, a prática e o discurso jornalístico torna-se uniforme e homogêneo.

Neste cenário, os *media* correm o risco de perder a credibilidade que têm junto da público. De acrescentar que, com todas estas mudanças, a função principal do jornalismo pode vir a deixar de ser cumprida, ficando a sociedade sem os instrumentos necessários à prática da cidadania:

informar o público sobre assuntos de interesse público, criando uma sociedade que está equipada com o conhecimento que necessita para tomar as decisões cívicas corretas mais frequentemente do que as decisões cívicas erradas, assim ajudando a perpetuar o auto-governo e a democracia. (Haiman, 2001 apud Gradim, 2003: 124)

Os jornalistas multiplataformas são para Martha Stone (2002) “Jacks of all trades and master of none.” A autora defende que o jornalismo polivalente só deveria ser posto em prática em casos de exceção. Existem muitas funções a executar em simultâneo e é impossível o repórter conseguir concentrar-se o suficiente em cada uma delas:

Should I be focusing the digital camera on a precise event, or should I be scanning the scene to get the broader picture or should I be talking to witnesses or should I be taking notes before I forget what I just saw or was told? Is a still frame from a video as good as a photographer's photo? Is the audio recorded on a video camera as good as the audio recorded by a soundman? In an emergency, all of these shortcuts will work. But none of them is the top-quality choice. With more people on the scene, more of the job can get done in a shorter time by people with the appropriate expertise.

Stone acredita que uma pequena parte dos jornalistas polivalentes consegue ser excelente a executar todas as tarefas que lhe são exigidas. A grande parte, porém, apenas conseguirá um resultado “mediocre”. No entanto, Jane Stevens (2002), ela própria uma *backpack journalist* contrapõe:

I am becoming a master of multimedia, which is a new medium requiring new approaches and methods of storytelling, as different from print and TV as print and TV are different from each other.

Alguns jornalistas aceitam com agrado o desafio que esta nova era oferece. Neste novo método o repórter encontra uma maior liberdade naquilo que produz. Trabalhando sozinho, o jornalista tem um maior controle sobre o produto final, garantindo uma determinada coerência entre o conteúdo publicado nas diferentes plataformas. Além de que, com o desenvolvimento informático, a parte técnica de produção da peça torna-se mais fácil de executar.

Importa também referir que no meio digital não há limites de tempo nem de espaço. O jornalista tem a possibilidade de publicar os conteúdos que considerar relevantes, associá-los a outros artigos através de *links* e assim oferecer uma peça jornalística o mais completa possível, na qual o público exerce um poder de seleção. Todo e qualquer tipo de conteúdo pode ser publicado, desde fotos, áudios, gráficos, vídeos e animações. Contexto e continuidade são as principais características deste discurso multimédia. Ao contrário do que acontece com os *media* tradicionais, no espaço *web* é possível publicar um artigo com um elevado nível de contexto visto que este pode ser interligado a todo o tipo de ficheiros, de qualquer formato, antigos ou recentes.

Stories told in a digital, online medium can make connections with other types of content much more easily than in another medium (Pavlik e McIntosh, 2005 apud Tárzia, 2007: 27)

O artigo fica permanentemente naquele espaço e pode, a qualquer momento, ser atualizado, sem qualquer obrigatoriedade de horários. Uma possibilidade que os outros meios de comunicação não oferecem (Correia, 2005).

É possível evitar ou amenizar as consequências do *backpack journalism* e aproveitar apenas as suas vantagens. Para isso é necessário mantermos o equilíbrio entre as novas tecnologias e os princípios do jornalismo, adaptando-os sem que nenhum saia prejudicado. Antes de mais, o repórter tem de se sentir confortável a trabalhar neste discurso multimédia. O desenvolvimento da tecnologia facilita o trabalho, mas isso não basta. Tomando as palavras de Martha Stone (2002): “The most important thing is not the technology, it’s the news flow and how to integrate it, and the training on how to do it”. A empresa precisa de disponibilizar aos seus trabalhadores uma formação que vá ao encontro dos seus objetivos. Visto que é atribuída ao jornalista uma tarefa mais complexa, com um maior número de funções, também é necessário que lhe seja dado um prazo mais alargado para produzir a notícia. É essencial que o repórter tenha tempo suficiente para realizar uma investigação profunda, na qual factos e fontes fiquem devidamente confirmados. O prazo estabelecido tem ainda de permitir a

construção de um discurso jornalístico adequado às características de cada meio, mantendo a qualidade e a pluralidade de conteúdos.

c) Distribuição Multiplataforma

Trata-se da forma de convergência mais comum. A difusão multiplataformas tem como principal objetivo abranger um maior número de pessoas, permitindo o acesso às notícias “a qualquer hora e em qualquer lugar” (Domingo *et al*, 2007: 10). Os mesmos conteúdos são transmitidos através de todos os *media*, fazendo chegar uma mesma informação a todo o espectro de audiência e rentabilizando assim o trabalho do jornalista. A difusão multiplataformas apenas se tornou possível com o desenvolvimento das tecnologias. A era digital deu origem a um discurso multimídia que engloba todos os formatos de conteúdo informativo e facilita a sua difusão.

A esta convergência encontra-se associado o conceito de *COPE: Creat Once Publish Everywhere*. Trata-se de um método de produção e distribuição desenvolvido por Daniel Jacobson (2009), adaptado à era digital em que nos encontramos. O COPE permite a distribuição de conteúdo por diversos pontos de interação sem que esse material tenha de ser redefinido. Tal como o próprio nome indica, a partir do momento em que um conteúdo é criado, este pode ser distribuído de diversos modos sem sofrer qualquer alteração. Isto apenas é possível porque no COPE o processo de criação é independente do processo de distribuição. Deste modo, todo o conteúdo produzido pode ser difundido através de diversas plataformas, alcançando assim um maior número de pessoas.

Aparentemente a distribuição multiplataformas só trouxe vantagens: para as empresas de telecomunicação que têm a oportunidade de desenvolver e comercializar novo *software*, para os órgãos de comunicação social que conseguem ganhar visibilidade ao chegar a um maior número de pessoas e para o próprio público que tem facilmente acesso a uma maior variedade de conteúdos.

A difusão multiplataformas consiste, na maioria dos casos, na difusão dos conteúdos através da internet. O processo de digitalização da informação pode ser conduzido com ou sem a intervenção do jornalista. Isto é, a empresa pode investir num *software* que adapta automaticamente os conteúdos para a distribuição multiplataforma. No entanto, se essa função foi levada a cabo por um jornalista, consegue-se atingir um melhor resultado. Caso se trate de uma redação integrada, essa tarefa deixa de ser necessária dado que cada peça jornalística é produzida de raiz de modo a poder ser difundida em vários *media*.

De uma maneira ou de outra, a difusão multiplataformas implica sempre alterações na redação e no modo de trabalhar dos jornalistas. Tameling e Broersma (2013: 20) dão como exemplo a imprensa porém, o mesmo acontece, com mais ou menos impacto, nos restantes meios de comunicação:

suddenly had to serve a new medium with a different rhythm and news cycle, a distinct writing style and format, and a deviating set of forms. They had to anticipate different expectations of audiences than they were used to.

d) Audiência Ativa

Chegamos por fim ao verdadeiro impulsionador da convergência mediática que está diretamente relacionada com a questão financeira: a audiência. Foi sobretudo devido às alterações dos hábitos dos consumidores, alterações essas provocadas pelas inovações tecnológicas, que a convergência mediática se iniciou. Esta é vista como o futuro do jornalismo e, aos olhos de alguns teóricos, constitui o seu único meio de sobrevivência (Quinn e Quinn-Allan, 2005). Não nos esqueçamos que o jornalismo apenas sobrevive se for ao encontro dos interesses do público. Se não houver audiência não há publicidade, logo o financiamento diminui e dificulta a produção de um jornalismo de qualidade. Neste sentido, podemos concluir que a convergência surge sempre associada a motivos económicos, tal como defende Henry Jenkins (2006: 310), “a convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores”.

Ao longo dos anos, assistiu-se a uma mudança de hábitos e de horários na sociedade. Os ritmos de vida aceleraram, as pessoas estão constantemente apressadas, praticamente sem tempo livre. Ler um jornal ou ficar uma hora a assistir a um jornal televisivo tornou-se impossível para muitos. O que não significa que a população utilize menos os *media*, acontece precisamente o contrário, mas de uma forma completamente diferente ao que era usual. O que se observa hoje em dia é uma “tentativa de articulação, em simultâneo, de diversas atividades tais como ver televisão, navegar pela Internet, ou ouvir música”. As últimas sondagens demonstram que a utilização das novas tecnologias tem aumentado ao longo do tempo.¹⁰ Para além do computador, são vários os dispositivos que permitem o acesso à *web*, como telemóveis, *ipad*, *smartphones*, *tablets*, etc. A maioria dos espaços públicos tem rede *wireless*, de modo que a Internet é um meio disponível em quase qualquer lugar, de fácil e rápido acesso. Naturalmente foi conquistando esta nova geração que vive apressada e em constante contra-relógio. O ritmo de vida dos dias de hoje fez com que a internet se tornasse no meio de eleição dos consumidores.

Os órgãos de comunicação social começaram a sentir as consequências desta alteração de costumes. Constataram que já não conseguiam chegar a toda a audiência e concluíram que seria necessário renovar a forma como difundiam as notícias. Viram-se assim obrigados a entrar na era da digitalização e a colocar os seus conteúdos na plataforma mais em voga: a Internet.

Em simultâneo assistiu-se à fragmentação do público. Verificou-se que a audiência adquiriu interesses demasiado específicos e individuais. O psicólogo Raymond Bauer (1964) foi quem primeiro se referiu à “audiência obstinada”, onde defendia que não existia um efeito direto do comunicador sobre o recetor. Este princípio foi desenvolvido por outros teóricos

¹⁰ Dados segundo estudo “A sociedade em rede em Portugal 2008” da OberCom — Observatório da Comunicação

como Gunter (1988 *apud* Filho, 1995: 112) que defende que a audiência ativa é composta por indivíduos “cognitiva e afetivamente envolvidos pelo conteúdo consumido e capazes de limitar intencionalmente os efeitos da *mídia* sobre eles”.

O próprio discurso multimédia ajuda a combater o problema da fragmentação da audiência visto que tem um “formato não linear e não redundante que intensifica as possibilidades de escolha do leitor” (Gradim, 2003: 7). Neste sentido, observa-se uma espécie de troca de papéis: deixa de ser o jornalista a decidir sobre o conteúdo e a sua forma de divulgação, passando a ser a audiência a escolher os artigos do seu interesse, bem como o meio e o momento em que os prefere consumir. Estamos agora perante uma audiência ativa, pelo que a produção deixa de ser “focada na oferta” para passar a ser “focada no pedido” (OPTI, 2003 *apud* Domingo *et al.*, 2007: 10).

Para além de ativa é também participativa, graças à interatividade que a digitalização trouxe consigo. Para designar esta transformação Tim O'Reilly (2005) criou o termo *Web 2.0*.

Web 2.0 is the network as platform, spanning all connected devices; Web 2.0 applications are those that make the most of the intrinsic advantages of that platform: delivering software as a continually-updated service that gets better the more people use it, consuming and remixing data from multiple sources, including individual users, while providing their own data and services in a form that allows remixing by others, creating network effects through an “architecture of participation,” and going beyond the page metaphor of Web 1.0 to deliver rich user experiences.

Atualmente, o público não é um mero recetor de informação. As ferramentas disponibilizadas pela web permitem que os seus utilizadores possam interagir com os conteúdos de diversas formas. Deixa de ser uma relação linear, na qual havia apenas a transmissão de informação por parte do emissor. Hoje é dada a possibilidade de feedback ao recetor. O conceito de interatividade no dicionário é bem claro na mudança de direção da informação:

n.f. 1. Comunicação recíproca; 2. Possibilidade de interação entre indivíduos ou elementos de um sistema; 3. INFORMÁTICA grau de intervenção do utilizador no sistema informático através da introdução de dados e comandos.¹¹

A audiência explorou a fundo a interatividade e tornou-se ela própria produtora de conteúdo. Uma situação que não estava de todo prevista. A Internet não foi concebida para uma tão elevada participação do público, desde logo pelo facto de as velocidades de *download* serem sempre superiores às velocidades de *upload*. Hoje em dia há *blogs*, redes sociais,

¹¹ interatividade In Infopédia [Em linha]. Porto: Porto Editora, 2003-2013. [Consult. 2013-05-30]. Disponível na www: <URL: [http://www.infopedia.pt/\\$interactividade](http://www.infopedia.pt/$interactividade)>

salas de chat, espaços de partilha e de comunicação. As pessoas publicam os seus diários *online*, tornam públicos poemas, fotografias, vídeos. Criam *sites* e comunidades onde se organizam manifestações, greves, iniciativas. Tudo através da internet. Recordemos o protesto iniciado pela “Geração à Rasca”, em 2011. O grupo surgiu motivado pela música dos Deolinda “Parva que sou”, que aborda a atual situação de desemprego e de precariedade no trabalho que afeta principalmente jovens e recém-licenciados. No entanto, o movimento toma uma maior abrangência social e engloba indivíduos de todas as faixas etárias. A “Geração à Rasca” descreve-se como um “um movimento informal, não hierárquico, apartidário, laico e pacífico que defende o reforço da Democracia em todas as áreas da nossa vida”¹². Esta iniciativa começou apenas com um blog e com a criação de um evento no *Facebook*, mas mobilizou milhares de pessoas. Quase 70 mil confirmaram, através das redes sociais, a sua presença na manifestação marcada para o dia 12 de março, mas estima-se que tenham participado cerca de 300 mil pessoas em todo o país. Este exemplo demonstra bem o poder que a internet e as redes sociais conseguem exercer sobre os cidadãos. Deixamos de estar num modelo de comunicação do tipo “Um-Todos” passando para uma estrutura de interação de “Todos-Todos” (Thompson *et. al apud* Tárzia, 2007: 26). A internet é um elo de ligação que sustenta uma sociedade, facilitando a comunicação entre os cidadãos e promovendo a inclusão de indivíduos e comunidades.

Tendo em conta as novas funcionalidades oferecidas pelo meio digital, observa-se um aumento exponencial na oferta de conteúdos. Neste novo modelo de comunicação, os utilizadores conseguem tomar o lugar de produtores. Deste modo, ocorre uma convergência entre produtores e consumidores, um fenómeno a que Bruns (2005 *apud* Quandt e Singer, 2009: 132) chama de “prodsusage”.¹² No entanto, um termo semelhante já tinha nascido em 1980: “promuser”. Este neologismo da autoria de Alvin Toffler têm dois significados diferentes, porém complementares. Por um lado, significa a junção de produtor e consumidos. Por outro lado, toma o conceito da fusão entre profissional e consumidor. E de facto é este fenómeno que se verifica com a vasta rede de *blogs* que tem surgido nos últimos anos. Emerge uma nova forma de participação na sociedade, na qual as opiniões e comentários são mais facilmente divulgados e tornados públicos. O que pode ser um simples e inofensivo diário *online*, pode facilmente tornar-se num meio de difusão de informação. Grupos de ativistas tomaram as novas tecnologias como meio de denunciar determinadas situações que não são divulgadas pelos meios de comunicação. Os *Anonymous* são o grupo que mais impacto tem tido. São uma comunidade *online* anónima e descentralizada que divulga informação secreta com implicações a nível mundial. O grupo atua a favor dos direitos do povo e é associado ao *hacktivismo*. Por trás das máscaras de Guy Fawkes¹³ estão na grande maioria jovens que investigam os governantes e que posteriormente utilizam as redes sociais e a internet para divulgar as suas ideias e as informações recolhidas.

¹² Informação disponível em <https://www.facebook.com/movimento12m/info>

¹³ Guy Fawkes foi um soldado inglês católico que participou na “Conspiração da Pólvora”, na qual se pretendia assassinar o rei Jaime I de Inglaterra fazendo explodir o Parlamento do Reino Unido. Guy Fawkes foi o soldado que ficou responsável por guardar e detonar os barris de pólvora. A conspiração acabou por ser descoberta e Guy Fawkes, bem como outros

Concluimos, pois, que a convergência implica inúmeras mudanças nos meios de comunicação social. A forma como é aplicada pode trazer vantagens e desvantagens que afetam os seus intervenientes: a empresa, o jornalismo e a audiência. Não existe um modelo de convergência concreto que se possa aplicar sem qualquer tipo de adaptação. Como constatámos, é necessário ter em conta as características da empresa, da sociedade e da cultura do país. No entanto, existem modelos que se aproximam da perfeição, dos quais podemos retirar algumas conclusões, como é o caso do *Tampa News Center*.

4.2 Caso *The Tampa Tribune*

O *Tampa News Center* constitui um exemplo de convergência que impressionou especialistas e investigadores dos *media*. O processo integrou três órgãos de comunicação sediados em Florida, nos Estados Unidos da América: o jornal *The Tampa Tribune*, o canal televisivo *WFLA-TV* e o *website TBO.com*. Os três meios já pertenciam ao mesmo grupo económico, o Media General, mas permaneceram durante anos quase sem interagir. Até que, em 2000, começaram a trabalhar fisicamente juntos. Ocorreu a integração das redações e, para o efeito, foi até construído um novo edifício para juntar os jornalistas num mesmo espaço. Apesar da fusão, a organização do órgão manteve os diretores de informação, cada um a comandar a sua equipa editorial, com igual distribuição de poder, não existindo qualquer figura acima dos editores-chefes.

A estrutura que a empresa adoptou tem por base a comunicação (Carr, 2002). Ao longo do dia são realizadas inúmeras reuniões em cada editoria, bem como entre editorias. É durante estes encontros que os diretores colocam em prática o processo de convergência. Aqui é partilhado o material noticioso e também os planos de trabalho, de modo a verificar se existe algum acontecimento de interesse comum. Por outras palavras, procura-se uma oportunidade de colaboração em alguma reportagem. Nem todos os eventos são aplicáveis ou do interesse de todas as plataformas. A colaboração não é obrigatória, mas sim preferencial. A troca de informações e de sugestões é já uma interajuda que promove o processo de convergência.

Este método de constante interação desenvolve as relações entre colegas e promove o bom ambiente no local de trabalho. A empresa investiu também num *software* chamado *Budget Bank* que facilita a comunicação entre colegas (Quinn e Quinn-Allan, 2005). A própria intranet é um sistema de grande utilidade num órgão mediático integrado visto que é essencial fazer circular a informação na redação.

Quando surge um acontecimento de interesse comum passa-se à fase de colaboração. Começa desde logo com a gestão de materiais e de recursos humanos. São seleccionados os repórteres necessários para cobrir o evento, tendo em conta o material que se pretende recolher. Por exemplo, nos casos de colaboração entre televisão e jornal e dependendo do tipo de acontecimento, o câmara pode fazer o trabalho do fotógrafo e recolher imagens para ambas as plataformas. Pode também não ser necessário enviar um jornalista de cada editoria, sendo destacado apenas um repórter que consiga satisfazer os

objetivos que cada meio pretende. Estas situações constituem oportunidades para reduzir de gastos, ao mesmo tempo que rentabilizam o trabalho do jornalista.

A televisão costuma sair beneficiada com este tipo de colaborações porque, ao usufruir do trabalho do jornalista de imprensa, consegue oferecer uma peça noticiosa mais profunda e detalhada. A empresa também pode optar por transmitir uma notícia de forma estratégica. Tomemos como exemplo um caso que decorreu no *Tampa News Center*. Um repórter da *WFLA - TV* decidiu investigar as condições de uma ponte rodoviária. Esta era dada como segura, mas o jornalista constatou que existiam indícios de corrosão que colocavam em causa a estabilidade da ponte. A informação foi partilhada com as restantes editorias e o jornal mostrou-se igualmente interessado no tema. Foi então solicitado ao jornalista de televisão que redigisse um trabalho para o *The Tampa Tribune*. Apesar de a ideia da reportagem ter surgido por parte da *WFLA - TV*, a peça foi primeiramente lançada no formato impresso, numa estratégia de cativar audiências e tornar aquela reportagem em notícia do dia. Assim que foi publicada, a notícia teve o impacto esperado nos restantes órgãos de comunicação. Todos os *media* iniciaram as suas próprias investigações. No entanto, com a pressão da instantaneidade, as primeiras informações transmitidas pela concorrência mediática tinham obrigatoriamente de atribuir os créditos ao *The Tampa Tribune*. Ao final do dia, já todos os canais de televisão tinham uma reportagem de produção própria, pronta a passar no bloco informativo da noite. No entanto, a *WFLA - TV* estava em vantagem pois tinha já preparada uma reportagem mais completa e detalhada. A manobra provocou um aumento de 25 por cento no nível de audiências daquele dia. A empresa conseguiu publicar a informação nos três formatos, com as suas devidas diferenças e adaptações, conseguindo assim chegar a um público mais vasto. De acrescentar que a tática adoptada trouxe igualmente visibilidade e prestígio à empresa.

No *Tampa News Center*, as colaborações ocorrem entre as três plataformas e tomam diversas formas. Os jornalistas de imprensa aparecem na *WFLA - TV*, muitos deles de forma periódica tomando a figura de comentadores, e reproduzem os seus textos também para o formato *web*. O mesmo acontece com os repórteres televisivos que enviam conteúdos audiovisuais para serem publicados na Internet e são simultaneamente colonistas no *The Tampa Tribune*. Os repórteres da *TBO.com* servem quase como elo de ligação entre os três meios dado que tem como função publicar e ampliar a informação recolhida pelo jornal e pela televisão no espaço digital.

O *Tampa News Center* está consciente de que, como órgão de comunicação integrado, tem como exercer um maior controle no universo mediático. Neste sentido, crescem também as suas responsabilidades como *medium* de referência e de qualidade. O público é a peça central para qualquer órgão de comunicação e por isso o *Tampa News Center* sempre se preocupou em conhecer a opinião da audiência, dando-lhe a oportunidade de comentar o jornalismo produzido. A empresa recebe as opiniões dos cidadãos por carta, *e-mail* ou mesmo por telefone. Estas são depois selecionadas e transmitidas pelas três plataformas, de modo a dar azo ao debate público. A audiência pode assim avaliar o desempenho do órgão de comunicação. Deste modo, os jornalistas sentem que o seu trabalho está permanentemente a ser vigiado e avaliado, o que motiva e contribui para que os parâmetros de qualidade e os princípios do jornalismo sejam cumpridos. Com esta prática, o

Tampa News Center consegue evitar a diminuição da pluralidade do discurso jornalístico e a cobertura superficial de notícias que, como referimos, são possíveis consequências da convergência. Além disso, a empresa leva mais longe a sua função de incentivar à cidadania, organizando tertúlias em lugares públicos (Carr, 2002).

Estudos concluem que no modelo de convergência aplicado pelo *Tampa News Center* não está em risco o papel que o jornalismo deve ter na sociedade. Segundo Quandt e Singer (2009), a qualidade do jornalismo praticado pelo jornal *The Tampa Tribune* não sofreu qualquer alteração. Em 2003, o *medium* foi alvo de um estudo que tinha por objetivo analisar as implicações que a convergência tinha provocado. Após três anos de investigação, concluiu-se que a qualidade do jornalismo não foi prejudicada com a integração de redações. Porém, verificou-se que o modelo de convergência aplicado não incluía um elevado grau de colaboração: “most of the convergence efforts involved sharing tips and information, as well as cross-promoting the television and online partner” (Quandt e Singer, 2009: 136). O estudo conseguiu ainda atenuar as preocupações que muitos têm sobre o futuro do jornalismo concluindo que os repórteres polivalentes não têm necessariamente de ser “jacks of all trades but masters of none”, ou seja, o *backpack journalism* não significa a produção de um jornalismo menos qualificado e com um menor grau de excelência. Acima de tudo é necessária uma formação contínua para que os jornalistas especializados se adaptem ao meio multimédia e aprendam a dominar as suas técnicas e os seus métodos. Antes de se tornarem repórteres polivalentes precisam de treino e de acumular experiência, um investimento que tem de partir da empresa. “It’s call growing a culture” (Stevens, 2002).

4.3 Considerações sobre o *Tampa News Center*

O caso *Tampa News Center* é a prova de que o processo de convergência não é necessariamente prejudicial ao jornalismo nem afeta negativamente os seus profissionais ou os seus consumidores. Depende, no entanto, das medidas tomadas e da forma como estas são aplicadas. Tomando como exemplo o *Tampa News Center* e as conclusões teóricas apresentadas neste relatório podemos identificar alguns factores cruciais para o sucesso do processo de convergência: investimento, comunicação, planeamento/organização e feedback do público.

Em primeiro lugar, tudo depende da causa que motivou a empresa. Por um lado, pode ter como finalidade produzir um jornalismo mais diversificado e com mais qualidade. Por outro lado, a empresa pode ter apenas como objetivo a redução de custos ao mesmo tempo que aumenta a produtividade da redação. Na verdade, o conceito de convergência aparenta ser a solução para cortar nos gastos, contudo as empresas que se focarem unicamente nessa finalidade terão menos probabilidades de sucesso. Os estudos realizados concluem que “convergence can be used as a strategy for cost reduction, and as such it can be a threat to quality journalism” (Tameling e Broersma, 2013: 20).

Qualquer mudança numa redação obriga a algum tipo de investimento. No caso da convergência, a renovação dos materiais e dos equipamentos é essencial. A passagem para a digitalização implica investir nas novas tecnologias. O mesmo

acontece com o *backpack journalism* o qual exige equipamentos recentes, leves, fáceis de transportar e simples de utilizar. No entanto, não basta comprar novos e sofisticados dispositivos, os jornalistas têm de estar igualmente preparados para lidar com as novas tecnologias. Apesar de a convergência mediática se ter iniciado devido às evoluções tecnológicas, o futuro do jornalismo está sempre nas mãos dos profissionais. Lorena Tárzia defende que “a integração multimidiática pode ser uma estratégia para a eliminação de tantos conflitos, contudo as tecnologias nunca resolverão todos os problemas” (2007: 25).

Por isso, a empresa deve também investir no seu corpo de trabalhadores. Tomando as palavras de Al Tompkins (2002)

Convergence is not a way to save money. The best converged operations have hired skilled multimedia editors to shepherd information from one medium platform to other media platforms.

De facto, a contratação de jornalistas polyvalentes é uma das soluções, mas é essencial não esquecer os repórteres “da casa”. Substituir todos os jornalistas significaria a perda da essência jornalística que caracteriza cada meio. Os profissionais com mais anos de carreira constituem os elos de ligação entre o passado e o futuro. São estes que têm como missão a passagem de testemunho, de modo a perpetuar a história e o conceito que define cada meio de comunicação. De acrescentar que uma redação diversificada traz muito mais vantagens do que uma redação homogénea. Reúnem-se numa mesma sala indivíduos de todas as gerações, com diferentes níveis e áreas de conhecimento e com um variado tipo de experiências. Forma-se assim um espaço mais susceptível ao enriquecimento pessoal e profissional dos repórteres. Se o próprio conceito de convergência significa a junção do jornalismo tradicional com o melhor dos novos *media* é importante ter uma redação o mais diversificada possível a nível de idades, de experiências e de conhecimentos.

A partir do caso prático analisado, podemos concluir que a solução mais indicada é contratar jornalistas especializados no multimédia e simultaneamente providenciar uma formação adequada aos restantes repórteres. Mesmo que alguns profissionais permaneçam com as mesmas tarefas é importante que todos estejam preparados para o processo de convergência, tanto a nível prático como a nível mental. Os jornalistas são, na opinião de Fioretti e Russ-Mohl, conservativos por natureza, “they want to change the world but not their own traditions and routines” (2009 *apud* Tameling e Broersma, 2013: 27). A convergência só ocorre quando os trabalhadores aceitam verdadeiramente essa mudança. Como vimos, existem ainda alguns preconceitos entre jornalistas de diferentes *media* que podem prejudicar as colaborações entre estes. É por isso importante fomentar a interação entre colegas e melhorar as suas relações. A comunicação é a chave que abre as portas a um bom ambiente na redação e que permite que os trabalhos em equipa resultem em reportagens de excelência. Quanto maior for a troca de conhecimentos e de experiências, maiores são os benefícios para os jornalistas e consequentemente para o público. No *Tampa News Center* as reuniões são frequentes e a troca de informações é contínua ao longo do dia.

Kerry Northrup (2000, *apud* Quinn e Quinn-Allan, 2005) identificaram a figura do editor-chefe como uma das mais importantes peças para o sucesso da convergência. A sua função consiste em planear e distribuir o trabalho de forma a

rentabilizar a produção da redação, tendo em vista a poupança financeira. No *Tampa News Center* não existe um, mas três editores-chefes, cada um responsável por uma plataforma: televisão, jornal e web. Cada um dos meios é dirigido individualmente, mas os chefes de redação estão constantemente em comunicação para o caso de surgir uma notícia de interesse comum. Apesar de a estrutura ser diferente da que é dada como ideal (um único editor-chefe para a redação integrada) a empresa consegue igualmente planejar e organizar o trabalho da redação, de modo rentabilizar o trabalho dos jornalistas. De facto, no modelo que o *Tampa News Center* segue não existe um elevado grau de convergência. As colaborações apenas existem quando os editores as consideram verdadeiramente exequíveis, não colocando em causa os valores do jornalismo. O *backpack journalism* toma lugar somente nos casos em que é viável e vantajoso. Questões que preocupam alguns investigadores dos *media* como a perda da diversidade e pluralidade no discurso, a superficialidade dos conteúdos e o incumprimento do código deontológico, não se observam no caso do *Tampa News Center*. A preocupação que este grupo mediático revela com a qualidade das suas reportagens reflete-se na consideração que têm pela audiência. A empresa procura a opinião do seu público e abre espaço ao debate, levando ao extremo o seu papel como promotor da prática cidadã.

Em conclusão, a convergência nos meios de comunicação social é hoje uma medida inevitável. As alterações nos hábitos de consumo da audiência assim o ditam. A economia do jornalismo funciona num modelo circular: o meio de informação necessita de produzir conteúdos de qualidade que agradem o público, de modo a assegurar os lucros da publicidade, principais meios de financiamento que permitem o nível das reportagens produzidas. O segredo para manter o bom funcionamento deste modelo económico circular está em controlar devidamente estes três campos. De acordo com Quinn e Quinn-Allan (2005:12), “resolves itself in a balance where good journalism attracts enough advertising to sustain both the journalism and the need to make a profit”.

Quanto ao conceito de convergência, que seria o propósito principal desta parte do relatório, continua por definir. Ainda não se chegou a um consenso e o mais provável é que este nunca se concretize. Em 2002, no *World Newspaper Congress*, o tema central foi precisamente a convergência mediática. Debateu-se o conceito, procurou-se delinear características e objetivos, numa tentativa de simplificar e uniformizar o processo. Contudo, apenas se chegou à conclusão de que “a convergência tem tantas definições como o número de pessoas que a tentam definir ou a praticam” (Quinn e Quinn-Allan, 2005: 5). Como certo, temos as palavras proferidas pelo presidente da *New York Times Company*, Arthur O. Sulzberger Jr., em 2004. A convergência é, segundo Sulzberger, “a hell of challenge”. O *Tampa News Center*, como muitos outros meios de comunicação, experienciaram esse desafio. Foquemo-nos agora no caso do serviço público português: a convergência na Rádio e Televisão de Portugal.

5. A Convergência na Rádio e Televisão de Portugal

Foqemo-nos agora no caso português da Rádio e Televisão de Portugal. A reestruturação que deu início ao processo de convergência começou em 2004, ano que se deu a fusão da Radiotelevisão Portuguesa (RTP) com a Radiodifusão Portuguesa (RDP), dando origem a um único serviço público de informação. A partir daqui a sigla RTP passou a designar Rádio e Televisão de Portugal. Esta integração quase passou despercebida aos olhos do público visto que, na prática, a fusão física das redações de rádio e televisão não ocorreu em todas as delegações. Atualmente pretende-se avançar com a mudança nos restantes centros da RTP. Nesta parte do relatório pretende-se relatar de que modo decorreu o processo de convergência em Coimbra, com base nos testemunhos dos próprios jornalistas da redação. Posteriormente, serão analisados os processos a decorrer nas redações que ainda não foram integradas. Como veremos, trata-se de uma convergência diferente das restantes já aqui analisadas, pois o processo não inclui a aposta nas novas ferramentas digitais.

5.1 O Caso do Centro Regional do Centro, em Coimbra

Tomando o conceito de Tameling e Broersma (2013) tratou-se de uma convergência vertical: os jornalistas dos dois meios passaram a partilhar o mesmo espaço de modo a tornar possível a transmissão de conteúdo em várias plataformas, formando assim um órgão de comunicação mais forte.

A redação de televisão estava localizada na Avenida Dias da Silva e era constituída por três jornalistas e três repórteres de imagem. Em 2004 deslocaram-se para a Rua Dr. Alberto Reis, antiga sede da Emissora Nacional, que acolhia a delegação regional da RDP, constituída nessa altura por oito jornalistas. A fusão das redações foi, segundo eles, um processo tranquilo. Aqui não havia resistência à mudança, nem havia preconceitos entre colegas de profissão. Antes da fusão, os jornalistas já conviviam e tinham desenvolvido uma relação de entendimento e de uma certa intimidade:

Nós já nos conhecíamos, havia uma dita camaradagem — aquilo que não acontece nas grandes cidades de Lisboa ou do Porto (...) as pessoas continuaram a trabalhar e a partilhar o mesmo espaço, cada uma a trocar experiências, sem haver a tal promiscuidade de estarmos a invadir o espaço de cada um em termos de atividade profissional. Entrevistado 2

As expectativas eram altas. Os repórteres estavam confiantes de que a mudança iria trazer uma lufada de ar fresco ao jornalismo em Portugal. Havia ali uma oportunidade para o enriquecimento pessoal: inovar os métodos e as técnicas, experimentar novas áreas e alargar horizontes no que toca à prática do jornalismo. Houve repórteres que aceitaram o desafio de braços abertos, principalmente os de rádio que se lançaram no mundo da televisão. No entanto, nem toda a redação teve acesso a uma formação prévia. Apenas duas jornalistas foram devidamente preparadas para trabalhar em rádio e em

televisão. Dominavam efetivamente as técnicas, os procedimentos e softwares associados a cada plataforma. Naturalmente que os restantes jornalistas, ao serem convidados a colaborar com o outro meio, se sentiam desconfortáveis e inseguros. O entrevistado 4, jornalista especializado em rádio, teve a sua primeira experiência em televisão quando acompanhou o estágio do Sporting Clube de Portugal ao Sul de Espanha:

Fui um bocado lançado às feras. Disseram-me “vais, aproveitas e fazes também para televisão”. Não tinha experiência em televisão e a formação que tenho é aquela que nos dão a nível de ensino superior, mas que é uma coisa bastante limitada.

As experiências variam bastante. O entrevistado 5, repórter televisivo, já foi também chamado a colaborar para a Antena 1, mas de forma ligeira.

Das reportagens que ia fazer, os sons e eventualmente a peça podiam ser aproveitados para a rádio. Aconteceu-me diversas vezes que no terreno fui contactado pela redação central da Antena 1 para fazer diretos por telefone.

Inicialmente, os jornalistas sem formação apenas iam colaborar com o outro meio em casos excecionais. Por exemplo, aquele que chegasse primeiro ao local fazia diretos tanto para a RTP como para a Antena 1, independentemente da sua especialização. Nestas intervenções a metodologia é semelhante, pelo que os repórteres não se opunham a essa tarefa. Contudo, as exigências foram crescendo e tornaram-se mais frequentes. Esta prática deixou de ser aplicada apenas em casos singulares e começaram a exigir mais do que um direto do local. O entrevistado 3, especializado em jornalismo televisivo, conta a sua experiência. Primeiro pediam-lhe apenas diretos, entretanto começaram a solicitar a recolha de material. Foram sempre exigindo mais tarefas até que chegou a altura em que teve de fazer uma peça radiofónica.

Não tive grandes dificuldades. A grande dificuldade que eu sinto é não saber dominar o material. Dominando o material estás certo de que não estás a trabalhar na corda bamba. Eu não quero parecer inseguro. A pior coisa que pode haver para quem te ouve e quem te vê é que há ali uma insegurança e a coisa não está a soar a veracidade.

Os repórteres não estão contra trabalhar para ambos os meios, desde que haja condições para o fazer. Em primeiro lugar, é necessária formação e treino. Desde 2004 que os repórteres a solicitam, mas até agora não a tiveram. Não percebem bem a razão visto que a Rádio e Televisão de Portugal tem um centro de formação em Lisboa, criado precisamente para enriquecer os conhecimentos dos trabalhadores da empresa. Os repórteres de Coimbra consideram que a formação é essencial para uniformizar métodos e técnicas, visto que cada meio de comunicação social tem o seu próprio estilo. Apesar da

interajuda e da troca de conhecimentos que se verifica entre os colegas de redação, tal não é suficiente para que o jornalista se sinta confortável a trabalhar para o outro meio.

Há que ter uma formação, não digo intensiva, mas uma base até para definir um próprio estilo, uma forma de trabalhar homogénea dentro do grupo RTP. Entrevistado 5

Eu já não peço formação em Lisboa. Eu já só peço que se desloquem a Coimbra porque se justifica. Não é ser o meu colega da rádio, por muita experiência que tenha, a dar-me formação. Cada pessoa explica de maneira diferente, é normal. Por isso mesmo é preciso ter uma formação na empresa onde nos ensinem o modelo padrão. Entrevistado 3

Além da formação, é necessário ter em conta que nem todas as situações permitem que seja um único jornalista a elaborar a notícia para rádio e para televisão em simultâneo. E ninguém melhor para avaliar a situação senão aqueles que trabalham no terreno.

Num contexto em que está a ser implementada uma junção eu acho que se estão a esquecer de perguntar às pessoas como é que isso se pode fazer. Há casos em que é muito complicado fazer tudo ao mesmo tempo. A verdade é que nem sempre é fácil, nem sempre é possível. Entrevistado 6

Um dos principais entraves é a diferença de horários e de metodologias associadas a cada *medium*.

Os tempos da televisão e da rádio são diferentes, logo aí pode haver um comprometimento da qualidade do trabalho. Na maioria das vezes, a TV requer chegar ao local, recolher a informação e vir imediatamente embora para editar. A rádio pode estar a fazer o lançamento de sons e diretos do local, não precisa de vir embora. Entrevistado 5

Em rádio temos 24 momentos. Em televisão temos dois grandes momentos noticiosos — eu subordino o quê a quem? Entrevistado 1

No entanto, são questões que, segundo o entrevistado 2, podem ser contornadas através de uma boa gestão de tempo, conciliando as metodologias de ambos os meios. O entrevistado 2 está formado para trabalhar tanto em rádio como em televisão. Por esta mesma razão, e numa perspetiva de redução de gastos, é quem costuma ser destacado para cobrir eventos no estrangeiro. O jornalista vai sempre acompanhado pelo repórter de imagem, com quem divide tarefas. A partir do local, a equipa realiza vários diretos e reportagens para a televisão e para a rádio. A uma dada hora, os jornalistas vêm-se obrigados a abandonar o local de reportagem para editarem e enviarem as peças. Enquanto o repórter de imagem edita a notícia para televisão, o jornalista elabora a reportagem para rádio. Trabalhar para ambos os meios em simultâneo pode, por

vezes, ser conflituoso, mas a equipa arranja sempre solução através da comunicação - uma das chaves para o sucesso da convergência. A situação de conflito mais comum ocorre quando a Antena I e a RTP solicitam diretos à mesma hora.

O que se pode fazer: ou negociar para entrar só às 6h05 em televisão, visto que os noticiários são de uma hora, e aí teria até às 6h05 para entrar na rádio. Ou então, quando a notícia é mesmo importante e tem de ser a abertura, cinco minutos antes gravo para um dos meios. Por que não, não vejo problema nenhum. Não é em cinco minutos que a realidade se vai alterar.

De um modo geral, a redação de Coimbra encontra-se a favor deste jornalismo polivalente. No entanto, e visto que a maioria dos jornalistas não se encontra preparada, este deve somente ter lugar em situações excecionais.

Como acontece em qualquer caso pioneiro, há uma série de aspetos impossíveis de antever. E o processo de integração das redações de Coimbra não é excepção. Cerca de um ano depois, Coimbra ficou sem chefe de redação. Álvaro Coimbra era o coordenador da delegação da Antena I e após a mudança acumulou funções. Desde essa altura que a delegação não tem um coordenador presente fisicamente, o que significa que os repórteres são dirigidos pelos diretores de informação das grandes cidades. Esta distância física dificulta a comunicação entre a chefia e os repórteres. O diálogo é sempre mediado por telefone ou por *e-mail*. A comunicação preferível, cara a cara, nunca é possível dado o número de quilómetros que separa a redação de Coimbra com as chefias do Porto e de Lisboa. Este afastamento físico afeta também a relação dos jornalistas com os seus chefes. Não há qualquer entendimento extra para além do meramente profissional, o que impede o desenvolvimento de uma relação que, a seu tempo, contribuiria para um ambiente mais relaxado entre o subordinado e chefe. De acrescentar que a distância impede que os chefes tenham pleno conhecimento das condições de trabalho da redação nem da disponibilidade dos jornalistas. As reportagens tanto são pedidas pela direção do Porto como pela de Lisboa e nem sempre passam pelo diretor do centro de Coimbra. O cargo de chefe de redação permitiria filtrar e planear os trabalhos, distribuindo-os da forma mais rentável possível. Por outras palavras, o coordenador de uma delegação regional constitui o elo de ligação entre os jornalistas e os seus superiores, pois desempenha o papel de intermediário. Sem chefe de redação, a comunicação é, na maioria das vezes, unilateral. A informação flui melhor no sentido editor-jornalista do que no sentido oposto. Por vezes o repórter é pró-ativo e sugere assuntos de reportagem, mas sem chefe de redação é mais difícil fazer chegar a sua ideia aos chefes de edição.

Durante os três meses em que estagiei na delegação da RTP em Coimbra verifiquei que por vezes não havia repórteres suficientes para o número de trabalhos solicitados. A presença de um coordenador poderia atenuar a situação, mas segundo as entrevistas realizadas essa não seria a solução. O cerne do problema reside na redução do corpo de trabalhadores que Coimbra tem sofrido ao longo do tempo. Vários jornalistas foram transferidos para outras delegações e não foram repostos, tal como aconteceu com o cargo de chefe de redação, que se encontra até hoje desocupado. O motivo apresentado é o mesmo: cortes orçamentais que impedem a contratação de mais pessoas.

A rádio foi o meio que mais sofreu com a integração das redações. Em 2004 havia oito jornalistas de rádio, atualmente existem apenas três, em que um deles colabora frequentemente com a televisão. Nas entrevistas que realizei, os jornalistas demonstraram a sua preocupação com o futuro da rádio que, segundo eles, não está a ter a atenção que devia por parte dos órgãos administrativos.

Eu acho um disparate grande reduzirmos as equipas de rádio pois são os meios mais eficazes e mais baratos que há no jornalismo. estou preocupado com a rádio pública em Portugal, acho que está muito vulnerável.
Entrevistado 6

Hoje em dia o que tem mais impacto? É a televisão – raciocínio simplista de quem decide – então a rádio tem de se subordinar. Entrevistado 1

A administração tem que olhar mais para a rádio. Os últimos estudos dão uma subida a nível de audiências na Antena 1. Isso quer dizer alguma coisa, isso quer dizer que as pessoas sabem que há aqui rigor, há boa informação e bons conteúdos. Entrevistado 4

Na televisão também se perdeu um repórter de imagem, sendo que neste momento existem quatro jornalistas de televisão (um deles trabalha para ambos os meios) e três repórteres de imagem. A diferença sente-se: os câmaras desdobram-se para conseguir cumprir todas as tarefas, sendo que para isso trabalham horas extra ou mesmo durante as folgas semanais.

A falta de investimento não é apenas ao nível dos recursos humanos como também ao nível do material. As câmaras de filmar são grandes, pesadas e analógicas, ou seja, gravam em cassete. Para grandes reportagens, o repórter necessita de levar consigo uma bateria de substituição que, pelo que pude constatar, não é leve nem prática de transportar. Os próprios jornalistas sentem-se desconfortáveis junto dos repórteres dos órgãos de comunicação concorrentes que já utilizam material mais atualizado e fácil de manobrar.

Nós andamos a trabalhar com material que já está fora do prazo. Os problemas técnicos surgem constantemente e nós estamos sempre a superar. Às vezes também nos sentimos envergonhados. Entrevistado 3

No decorrer do meu estágio testemunhei algumas situações que comprometeram a reportagem. As câmaras avariavam no momento da recolha do material ou, já na redação, os repórteres verificavam anomalias na captação das imagens. Nenhum jornalista está livre destas situações, no entanto quando o material se encontra desatualizado a probabilidade de acontecerem aumenta.

O facto de as câmaras serem analógicas também atrasa a realização da peça. Se o objetivo é fazer uma reportagem mais cuidada, onde se incluam efeitos especiais, é necessário transferir o vídeo para o formato digital, de modo a fazer edição em computador. Porém, a passagem das imagens é feita em tempo real, ou seja, se a cassete tiver uma hora de gravação é esse o período de tempo que o jornalista tem de aguardar para começar a montagem. Ao passo que, se a câmara fosse digital, a transferência das imagens demoraria uns escassos minutos.

No entanto, é pouco frequente a utilização do computador. O que habitualmente se pede ao jornalista são peças curtas, simples e que demorem o menos tempo possível a terminar. Pelo que se opta pelos recorrentes aparelhos de edição analógicos. No entanto, também estes acumulam anos de utilização e, segundo os repórteres de imagem, já deveriam ter sido renovados pelo menos duas vezes. Por vezes as máquinas deixam de funcionar sem qualquer razão aparente, o que atrasa a realização da reportagem e rouba tempo ao jornalista que trabalha constantemente em contra-relógio.

A falta de material estende-se aos meios de transporte. Em alturas de muito trabalho sente-se dificuldade em gerir as viaturas disponíveis. Nestas situações, a prioridade é dada à televisão, ficando a rádio prejudicada. De facto, uma peça de televisão não se realiza sem imagem pelo que obriga a que o jornalista se desloque ao local. A matéria-prima da rádio é o som e, neste caso, a sua recolha não implica que o repórter saia da redação. Se a equipa de TV foi cobrir a mesma situação, esta cede os sons à rádio. Caso contrário, a alternativa é recolher o material através de entrevistas por telefone. Nesta segunda hipótese, ficaria desde logo em causa a qualidade sonora da reportagem, visto que existe sempre o ruído da linha que é impossível retirar. Acresce porém uma maior agravante: em ambos os casos o repórter não se desloca ao local e a investigação jornalística fica comprometida. Não nos esqueçamos que em rádio o jornalista tem de ser ainda mais expressivo porque tem de conseguir transmitir por palavras a imagem que a rádio não consegue difundir. É neste sentido que se torna tão importante que o repórter entreviste pessoalmente os intervenientes, de modo a ter uma visão mais clara e próxima da verdade.

Estamos a fazer a negação da própria reportagem. O repórter tem de ir ao local ver com os seus olhos para além de falar com os dois ou os três lados em questão, recolhendo também testemunhos imparciais. O próprio tem de formular uma ideia do que se terá passado — daí reportagem — porque reporta aquilo que viu e aquilo de que se inteirou. Só que a rádio não tem imagem. As imagens são os olhos do jornalista que depois em texto oral tenta transmitir aquilo que viu. Entrevistado I

Por vezes existe a possibilidade de o jornalista de rádio partilhar o transporte com a equipa de televisão. Deste modo, já não se coloca em causa a investigação jornalística, nem a pluralidade discursiva dos *media*, mas constitui sempre uma opção arriscada. Primeiro, é necessário ter em conta as diferenças de horários de rádio e de televisão. Enquanto a equipa de televisão deve recolher o material e regressar o quanto antes à redação para realizar a peça, poderá ser

conveniente ao jornalista de rádio permanecer no local. Contudo, depende sempre da situação e daquilo que é pedido pelos editores. Em segundo lugar, existe sempre a possibilidade de a equipa de televisão ser chamada para cobrir outra matéria noticiosa e o jornalista de rádio corre o risco de ficar sem transporte para regressar à redação. Esta situação já aconteceu com as equipas de Coimbra, mas resolveu-se pacificamente dada a camaradagem entre os colegas.

Todavia, o bom relacionamento entre os repórteres não basta para combater o ambiente de insegurança que se vive na redação. A empresa atravessa um período de instabilidade devido à crise financeira. Os cortes salariais e a possibilidade de um despedimento coletivo colocam os jornalistas num estado de incerteza que pode prejudicar a sua produção. Também aqui se verifica a falta de comunicação. Os jornalistas não têm conhecimento da real situação da empresa, pois o diálogo entre a administração e os seus trabalhadores é limitado.

As informações chegam a passos. Muitas vezes sabemos das coisas pelos jornais. (...) Ninguém sabe o que vai acontecer. De maneira que não posso criticar uma coisa que eu nem sei se existe. Está tudo tão preso por arames... Isto não pode, isto prejudica claramente o nosso trabalho. Entrevistado 6

A delegação de Coimbra foi uma das primeiras do grupo RTP a experienciar a fusão de redações. Sendo um caso pioneiro, os jornalistas compreendem os erros cometidos, mas aguardam pela sua resolução.

5.2 O Centro Regional do Centro: análise do processo de fusão

Consideramos que o investimento, a comunicação e o planeamento são as chaves para alcançar um bom resultado na integração de duas redações. Vejamos agora de que forma estes aspetos foram aplicados em Coimbra.

Primeiramente, a Rádio e Televisão de Portugal apostou na convergência como solução para reduzir os gastos. De facto, verificou-se que este é um dos principais aspetos que motiva a empresa a apostar numa convergência, mas que não garante o sucesso da mesma. Antes pelo contrário, pois verificou-se que para garantir um bom resultado é necessário investimento financeiro: na redação, nas pessoas e no equipamento. Esse investimento falhou por parte da RTP, desde logo num dos parâmetros fulcrais da convergência: a formação dos jornalistas. As pessoas estavam mentalmente preparadas para a mudança e foram alvo de ações de formação. No entanto, estas não se revelaram suficientes. Apenas dois jornalistas foram a Lisboa receber formação em televisão. Os restantes ainda aguardam pela sua vez. Compreendem que os cortes orçamentais reduzem os investimentos, mas defendem que seria uma mais-valia apostar na instrução dos jornalistas.

É preciso que a administração invista de facto nos profissionais. Porque eu continuo a dizer que os profissionais que estão na RTP são os melhores profissionais do mundo. Se for preciso nós desenrascamos tudo e mais alguma coisa sempre, e sempre, com muito rigor e qualidade. Já está intrínseco à RTP. Entrevistado 3

O investimento também falhou na substituição dos jornalistas. Ao longo do tempo, repórteres foram abandonando as instalações de Coimbra por diversos motivos. O meio que mais sofreu foi a rádio, que viu o número de jornalistas a descer de oito para três, sendo que um destes trabalha para ambos os meios. A televisão perdeu ainda um repórter de imagem. Os elementos não foram substituídos e o volume de trabalho manteve-se. Para atender a todos os pedidos, cada repórter produz mais reportagens mas tem menos tempo para as terminar. A exigência e a pressão do imediatismo impedem que o jornalista dedique o devido tempo à investigação e à verificação dos factos. Esta situação já era comum nas delegações regionais, mas agora agravou-se:

Nós tempo nunca temos. O trabalho nas delegações é sempre ao minuto e é sempre em pouco tempo. Na prática, em Coimbra, o que acontece muitas vezes é fazermos um trabalho de investigação em quatro horas. Em Lisboa e no Porto normalmente é dado mais tempo. É sempre um risco, um risco acima do que qualquer jornalista deve correr. Há sempre dados que não se conseguem comprovar. Entrevistado 6

Aos repórteres de imagem também sobra menos tempo para se dedicarem à montagem de uma peça. Neste sentido, o nível de excelência de uma reportagem fica comprometido em favor da produtividade.

Outro do elemento fulcral numa redação integrada, segundo Quinn, é o chefe de redação. Inicialmente o lugar estava ocupado por Álvaro Coimbra, mas depressa ficou livre e assim se manteve até aos dias de hoje. Nenhum jornalista da RTP Coimbra se referiu a esse facto como um problema. No entanto, o chefe de redação poderia rentabilizar a produção da redação através de um correto planeamento do trabalho.

O investimento também falhou no que se refere à renovação do equipamento. Com a integração das redações, as instalações da Antena 1 sofreram algumas mudanças de modo a criar condições para receber os jornalistas da televisão. Porém, o investimento não se estendeu às câmaras de filmar nem aos aparelhos de edição. Os repórteres são por vezes apanhados de surpresa com algumas anomalias no material. Trata-se de um problema que também pode comprometer a qualidade e a excelência do jornalismo, contudo a redação compreende o motivo que impede o investimento no material:

Neste momento a RTP precisa de se modernizar tecnologicamente. As nossas câmaras são das mais antigas que se vêem entre os jornalistas do mundo e de facto esse era um investimento importante e urgente que, pelo que percebi agora, está num compasso de espera. Mas de facto esta não é uma fase muito boa para se falar em investimentos. Entrevistado 2

A grande falha no caso de Coimbra, e que podia resolver grande parte das situações, reside na Comunicação. A falta de meios para trabalhar, o reduzido número de repórteres e a necessidade de formação são questões apontadas constantemente pelos repórteres. A redação queixa-se e pede investimentos, mas aparentemente a mensagem não chega aos órgãos administrativos. As decisões tomadas pelas entidades superiores são debatidas sem a participação do jornalista. Não há diálogo nem troca de ideias entre a administração e os seus trabalhadores. Teme-se que novas medidas sejam colocadas em prática sem qualquer estudo prévio, tal como já aconteceu no passado. Como foi evidenciado nas entrevistas realizadas ao corpo de trabalhadores da RTP Coimbra, é necessário ter em consideração o parecer de quem trabalha no terreno, de forma a analisar a exequibilidade das medidas. Se as alterações afetam diretamente os métodos de trabalho do jornalista, este deverá ter voto na matéria.

Na integração das redações em Coimbra, a comunicação só funciona corretamente entre colegas de trabalho. A união existente é o pilar que suporta o processo de convergência e que impede o desmoronamento da delegação. Os obstáculos são enfrentados em conjunto. Este relacionamento de interajuda atenua as consequências da falta de investimento e de comunicação com os superiores. Em tempos de instabilidade e de incertezas é a camaradagem presente na redação que motiva e fortalece os jornalistas a continuar a realizar o seu trabalho da melhor forma possível.

Aparentemente, o mesmo não acontece a nível nacional. Verifica-se um certo afastamento entre redações.

Esta indefinição a que nos sujeitaram nos últimos dois anos não é nada boa para o novo panorama que aí vem e esta nova mudança. Nesta altura nós devíamos estar todos unidos e todos a remar para o mesmo lado e o que acontece é que hoje há grandes divisões e isso vê-se nas redações. Há constantemente plenários. Entrevistado

3

5.3 A Convergência nos centros de Lisboa e do Porto

A integração das redações em Coimbra decorreu há nove anos. Agora a Rádio e Televisão de Portugal pretende terminar o que começou e aplicar o mesmo método nas redações que faltam. O caso em Coimbra pode ser visto como um projeto piloto, do qual se podem retirar algumas conclusões de como melhorar o processo. Contudo, a empresa continua a cometer alguns erros. Desde logo pelo facto de a convergência se inserir num conjunto de medidas que visam a redução de gastos.

O défice da empresa não é novidade e há anos que se debatem medidas para solucionar a situação da Rádio e Televisão de Portugal. Contudo, só agora é que se está a passar do debate para a ação porque, caso o cenário se mantenham, a sobrevivência do serviço público está efetivamente em risco. No próximo ano, a RTP vai deixar de receber as Indemnizações Compensatórias vindas do Orçamento de Estado. Além disso, a situação financeira é agravada pela queda que

o mercado publicitário está a sofrer. No sentido de manter um serviço público de comunicação com os mesmos níveis de qualidade, é necessário preparar a RTP para os tempos que se aviznam, de modo a reduzir o impacto do fim do financiamento. Várias vezes se falou em privatização, e a ideia voltou a ser lançada, mas foi desmentida logo no início deste ano e continua atualmente de parte.

Ao invés, apontou-se para a reestruturação que, segundo o anterior ministro com a tutela dos *media*, Miguel Relvas, já estaria a ser planeada pelo Conselho de Administração (CA) há vários meses. O projeto tinha como principal finalidade tornar a RTP “um Serviço Público de Qualidade para todos os portugueses e uma empresa mais forte e melhor preparada para o futuro.”¹⁴ É apenas após esta revelação por parte de Miguel Relvas que o Conselho de Administração convida à participação de outros órgãos, entre os quais a Comissão de Trabalhadores (CT) da Rádio e Televisão de Portugal. A CT responde de imediato, solicitando acesso à informação relativa ao plano e requerendo também uma reunião onde pudessem expor pessoalmente as suas sugestões. O Plano de Desenvolvimento e Redimensionamento é apresentado à Comissão de Trabalhadores em meados de fevereiro, semanas de ser tornado público. Apesar de se tratar de um documento confidencial, foi avançado pelo Correio da Manhã que o valor dos cortes previstos e o número de postos de trabalho que se pretendiam reduzir não era indicado.¹⁵

Em março o plano e as suas medidas foram revelados publicamente. O objetivo aponta para uma redução nos gastos em 21 milhões de euros. De modo a alcançar essa poupança aplicam-se reduções salariais, cortes de subsídios, eliminam-se cargos de chefia e reduzem-se efetivos através de rescisões amigáveis. Existe também a possibilidade de um despedimento coletivo, que depende do número de rescisões pedidas. Depois de o Plano se tornar público, a Comissão de Trabalhadores revelou a sua posição em relação ao modelo de reestruturação, considerando-o “ilegal” porque:¹⁶

recusa deliberadamente a redefinição do serviço público, necessária para redefinir os seus custos e avançar para o novo quadro de financiamento, e entrega à administração da RTP a competência de limitar o valor associado à prestação do serviço público

A Comissão de Trabalhadores revela igualmente o seu descontentamento pelo facto de o seu parecer não ter sido solicitado para a formulação do plano. E o mesmo, segundo a CT, voltou a acontecer quando o presidente da RTP, Alberto da Ponte, apresentou mais uma medida a aplicar: a convergência de redações. A ideia não foi bem acolhida e provocou desde logo debates e plenários no seio dos jornalistas da empresa. A convergência, na opinião dos profissionais, seria mais

¹⁴ Carta do Conselho de Administração enviada à Comissão de Trabalhadores — Comunicado nº 07/13 da Comissão de Trabalhadores da RTP. Disponível em <<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.594364893922979.153116.366437663382371&type=>>>

¹⁵ Real, Hugo. 2013. “Plano da RTP sem cortes e rescisões”. Correio da Manhã, 19 de fevereiro. Página consultada a 9 de março de 2013, <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/plano-da-rtp-sem-cortes-e-rescisoes>>

¹⁶ Público. 2013. “Plano para a RTP «liminarmente rejeitado» pela Comissão de Trabalhadores”, 18 de março. Página consultada a 20 de março de 2013, <<http://www.publico.pt/politica/noticia/plano-para-a-rtp-liminarmente-rejeitado-pela-comissao-de-trabalhadores-1588257>>

uma forma de despedir pessoal. De facto, tal como aconteceu em Coimbra, o processo pode provocar a redução de efetivos. Todavia, em Lisboa e no Porto o impacto pode revelar-se maior:

Foi um processo pacífico em Coimbra. Em Lisboa já não é bem assim. O que vai acontecer então? Vão dizer que é uma redação com centenas de jornalistas. Os que vão sobreviver são aqueles que vão aceitar trabalhar de formas que não são nem as indicadas nem as condignas. As pessoas podem não refletir, mas isto põe em causa, como nunca aconteceu no passado, a seriedade, credibilidade e independência da informação em Portugal.

Entrevistado I

Contudo, as preocupações dos jornalistas não ficam por aqui. Em primeiro lugar, existe alguma indefinição de como o processo se irá aplicar. Apesar da fusão de editorias, as chefias das direções de Informação, bem como os dois conselhos de redação, vão se manter independentes. Os repórteres ficam sem saber a quem se dirigir quando trabalharem para ambos os meios em simultâneo. Os jornalistas duvidam se o projeto é realizável e solicitam um estudo prévio antes da sua aplicação.

Acrescentam ainda que o processo coloca em causa a pluralidade, diversidade e qualidade da produção, conclusões fundamentadas por um referendo realizado entre os jornalistas de rádio. De um total de 120 jornalistas, 91 exerceram o seu direito de voto, registando-se apenas um nulo, o que corresponde a uma participação de 76 por cento. O referendo era constituído por três questões. A primeira perguntava se a convergência afetava a prestação profissional, à qual 76,6% respondeu que sim e 18,8% respondeu não. Seguidamente, os jornalistas foram questionados sobre a autonomia editorial da rádio: 88,8 % dos profissionais responderam que esta autonomia ficaria em causa enquanto 10% consideraram que não existiria esse risco. Por fim, à pergunta sobre se a fusão diminui a diversidade de informação na rádio e na televisão, 83,8% responderam sim, 14,4% responderam não. Estas são as principais preocupações dos profissionais da rádio, mas também os jornalistas de televisão estão contra a convergência.¹⁷

Existe ainda o argumento de que a alteração está contra a lei de 2007 que decretou a reestruturação da Rádio e Televisão de Portugal. No documento lê-se que os serviços públicos de rádio e de televisão operam “com plena autonomia editorial no que respeita à sua programação e informação”. Os jornalistas estão por isso convictos que, para a mudança avançar, é necessário primeiro alterar a lei. No entanto, o processo já arrancou visto que os repórteres de rádio estão a receber formação em televisão e vice-versa.

Os profissionais utilizam todos os meios para tentar travar a integração de editorias. Assim que a proposta foi apresentada, a Comissão de Trabalhadores requereu a intervenção da ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social e do Conselho Deontológico. Pouco tempo depois dirigiram-se ao novo ministro-adjunto com a tutela dos *media*, Miguel Poiães Maduro, e pediram-lhe um parecer relativamente ao plano avançado por Miguel Relvas. Os jornalistas solicitaram igualmente

¹⁷ Lopes, Maria. 2013. “Jornalistas consideram que fusão de redações ameaça autonomia da RDP”. Público, 8 de maio. Página consultada a 8 de maio de 2012, <<http://www.publico.pt/portugal/noticia/jornalistas-consideram-que-fusao-de-redacoes-ameaca-autonomia-da-rdp-1593817>>

que o plano de reestruturação ficasse em suspenso enquanto o ministro revia o documento e tomava uma decisão quanto ao futuro do serviço público. Neste comunicado participou também a Comissão de Trabalhadores da Lusa que, juntamente com a CT da RTP, está preocupada com a austeridade que “tem tido sempre como alvo os profissionais, o que atinge naturalmente a qualidade do serviço prestado”.¹⁸

Aproximadamente um mês após a emissão do requerimento, Poiães Maduro respondeu. O ministro-adjunto prometeu rever o contrato de concessão com a administração da Rádio e Televisão de Portugal e admitiu estar a analisar o plano de reestruturação e o modo como este está a ser aplicado. O fim das indemnizações compensatórias está definitivamente decidido, porém Poiães Maduro avança com a possibilidade de o serviço público ser ajudado monetariamente, através de fundos europeus e fundos públicos nacionais, de modo a suavizar a transferência para um novo modelo de gestão.

Desde que Alberto da Ponte revelou a proposta de integração de redações, já foram tornadas públicas outras medidas que, mais uma vez, a Comissão de Trabalhadores recusa e reclama por não ter participado da decisão. O Conselho de Administração da Rádio e Televisão de Portugal pretende agora avançar com a denúncia de isenções de horário e de regimes de jornada contínua. Estas medidas constituem para a Comissão de Trabalhadores «uma irresponsabilidade e uma absoluta falta de noção sobre as consequências do que teria para o funcionamento da estação pública amputar-lhe substancialmente as jornadas contínuas e as isenções de horário».¹⁹

Em todo este processo de reestruturação do serviço público, no qual está incluída a fusão de editorias, estão a ser repetidos alguns erros cometidos no caso de Coimbra. O processo de convergência continua a ter como principal finalidade a redução de custos e de efetivos, mas desta vez a empresa está a investir nos seus profissionais. Os jornalistas estão a receber formações em rádio e em televisão, de modo a ficarem preparados para a integração das redações.

Existe porém uma questão muito importante que continua a ser negligenciada: a comunicação. A comissão de trabalhadores e os conselhos de redação reclamam a falta de informações prestadas pelo conselho de administração e apontam a sua ilegalidade, lembrando o artigo 429º, número 2 do Código de Trabalho, no qual é referido que a Comissão de Trabalhadores tem direito a:

- a) Informação e consulta prévias sobre as formulações dos planos ou projectos de reestruturação;*
- b) Informação sobre a formulação final dos instrumentos de reestruturação e de se pronunciarem antes de estes serem aprovados;*
- c) Reunir com os órgãos encarregados de trabalhos preparatórios de reestruturação;*

¹⁸ Lopes, Maria. 2013. “Trabalhadores da RTP e da Lusa querem que novo ministro suspenda medidas de Relvas”. Público, 17 de maio. Página consultada 17 de maio de 2013, <<http://www.publico.pt/politica/noticia/trabalhadores-da-rtp-e-da-lusa-querem-que-novo-ministro-suspenda-medidas-de-relvas-1594750>>

¹⁹ TVI24. 2013. “RTP «segue preceitos legais» no plano de redimensionar empresa”, 30 de maio. Página consultada a 30 de maio de 2013, <<http://www.tvi24.iol.pt/economia--economia/rtp-rtp-redimensiona-empresa-despedimentos-comissao-dos-trabalhadores-da-rtp/1455133-6377.html>>

d) *Apresentar sugestões, reclamações ou críticas aos órgãos competentes da empresa.*²⁰

De facto, desde o início do ano que a Comissão de Trabalhadores reclama este direito que, segundo diz, não tem sido cumprido. No entanto, a Administração contestou as acusações e divulgou a falta de presença da CT nas reuniões ordinárias de abril e de maio. São visíveis e constantes os conflitos internos entre as entidades superiores e os seus subordinados e sem diálogo dificilmente há entendimento.

Estas divergências dentro da empresa e a agitação que provocam apenas alimentam a resistência dos jornalistas em aceitar a mudança. Os repórteres dizem-se “favoráveis à evolução e à transformação do serviço público de rádio e televisão”, mas opõem-se “à alteração unilateral dos pressupostos de trabalho dos jornalistas-repórteres e dos jornalistas-redactores”.²¹ Sem esta aceitação por parte dos profissionais, a convergência nunca terá condições suficientes para se processar.

Numa junção à força não há um ambiente muito saudável e sem isso, aí eu tenho a certeza, a coisa nunca funcionará bem. Tem que haver uma certa harmonia e enquanto essa harmonia não for conquistada junto das pessoas, enquanto não houver essa vontade de participar na mudança, não há medida nenhuma que resulte.

Entrevistado 6

A resistência por parte dos trabalhadores associada à instabilidade económica dificulta bastante o processo. A estes problemas acrescem ainda os conflitos internos que se verificam entre os trabalhadores e a administração. A Rádio e Televisão de Portugal está a atravessar um período de grande indefinição. A empresa necessita de adoptar um novo modelo de gestão financeira para sobreviver aos cortes que se avizinham e as medidas, segundo os trabalhadores, vão sendo tomadas sem aviso prévio. O despedimento coletivo, por exemplo, ainda não está fora de questão, apesar dos recentes acontecimentos.

Até ao momento já foram recebidas 242 candidaturas para rescisões amigáveis, um número que, segundo o presidente da RTP, “é razoável”²², mas que ainda não coloca de parte a possibilidade de um despedimento coletivo. No entanto, os profissionais consideram que o Conselho de Administração já não tem como justificar um despedimento coletivo visto que a RTP apresentou lucros no ano anterior. No Relatório de Contas referente a 2012, a empresa revela um saldo positivo de 41,4 milhões de euros o que, na opinião de Camilo Azevedo, elemento da Comissão de Trabalhadores da RTP, impede que se inicie um despedimento coletivo:

²⁰ Carta da Comissão de Trabalhadores enviada ao Conselho de Administração da RTP - Comunicado nº 07/13 da Comissão de Trabalhadores da RTP. Disponível em <<https://www.facebook.com/media/set/?set=a.594364893922979.153116.366437663382371&type=>>>

²¹ Lopes, Maria. 2013. “Jornalistas de TV e de rádio da RTP recusam fusão das redacções sem serem ouvidos”. Público, 2 de maio. Página consulta a 3 de maio, <<http://www.publico.pt/portugal/noticia/jornalistas-de-tv-e-de-radio-da-rtp-recusam-de-modo-formal-a-fusao-das-redaccoes-1593165>>

²² Declarações do presidente da RTP, Alberto da Ponte, durante a apresentação do relatório de contas relativo ao ano de 2012.

*Um dos pressupostos do despedimento colectivo é a situação financeira. E esse cai agora por terra. Ninguém aceitará que se despeçam trabalhadores num cenário destes.*²³

Todavia, Alberto da Ponte esclarece que esse lucro não significa dinheiro em caixa, pois decorre de factores que não se vão repetir no futuro. O resultado surge devido à suspensão dos subsídios de férias e de Natal no ano passado pelo orçamento do Estado, o que corresponde a 11 milhões de euros. A esta quantia acrescem 37,9 milhões provenientes do efeito da aplicação financeira *Eurogreen* e ainda 7,4 milhões de euros que tinham sido disponibilizados pelo orçamento de 2012 para rescisões que não chegaram a ser concretizadas. No entanto, em termos estruturais, o presidente do Conselho de Administração aponta para um resultado líquido de 200 mil euros negativos. Em relação ao ano de 2011, a RTP diminui o valor das receitas em 20%. No total, em 2012, foram conseguidos 257 milhões de euros dos quais 137,8 milhões vêm da contribuição para o audiovisual, 73,2 milhões da indemnização compensatória e por fim 46,3 milhões oriundos das receitas comerciais, grande parte de publicidade. Relativamente às despesas, estas ficaram-se pelos 240 milhões de euros, registando-se uma poupança de 22%, que se deveu a cortes na grelha de programas, em gastos com o pessoal e em fornecimentos e serviços externos.

Para além dos problemas existentes na própria empresa, a RTP tem também de enfrentar as atuais dificuldades do mundo dos *media*. A partir do momento em que foi introduzido o novo modelo de medição de audiências da GfK, em março do ano passado, os canais registaram quedas nesses níveis. No caso da Rádio e Televisão de Portugal, no primeiro mês em que foi utilizado o novo sistema, registou-se uma diminuição de cerca de 6,5 pontos, sendo que desde então o serviço público nunca mais conseguiu regressar à média aproximada de 25%. O decréscimo no nível de audiências corresponde a um prejuízo de nove milhões de euros. A este valor acresce ainda a quebra que se tem registado no mercado publicitário e que é agravada pelos reduzidos níveis de audiência registados.

Até à conclusão deste relatório, a Rádio e Televisão de Portugal permanecia ainda num cenário de indefinição quanto ao seu futuro.

²³ Lopes, Maria. 2013. “«Factores irrepitíveis» dão lucro de 41 milhões à RTP”. Público, 22 de maio. Página consulta a 23 de maio, <<http://www.publico.pt/politica/noticia/factores-irrepitveis-dao-lucro-de-41-milhoes-a-rtp-1595212>>

6. Rádio e Televisão: aquilo que as une e aquilo que as separa

O caso específico do serviço público português aponta para uma convergência entre editorias de rádio e de televisão, na qual os dois meios se unem num mesmo espaço físico juntamente com os seus repórteres. A maioria dos jornalistas, que permanecia especializada em apenas um meio, começa a partir de agora a trabalhar para o outro meio. Como veremos, rádio e televisão são duas plataformas distintas. Identifiquemos as características que as unem e que as separam.

A rádio surgiu no final do século XIX, na última década do século. A televisão surgiu no século XX, nos anos 20. Ambos são meios de comunicação e, apesar do espaço temporal que separa os seus nascimentos, encontramos algumas semelhanças técnicas e funcionais. A rádio baseia-se na transmissão de sons através de radiofrequência. O transmissor converte os sinais sonoros em ondas electromagnéticas que viajam depois pelo espaço até serem captadas por uma antena (recetor) que as transforma novamente em sinais sonoros. A televisão é uma extensão da rádio visto que para além de transmitir som, emite também imagem, através de um processo semelhante.

Neste sentido, podemos dizer que a televisão surgiu a partir da rádio. Na verdade, os primeiros programas que surgiram na televisão seguiram o mesmo formato dos de rádio, adoptando muitas das suas práticas e metodologias. Desde logo ao nível da linguagem.

Na escrita jornalística, independentemente do meio, evita-se a complexidade gramatical e de vocabulário. Adjetivos, advérbios e figuras de estilos são recursos literários que o jornalista se priva de utilizar de modo a aproximar-se o mais possível da objetividade e da realidade que está a reportar. De facto, o repórter está a contar uma história, ou seja, “um certo tipo de narrativas de realidade, e o seu mundo é, pelo menos originalmente, um mundo simples, feito de factos, acontecimentos e atualidade.” (Mendes, 2001: 398) E para contar esta história eficazmente, o jornalista tem de ter em conta que se está a dirigir a uma audiência vasta, com diferentes níveis de literacia. Paula Cristina Lopes relembra a importância que o jornalista deve dar ao público “porque, sem ele, deixaria de existir enquanto jornalista. Tem de se esquecer de si próprio para não cair na subjectividade individualista” (2010: 4).

Apela-se portanto à simplificação da escrita, com recurso a expressões comuns e correntes, de modo a que a informação seja entendida pelo maior número de pessoas. No entanto, isto não deve impedir os jornalistas de apostarem numa linguagem original, cultivarem um estilo novo, expressivo, colorido. Nem de narrarem os acontecimentos e de expressarem as ideias com fluidez e ritmo, numa sucessão lógica, coerente, sem saltos nem hiatos, em peças construídas de modo a interessarem os destinatários da primeira à última linha” (Ricardo, 2010: 40).

Até agora foram enunciadas características da linguagem jornalística, que se aplicam a todos os *media*. Todavia, existe um aspeto determinante que afasta a imprensa das restantes plataformas e que origina algumas particularidades no discurso radiofónico e televisivo. Enquanto que o leitor pode sempre voltar atrás e reler a mensagem transmitida pelo jornal, o

ouvinte e o telespetador não têm a mesma possibilidade pois o conteúdo de rádio e de televisão é efémero. De acrescentar que a leitura não permite efetuar outra atividade em simultâneo, ou seja, a atenção do destinatário está voltada totalmente para o conteúdo do jornal. A audiência de rádio e de televisão, por outro lado, é muito mais desatenta, pois muitas vezes está a desenvolver outras tarefas em simultâneo.

Por esta mesma razão, os jornalistas de rádio e de televisão enfrentam um maior desafio em conseguir captar e chamar a atenção do seu público. A grande regra a seguir é a dos 3 “cês”: clareza, concisão e correção.

Em primeiro lugar, é essencial cativar o interesse do público. O repórter pode não iniciar a notícia com uma entrada forte, mas esse tipo de expressões deve integrar a peça. Adoptar termos que transmitam “sensações pujantes e sólidas”²⁴ (Oliveira, 2007: 25) favorecem a memória do ouvinte. O jornalista deve igualmente procurar ser imaginativo, recorrendo a expressões sugestivas. Esta prática vai “conferir às palavras, às frases e às expressões um condimento que vai torná-las mais apetitosas e, por isso, mais facilmente entendidas pelos telespectadores”.

Porém, há que manter a clareza do discurso e evitar termos complexos e de significado duvidoso. Existem outras técnicas que favorecem a atenção da audiência como, por exemplo, utilizar frases curtas e eliminar orações intercaladas. Seguindo estas regras, é garantido que a comunicação ganha em “segurança, confiança e credibilidade” (Oliveira, 2007: 23). Em suma, todas estas estratégias resumem-se a uma única finalidade: facilitar a apreensão da mensagem por parte do público.

Os jornais diferenciam-se da rádio e da televisão também pelo facto de não estarem demasiado limitados em tempo e em espaço. Obviamente que tem de obedecer a determinadas dimensões, mas estas não são tão restritas. A rádio e a televisão não conseguem transmitir informação com o mesmo nível de detalhe do jornal.

No seu livro Looking at Television News, John Henningham demonstra graficamente a afirmação de que o texto envolvido num noticiário principal de TV caberia numa simples página de jornal...e ainda sobraria espaço. (Grundy, 2008: 77)

O jornalista tem de “dizer o máximo num número mínimo de espaço e de tempo” (Hernâni, 2007: 28). Este aspeto está relacionado com uma das regras dos três “cês”, a concisão, que obriga a um determinado equilíbrio na escrita. O jornalista deve contar a história no número exato de palavras necessárias à sua compreensão. Não deve porém evitar o seu uso sempre que com isso se clarifique a mensagem.

Os jornalistas de rádio e de televisão podem ter limites na quantidade de informação que difundem, mas ao contrário da imprensa, conseguem difundí-las de forma mais eficaz dada a relação que nutrem com a audiência. Os repórteres conseguem desenvolver uma intimidade com o público que a imprensa não consegue igualar. Na rádio e na

²⁴ Oliveira, Jorge Nuno (2007) Manual de Jornalismo de Televisão. Lisboa: Cenjor, p. 25

televisão está envolvido um contacto mais directo, visual e/ou sonoro, através do qual os repórteres “entram no espaço privado dos seus ouvintes e telespectadores” (Grundy, 2008: 80). O público reconhece o jornalista através da sua imagem ou da sua voz, o que fortalece o poder de transmissão da notícia.

Não há dúvida de que rádio e televisão têm muito em comum. Obviamente, existem também aspetos que as afastam, partindo desde logo pelas matérias-primas que utilizam.

Enquanto que na rádio é o som que ocupa o lugar central, na televisão é atribuída maior importância à imagem. Neste sentido, a missão do jornalista de rádio pode tornar-se mais difícil de cumprir, pois este não se pode apoiar num suporte visual para emitir a informação. A escrita em rádio tem portanto de ser mais descritiva de modo a conseguir transportar o ouvinte para o local da notícia. O jornalista radiofónico tem de ser os olhos do receptor, tem de transmitir a imagem da mensagem através do seu discurso e das suas palavras.

O bom jornalista não se limita a uma minuciosa descrição do lugar do acontecimento — capta e dá relevo a certos pormenores significativos que transmitem ao ouvinte o ambiente próprio do cenário e podem ajudá-lo a compreender melhor o sucedido (Hernâni, 2007: 27 e 28).

Sendo o meio sonoro o único canal de transmissão de informação em rádio, o jornalista deve investir e praticar o seu discurso. Podemos distinguir dois registos de voz: o lido e o falado, dos quais “o segundo é o desejado, o primeiro é a realidade” (Meneses, 2010: 101). O ideal é encontrar um meio termo entre os dois modos, de forma a evitar a “artificialidade do lido” e a “incerteza do improvisado”. Atingir este equilíbrio é uma utopia. É possível todavia “disfarçar a leitura”, dando ao ouvinte a ilusão de que está num diálogo com o jornalista. O discurso deve transmitir tranquilidade e segurança, tornando a leitura o mais natural possível.

Podemos identificar ainda outros aspetos, mais fáceis de controlar, que ajudam a “disfarçar a leitura”. A respiração e as pausas permitem acelerar ou abrandar a velocidade, conferindo diferentes ritmos ao discurso que, se corretamente aplicados, concedem uma dinâmica mais apelativa à notícia. A colocação da voz e uma boa dicção são outros elementos relevantes pois dão clareza à mensagem e facilitam a percepção do conteúdo. Por fim, podemos ainda destacar a entoação, aquilo que atribui interpretação ao texto. Não existem métodos nem técnicas específicas para a aplicar. Porém, ao nível da leitura jornalística é necessário um certo cuidado com a entoação para não imputar sentimentos e emoções ao discurso. O que se lhe exige é que use a inflexão ou a modulação da voz como uma técnica para sinalizar, sem manifestação emotiva, o que mais de significativo, relevante ou insólito confere àquela notícia o seu valor informativo (Hernâni, 2007: 104).

Apesar de o jornalista televisivo se poder apoiar no suporte visual, não significa que deixe de adoptar os mesmos cuidados que aqui foram enunciados. Nem sempre se conseguem captar boas imagens que ajudem na transmissão da

mensagem. O jornalista televisivo é por vezes obrigado a recorrer a imagens de arquivo. De recordar que o repórter também tem de estar preparado para entrar em direto, situação em que nem sempre tem o suporte de imagem ideal.

Enquanto que em rádio o jornalista deve ser descritivo, em televisão deve adaptar o seu discurso às gravações que possui. Surge aqui o risco de cair na redundância e repetir a informação que a imagem já transmite. Ao invés, o repórter deve “explicar o contexto jornalístico que ele está a ver, enquadrando-as de modo a construir uma realidade coerente e harmoniosa. Texto, imagens e sons devem fundir-se de modo natural” (Oliveira, 2007: 25).

Identificam-se ainda outros pormenores que diferenciam os dois meios. Em rádio é sempre necessário incluir no texto a apresentação dos entrevistados (nome e cargo/função). Em televisão, esses dados surgem na parte inferior do visor, sob a forma de oráculo. De referir também que a nível estrutural todas as peças de televisão e de rádio são precedidas por um lançamento que apresenta a notícia à audiência. Em rádio existe ainda o rodapé, elemento que remata a peça difundida e que pode acrescentar informação (rodapé informativo) ou repetir algum dado importante a reter (rodapé recuperativo). (Hernâni, 2007: 48)

Por fim, existe ainda a questão da diferença de horários. Em televisão, nos canais generalistas, existem apenas dois momentos informativos durante o dia: os noticiários das 13 e das 20 horas, sendo que cada um tem uma duração média de 60 minutos. O cenário difere bastante em rádio, onde existem blocos informativos de hora a hora, com a duração aproximada de 15 minutos, dependendo do género de estação. Como já foi possível constatar através das entrevistas realizadas aos jornalistas da redação da RTP Coimbra, este é um aspeto que pode impossibilitar o jornalista de trabalhar para ambas as plataformas em simultâneo. Partindo destas condições, e tendo em conta também as características técnicas dos meios, verifica-se que os jornalistas televisivos costumam recolher o material e regressar o quanto antes à redação, enquanto que o repórter de rádio permanece mais tempo no terreno. As novas tecnologias já permitem a edição e o envio de material a partir do local de reportagem, no entanto essa possibilidade continua a ser mais facilmente aplicada na rádio.

As semelhanças entre rádio e televisão são numerosas, mas as diferenças são, em algumas situações, fortemente dissociadoras. Para constatar melhor os pontos divergentes, nada melhor do que analisar exemplos práticos. Os seguintes casos representam parte do trabalho que desenvolvi na RTP durante os três meses de estágio.

6.1 Casos práticos: três meses de estágio

A fusão de redações em Coimbra previa incutir uma prática jornalística polivalente nos seus repórteres. Atualmente apenas um elemento está devidamente formado e preparado para produzir peças para rádio e para televisão. Durante o estágio de três meses tive a oportunidade de acompanhar várias equipas de reportagem que me propunham, sempre que possível, realizar o mesmo trabalho que era atribuído ao jornalista. Pude assim experimentar produzir peças para ambas as

plataformas e compreender melhor as características que distinguem os dois meios bem como as dificuldades que por vezes se colocam.

Na primeira oportunidade que tive não surgiram problemas quanto aos horários dos meios. Tratava-se de um tema intemporal e os editores não tinham estabelecido um prazo concreto para a transmissão das peças. A identificação social, humana e o seu carácter inédito eram as características que tornavam aquele assunto em notícia. A reportagem dá a conhecer o projeto de Carolina Mota, uma farmacêutica reformada que se dedicou à produção de perfumes e cremes com aromas de ervas e especiarias características da cultura portuguesa. Carolina Mota também produz jóias e acessórios de roupa e decidiu juntar as duas paixões, perfumando os adereços. A recolha de material começou no laboratório de Ciências Farmacêuticas da Universidade de Coimbra, local onde os perfumes e os cremes são elaborados. Depois dirigimo-nos ao atelier onde Carolina Mota faz as suas jóias e as peças de vestuário. As entrevistas decorreram em ambos os espaços. No laboratório foi também entrevistada a auxiliar no projeto de produção de perfumes, Ana Figueiredo.

Apesar de a reportagem ter como finalidade a televisão e a rádio, o material foi apenas captado pela câmara de filmar, sendo que posteriormente o áudio foi exportado das imagens. O mesmo aconteceu nas restantes situações semelhantes. Neste caso, a reportagem de televisão foi editada em computador com vista a incluir alguns elementos extra, tais como música e efeitos na transição e na velocidade das imagens.

Analisando agora o trabalho que produzi, verificam-se algumas diferenças entre as duas peças, em especial no que respeita à estrutura e ao próprio enfoque. O texto para a peça televisiva (anexo I) foi realizado a partir das imagens captadas. Dei especial atenção às técnicas de produção dos perfumes e dos cremes, bem como à elaboração das jóias e à utilização dos acessórios. Apesar de o processo de fabricação poder ser difícil de explicar, as imagens encontram-se claras e elucidativas e enriquecem a reportagem. Carolina Mota, visto ser a mentora do projeto, é a pessoa a quem dou maior destaque sendo que Ana Figueiredo apenas intervém uma vez na reportagem. Adoptei alguns dos efeitos especiais utilizados na peça emitida, terminando a reportagem apresentando as peças de roupa perfumadas. Dado que se tratava de um assunto com valor mais social e humano, os efeitos especiais são aceitáveis e não colocam em causa a seriedade e credibilidade da notícia.

Do mesmo modo, para a peça radiofónica (anexo I) foquei-me nos sons ambiente recolhidos. Apesar de não ter sido dada grande importância à captação sonora, foi possível extrair do bruto os sons característicos dos frascos de perfume, da utilização do material de laboratório e da criação das jóias. Tentei transportar o ouvinte ao laboratório e ao ateliê de Carolina Mota, intercalando os sons ambiente com as entrevistas e com o meu discurso. Ao nível do conteúdo, concluí que seria desinteressante para o ouvinte perceber as fases de produção dos produtos. Partindo do princípio que grande parte da audiência não tem conhecimentos profundos na área de química, tornar-se-ia entediante ouvir a explicação das técnicas e dos diversos procedimentos. O ouvinte iria rapidamente abstrai-se da reportagem e a mensagem não seria recepcionada nem compreendida. Na minha opinião, o importante era transmitir o conceito do projeto e naquilo que este tinha de singular.

Foquei-me por isso no facto de se tratarem de perfumes com aromas invulgares, que provocam efeitos benéficos ao bem-estar do ser humano e que, por não terem aditivos químicos, podem ser aplicados na roupa e na pele sem provocar qualquer reação alérgica. Neste sentido, decidi excluir da peça de rádio a intervenção de Ana Figueiredo. A investigadora auxiliar adoptou uma linguagem bastante técnica e limitou-se a falar no processo de fabricação dos perfumes e cremes. No fecho, dou a conhecer a fase em que se encontra o projeto e as perspectivas de Carolina Mota. A reportagem de rádio ganha assim um carácter mais formal que a de televisão visto não ter qualquer elemento musical, mas em nenhuma delas está em causa a credibilidade e a seriedade da notícia.

Tive também a oportunidade de participar em reportagens com assuntos atuais que exigiam prazos de entrega mais curtos. No dia 8 de março, Dia Internacional da Mulher, foi inaugurada na Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra a exposição “Reescrita”, do fotógrafo Pedro Medeiros. A mostra era composta por quinze retratos de mulheres portuguesas que de algum modo tinham sido pioneiras na luta pela igualdade de género. A cada foto estava ainda associada uma citação proferida por essa mulher. A exposição era acompanhada por uma banda sonora, também produzida por uma mulher, a compositora Sara Carvalho. O trabalho do fotógrafo fazia parte do projeto “Em Poder Delas”, uma iniciativa da Associação Saúde em Português sobre a participação das mulheres na vida política. A exposição iria ser inaugurada nesse mesmo dia e os editores de televisão solicitaram à repórter Carolina Ferreira um falso direto, para ser transmitido no 24 Horas, programa de informação da RTP2, com emissão de 2^a a 6^a à meia-noite. A Antena I solicitou também uma peça, mas para ser transmitida no dia 13 de março, no programa Estado da Arte.

O formato de falso direto²⁵ era obrigatório, tendo em conta a hora de emissão do 24 horas. A inauguração estava marcada para as 18 horas do dia 8 de março, mas a recolha de material foi realizada ao início da tarde para haver tempo de editar a peça. As janelas da Sala de São Pedro foram fechadas de modo a criar a sensação de ambiente nocturno. O fotógrafo Pedro Medeiros e o presidente da associação Saúde em Português, Hernâni Caniço, foram os protagonistas da notícia. As entrevistas foram realizadas em movimento, em torno das fotografias expostas. Mais uma vez, apenas foi levada uma câmara de filmar e o som seria depois retirado da gravação. Visto que havia mais tempo para editar a reportagem para rádio, foi posteriormente solicitada à organização a banda sonora que acompanhava a exposição.

Neste caso foi-me colocado um desafio: realizar uma peça televisiva a partir do falso direto (anexo II). As imagens eram por isso escassas pelo que tive de reduzir o meu discurso ao essencial: o conceito da exposição e a sua finalidade, tendo por base o projeto Em Poder Delas. Comecei por mostrar alguns dos rostos da exposição, passando logo para a intervenção de Pedro Medeiros onde é explicado o significado e o propósito da mostra. Dada a carência de material, foi necessário enquadrar o ambiente, fazendo referência à banda sonora que era praticamente inaudível. Dei também espaço a Hernâni Caniço para explicar sinteticamente a finalidade do projeto do qual a exposição fazia parte. Por fim, terminei a peça com duas informações: o período de exibição e o reaproveitamento das fotografias para uma campanha de arte pública.

²⁵ Simulação de um direto. O jornalista atua como se estivesse numa situação de direto, no entanto as imagens não são transmitidas em tempo real.

A peça de rádio (anexo II) ficou maior e com mais informação. A reportagem, tal como a exposição, é toda ela acompanhada pela música da compositora Sara Carvalho. Comecei por narrar a envolvimento da exposição, referindo-me precisamente ao som ambiente e depois às próprias fotografias. Seguiu-se a explicação do conceito de “Reescrita”, na voz de Pedro Medeiros. Senti a necessidade de aproximar o ouvinte ao projeto pelo que acrescentei uma intervenção do fotógrafo a contar a sua experiência junto das mulheres que retratou. De seguida, tal como na peça televisiva, enquadrei a exposição no projeto da associação Saúde em Português, com a entrevista a Hernâni Caniço. Terminei com uma referência à campanha de arte pública que decorria em paralelo, deixando para o rodapé a informação do local e do período de exibição.

A última experiência exigia um prazo de tempo mais reduzido para ambos os meios. A reportagem seria emitida assim que estivesse pronta, dado o seu caráter atual. Foi requerido à redação de Coimbra que reportasse a situação que decorria com a população da Coutada, no concelho de Ílhavo. Os habitantes lutavam contra a despropriação dos seus terrenos, os quais estão previstos darem lugar ao parque de Ciência e Inovação da Universidade de Aveiro (PCI). O projeto de construção indica serem necessários 35 hectares, o que pressupõe a demolição de 13 casas e a ocupação de vários terrenos, grande parte deles agrícolas. O valor dado em troca é, de acordo com os proprietários, insuficiente. Além disso, argumentam ainda a existência de alternativas ao local de construção do parque. São estas as razões que revoltam os habitantes da Coutada e foi esta a situação que fomos reportar. Partimos de Coimbra ainda de manhã, tendo já como certa a recusa da administração do PCI em prestar declarações. A peça contém por isso apenas o ponto de vista dos proprietários. Dirigimo-nos até ao local, onde entrevistamos o porta-voz do coletivo de Intervenção na Defesa dos Interesses dos Habitantes da Coutada, António Neves; o dirigente da Quercus, João Paulo Pedrosa e ainda dois habitantes em risco de perder a casa, Manuel Alves e Luísa Gomes Amado. Assim que recolhemos o material regressámos rapidamente à redação para editar ambas as peças. A carta que os habitantes receberam por parte da administração do Parque de Ciência e Inovação foi entretanto enviada para a redação por e-mail, de modo a integrar a peça televisiva.

Parti novamente das imagens captadas para estruturar a peça de televisão (anexo III). Comecei por apresentar o local onde se pretende construir o parque de Ciência e Inovação, dando a conhecer logo de seguida o sentimento de revolta dos habitantes através do porta-voz da comunidade. Posteriormente explicito os motivos que causam maior revolta na população, ou seja, os argumentos que o PCI apresenta para defender o avanço do projeto: a falta de alternativas no que toca ao local de construção e o número de postos de trabalho que serão criados. Existe ainda a questão ambiental, a qual abordo com a intervenção do dirigente da Quercus. Visto ser uma zona ambiental que depende dos campos agrícolas envolventes, associo esta problemática aos habitantes que dependem dos seus terrenos para sobreviver. Termina a peça destacando a persistência dos proprietários que prometem esgotar todos os meios para defender os seus terrenos.

A peça de rádio (anexo III) toma logo no início uma estrutura diferente. Em primeiro lugar, numa tentativa de aproximar o ouvinte da situação, apresento os relatos de preocupação dos habitantes da Coutada. Seguidamente, e assemelhando-se à ordem utilizada na peça de televisão, indico os motivos que mais revoltam a população. No entanto, em

rádio sinto a necessidade de transmitir essa informação em duas intervenções de António Neves, simplificando e clarificando o conteúdo de modo a facilitar a sua apreensão. Segue-se igualmente a questão ambiental, defendida pelo dirigente da Quercus. Termino a reportagem de modo semelhante à de televisão, deixando para rodapé informação adicional ao projeto do parque de Ciência e Inovação.

Analisando agora o discurso das reportagens, verificam-se algumas questões enunciadas anteriormente. De facto, ao nível da linguagem, as diferenças não são muitas. Há apenas a particularidade de em rádio incluir a apresentação dos intervenientes e no fim o rodapé. Em todas as peças procurei construir um discurso simples, claro e direto, fazendo uso de termos correntes e de frases curtas. Porém, existem sempre outros aspetos em que os meios divergem.

Na génese está o jornalismo, a notícia. Portanto aí não há grandes diferenças. Depois há algumas variantes em termos práticos. São meios muito distintos. Na rádio temos de ser nós a pintar a imagem, tens que ser tu a levar as pessoas até lá. (...) Na televisão esse caminho está feito, o teu texto é um acrescento ao que a imagem não mostra. Portanto, são diferenças que exigem algum cuidado e formação obviamente. Entrevistado 2

O Entrevistado 2 refere o maior elemento de diferenciação: a imagem (presente na televisão mas ausente em rádio). A construção de uma peça deve sempre depender do material recolhido e foi esse o princípio que segui. Neste sentido, é normal que se verifiquem alguns pontos divergentes entre uma peça de rádio e uma peça de televisão sobre o mesmo assunto. O facto de não haver suporte visual na rádio exige um discurso mais descritivo e envolvente, de modo a transmitir ao ouvinte a imagem da situação que se está a reportar.

A rádio tem um enquadramento próprio, tem um discurso próprio. Na rádio as palavras é que são as imagens. A maneira como se cativa as pessoas. Na televisão podemos ser mais serenos. Na rádio precisamos de mais ritmo, mais força, mais descrição, um esforço maior de transporte das pessoas para o local para colmatar justamente as imagens. Às vezes é possível aproximar mais as pessoas de um local do que uma peça de televisão.
Entrevistado 6

Nas peças que realizei, as principais diferenças encontram-se na organização do discurso. Os excertos selecionados das entrevistas eram, na maioria das vezes, os mesmos para ambos meios. O que mudava era a sua ordem e o texto que as envolvia. No caso da peça sobre os habitantes de Ílhavo considerei que ao colocar as vozes de insatisfação no início iria conseguir aproximar o ouvinte do ambiente de preocupação e de receio dos habitantes. A questão da necessidade de aproximação também se verifica na peça sobre a exposição “Reescrita”, na qual incluí um trecho de entrevista onde o fotógrafo conta parte da sua experiência pessoal junto das mulheres que retratou. É um elemento extra que ajuda a envolver a audiência na atmosfera do acontecimento. No caso da reportagem sobre as jóias perfumadas não existem somente diferenças ao nível estrutural como também nos trechos de entrevistas realizadas. Decidi não incluir na peça de rádio a

explicação do processo de produção dos perfumes e cremes, dada a dificuldade em conseguir transmitir correta e eficazmente a mensagem. Por outro lado, em televisão esse obstáculo era facilmente ultrapassável graças às imagens captadas. Estas serviram como suporte ao discurso e permitiram esclarecer o processo de modo claro e simples. Além disso, os planos foram bem conseguidos, com ângulos e perspectivas fora do comum, pelo que seria um desperdício excluir o método de produção de perfumes e cremes.

Em rádio constata-se também uma maior preocupação em incluir e combinar determinados elementos, com especial atenção para os sons ambiente. Esta amostragem de peças não permite comprovar esta conclusão, a não ser que tomemos em conta o total de peças realizadas nos três meses de estágio. Em televisão apenas duas peças, de um universo de 20, contêm alguma componente suplementar, tais como efeitos nas imagens ou música. Para além da reportagem sobre as jóias perfumadas, destaco a peça “Por um Portugal Melhor” (anexo IV). Trata-se de um vídeo realizado por um grupo de jovens que, devido a mensagem transmitida, ganhou sucesso no *youtube*. Para montar a reportagem utilizamos obviamente trechos do vídeo e efeitos nas transições entre imagens. Nas reportagens de rádio, existe um número muito maior de peças com itens adicionais.

Das 24 peças radiofónicas produzidas, cinco têm música de fundo. Para além da peça já aqui analisada, destaco a peça realizada no âmbito do Dia dos Namorados sobre o trabalho de Marta Ramos como Costureira de Palavras (anexo V). A sua função consiste em escrever aquilo que as pessoas não conseguem exprimir. A música utilizada, *Pas Si Simple* do artista Yann Tiersan, começa com um toque e com um ritmo que remete o ouvinte para o som das antigas máquinas de escrever. Destaco ainda a peça realizada sobre o jogo eletrónico *String-Z* (anexo VI) na qual utilizei como música de fundo a sua banda sonora.

Os sons ambiente foram utilizados sempre que possível, mas surgem apenas em quatro reportagens. A peça sobre os perfumes de Carolina Mota é um bom exemplo de como costume aplicar e conjugar os sons com os restantes elementos. No entanto, faço uma ressalva a outros dois casos: a reportagem da Fábrica de Papel Prado (anexo VII), na qual o ouvinte consegue distinguir as diferentes fases de produção graças ao intercalar de diferentes sons ambiente; e a peça sobre o projeto “Cozinha em Sua Casa” (anexo VIII), onde se distingue facilmente o som do cortar de legumes.

O elemento sonoro é deveras importante numa peça radiofónica porque é a componente que melhor ajuda a dar uma imagem ao ouvinte. No entanto, nem todas as situações de reportagem permitem a recolha de som. Nestes casos, utilizam-se por vezes sons artificiais, ou seja, elementos que não foram captados pelo gravador no local de reportagem. Tal como em televisão existem as imagens de arquivo, a rádio tem igualmente uma espécie de biblioteca de sons. Contudo, hoje em dia os jornalistas optam, na maioria das vezes, retirar os sons da Internet. Esta solução tem de ser utilizada com cuidado e contenção e apenas nos casos onde não se corre o risco de se adulterar a notícia. Durante o estágio, experienciei algumas situações nas quais não se proporcionou a recolha de bons sons ambiente. Recorri ao *download* de sons em quatro situações. Tomemos como exemplo a peça sobre a doença dos pinheiros (anexo IX) e o seu inevitável abate, na qual foi apenas possível

entrevistar a investigadora num corredor da faculdade. Não havia hipótese de captar qualquer som ilustrativo da situação que se estava a reportar. No entanto, e de modo a transmitir ao ouvinte a imagem dos milhares de pinheiros que todos os anos são cortados para evitar a proliferação da doença, foi inserido no início da peça o som de uma moto serra. Destaco ainda a reportagem realizada no âmbito do Dia Mundial da Rádio (anexo X), na qual damos a conhecer o maior colecionador de aparelhos de rádio em Portugal. A peça começa com o som característico que os aparelhos antigos emitiam quando se sintonizava uma frequência. No local não foi possível colocar os rádios a funcionar, pelo que se optou por descarregar esse som da Internet. Por fim, considero ainda interessante dar como exemplo a peça em que falámos sobre os descontos oferecidos pelas parcerias entre supermercados e postos de abastecimento de combustível (anexo XI). O objetivo da reportagem era apenas o de recolher as opiniões dos consumidores sobre este tipo de campanhas. As entrevistas foram realizadas junto das bombas de gasolina e não nas superfícies comerciais, dado que a probabilidade de encontrar alguém com esse tipo de cupões era maior nas gasolinas. No entanto, a peça começa com o ruído das máquinas registadoras. Não se está a adulterar a informação nem a reportagem, visto que o som utilizado enquadra perfeitamente o tema da notícia.

6.2 Rádio e televisão em simultâneo: é possível?

A experiência que tive no estágio de três meses na redação da RTP de Coimbra permite-me concluir que é possível um único jornalista reportar a mesma notícia para rádio e para televisão em simultâneo. Todavia, é necessário ter em consideração alguns aspetos de modo a não colocar em causa a qualidade do jornalismo praticado.

Em primeiro lugar, nem todos os assuntos podem ser difundidos em vários meios pelo mesmo jornalista, como é o caso das notícias de última hora. O repórter deve ter tempo suficiente para se dedicar à produção em ambas as plataformas, de modo a adaptar e a adequar o discurso jornalístico ao respetivo meio. Deste modo, é garantida a diversidade e pluralidade do discurso, bem como o cumprimento dos princípios éticos e metodológicos do jornalismo.

Todas as situações de reportagem que referi foram atribuídas ao único repórter com formação em ambas as plataformas. Contudo, acompanhei um caso no qual foi exigido a um jornalista televisivo para reformular e adaptar a sua peça de modo a ser transmitida na rádio. Tratava-se igualmente de um tema com alguma atualidade: as atividades que o Museu Nacional Machado de Castro tinha preparado para as crianças na época das férias da Páscoa. Neste caso, apenas me foram facultadas as imagens, pelo que não realizei a peça radiofónica. Por essa mesma razão, opto por não incluir esse trabalho no presente relatório. No entanto, considero relevante referir as principais dificuldades enfrentadas pelo repórter. Pelo que observei, o jornalista não teve dificuldades em escrever a peça, sendo que apenas reformulou o discurso que tinha preparado para a televisão. O principal obstáculo foi no manuseamento do programa de edição. O jornalista teve de recorrer aos colegas da rádio para cortar os sons e editar a peça. Neste sentido, deve-se acrescentar uma outra condição: a formação

do jornalista. O repórter deve-se sentir confortável para trabalhar em ambas as plataformas. A qualidade das reportagens apenas fica garantida se o jornalista estiver devidamente preparado e formado para o efeito.

7. Os novos Desafios dos *media* e do Serviço Público de Informação

A convergência mediática levanta diversas questões, ainda mais quando surge associada ao processo de digitalização. Todos os meios de comunicação social estão a atravessar um período de mudança, do qual emergem algumas preocupações no que toca à prática do jornalismo. Os *media* privados estão, na sua maioria, mais avançados no processo do que os serviços públicos. Estes últimos estão dependentes das políticas impostas pelos governos e, durante algum tempo, estiveram impedidos de avançar com a convergência e com a digitalização. Chegou-se a recear o fim do serviço e, em alguns países, esse problema ainda persiste. No entanto, e olhando para o seu percurso histórico, destacam-se outras fases igualmente difíceis que o meio de comunicação público foi capaz de ultrapassar com sucesso. Até ao momento, conseguiram sempre justificar a sua importância para a sociedade e para a democracia do país. Começemos por comprovar a relevância e o impacto que os *media* provocam na civilização, isto é, o motivo que levou os governos a criarem um serviço público de informação.

7.1 Origem do Serviço Público e os seus Pontos históricos

O serviço público de comunicação nasceu na Europa, entre 1920 e 1930, como “instrumento do reforço do sentimento nacional, da coesão social e da consolidação da democracia” (Vasconcelos, 2003: 43). A *BBC – British Broadcasting Corporation*, criada em 1922 no Reino Unido, é uma referência no universo mediático, sendo também o órgão público mais famoso em todo o mundo. O fundador John Reith defendia que os meios de comunicação deveriam oferecer à audiência aquilo que ela procura e, acima de tudo, aquilo que precisa:

Our responsibility is to carry into the greatest possible number of homes everything that is best in every human department of knowledge, endeavour and achievement, and to avoid things which are, or may be hurtful.
(Reith, 1924 apud Moe e Syvertsen, 2009: 399)

O serviço público proliferou depois por toda a Europa, em alguns casos associado aos regimes ditatoriais, tal como aconteceu em Portugal. Cada país tem a sua própria história de serviço público, mas todos enfrentaram algumas dificuldades em comum. Neste momento, o obstáculo que se coloca tem a ver com a emergência das novas tecnologias, associada a mudanças de hábitos na sociedade, às quais o serviço público é obrigado a adequar-se. Esta adaptação traz consigo alguns receios e preocupações, no entanto o passado mostra que os *media* públicos já ultrapassaram outras crises que igualmente colocavam em causa a sua sobrevivência.

7.1.1 A entrada dos emissores privados

Entre 1980 e 1990 a maioria dos emissores de serviço público enfrenta a entrada de operadores privados e, pela primeira vez, lida com a concorrência. No entanto, o primeiro caso ocorreu na Inglaterra em 1955. O primeiro-ministro, Winston Churchill, permitiu a formação da *ITV – Independent Television Authority*, à qual facultou em exclusivo o mercado publicitário em troca do cumprimento de um conjunto de obrigações exigidas. O processo foi tomado cuidadosamente, de modo a manter “a pureza original da BBC: uma estação pública inteiramente financiada pela taxa, sem publicidade” (Vasconcelos, 2003: 44). Contudo, o mesmo não aconteceu nos restantes países da Europa. Só a partir dos anos 80 é os outros estados-membros começaram a abrir as portas aos canais de televisão privados e decidiram, na maioria dos casos, permitir que emissores públicos disputassem também o mercado publicitário. Portugal não foi excepção, mas apenas cedeu as licenças para abertura de dois canais em 1992.

Wolfgang Hoffman Rien nota que, a partir daquele momento, altera-se o modo como estado intervém no serviço público. Este deixa de ser regulado segundo uma base cultural mas de acordo com as regras da economia, evidenciando-se assim um movimento que parte da “cultura” e se dirige para o “mercado” (Rien, 1996 *apud* Moe e Syvertsen, 2009: 400). Perante esta situação, as palavras de Galante e Guareschi ganham sentido: “a esfera pública passou a ser colonizada pelo consumismo promovido pelos interesses do mercado” (2009: 6). Deste modo, os meios de comunicação públicos deixam de proporcionar um espaço “puro” que permitia a participação democrática, onde os cidadãos discutiam assuntos de teor público e formulavam conclusões e opiniões. Os estudos demonstram que, de facto, o serviço público é vulnerável à competição e aos seus reguladores. Apesar de todas estas pressões internas e externas, Rien defende que a filosofia do Serviço Público continua a ser louvável. (Rien, 1996 *apud* Moe e Syvertsen, 2009: 400).

A entrada de canais privados provocou inevitavelmente alterações no Serviço Público de televisão. A chegada da concorrência trouxe ao público uma maior e mais abrangente oferta: mais programas, maior diversidade de conteúdos e, principalmente, mais entretenimento, algo que agradou bastante o público. Em concreto ao nível da informação verificou-se a diminuição da extensão da notícia, o aumento do número de notícias sobre crime, desporto e de *human interest*²⁶ e ainda o aumento de formatos que fundiam notícia com entretenimento (Moe e Syvertsen, 2009). Com receio de perder a sua audiência e com a pressão do mercado, o Serviço Público procurou renovar a sua grelha de programação. Hellman e Sauri observaram os emissores públicos começaram a emitir conteúdos mais semelhantes aos dos seus concorrentes, principalmente em horário nobre.

²⁶ *Human interest*. reportagem tendencialmente emocional sobre a história de vida de uma pessoa comum.

Prime time has become a set of rules (...) although public service broadcasters continued to show more factual, cultural and serious programming, they had adopted similar scheduling principles to their commercial competitors. (Moe e Syvertsen, 2009: 402).

O serviço público começa nesta altura a afastar-se das suas origens, mas continua distinto dos emissores privados. As diferenças ao nível de formato e de conteúdos permanecem, mas menos acentuadas. Apesar de os emissores continuarem distintos, o serviço público não escapou às críticas. O que inicialmente era visto como um instrumento institucional a exercer uma força democrática na sociedade é agora acusado de exercer uma força “neutra”. Esta crítica parte de Stuart Hall que vai ainda mais longe, culpando os *media* de influenciar a audiência a seguir a doutrina política atuante:

Media performed “the critical ideological work of ‘classifying the world’ within the discourses of the dominant ideologies” (Hall, 1977 apud Moe e Syvertsen, 2009: 403).

Nicholas Garnham concorda com Stuart Hall, mas argumenta que esta influência exercida pelos *media* é inconsciente, sendo provocada por pressões ocultas vindas do governo, da economia e das classes sociais de elite.

O problema, segundo Richard Collins, deve-se à irreconciliabilidade entre mercado financeiro e democracia. Se vivêssemos numa sociedade na qual governo e mercado surgissem como duas entidades desagregadas, o serviço público conseguiria de facto tornar-se “espaço para políticas racionais e universais”²⁷. (Garnham, 1986 apud Moe e Syvertsen, 2009: 404)

Neste cenário, e apesar de todas as críticas, Paddy Scannell revela-se em defesa do serviço público argumentando que este criou um novo acesso à esfera pública. Os meios públicos têm a capacidade de selecionar, concentrar e partilhar conhecimento e informações benéficas e úteis à sociedade, criando assim um bem social comum.

By placing political, religious, civic, cultural events and entertainment in a common domain, public life was equalized in a way that had never before been possible. (Scannell, 1989 apud Moe e Syvertsen, 2009: 404)

Chantal Mouffe e Richard Collins apresentam uma visão mais pessimista. De acordo com os autores, as práticas do serviço público nunca corresponderam à construção do ideal de esfera pública e nem existem perspectivas nesse sentido.

The ideal of deliberation in the public sphere in order to reach political consensus is both underivable and impossible; instead, the public sphere should provide channels for expression of collective passions and confrontation between political projects. (Mouffe, 2005 apud Moe e Syvertsen, 2009: 405)

Entretanto, a partir dos anos 90, os *media* debatem-se com mais um obstáculo: a emergência das novas tecnologias e a consequente fragmentação da audiência.

²⁷ Tradução nossa

7.1.2 O Novo Desafio: A digitalização e as novas tecnologias

A Internet começou a ganhar fama na década de 90. Os consumidores voltaram-se para a nova plataforma e começaram a explorar as ferramentas que esta lhes oferecia. A novidade trouxe aplicações interativas e novos modos de comunicação que suscitaram o interesse por parte dos consumidores. Consequentemente, ao longo do tempo, a audiência foi deixando para segundo plano os meios tradicionais. Deu-se assim uma alteração no modo de comunicar. As pessoas passaram a interagir entre elas sem limites de tempo ou de espaço, dando-se a “amplificação das funções cognitivas” (Lévy, 2006: 17) E se, como vimos, a identidade do ser humano depende das suas relações é natural que esta alteração provoque mudanças nos próprios indivíduos.

A Internet criou um novo modelo de comunicação, visto que distribui o poder e o controle entre os seus utilizadores. Deste modo, o público, que até agora era apenas consumidor, ganhou a possibilidade de desempenhar também o papel de produtor. A audiência tornou-se participativa e simultaneamente se dividiu consoante os seus interesses. Cria-se assim um novo paradigma no qual os hábitos da sociedade se alteram significativamente.

Neste cenário, os *media* viram-se obrigados a apostar na digitalização, como meio de continuar a conseguir alcançar a audiência da forma mais eficaz. E de facto, o meio informático permite a difusão de um variado leque de conteúdos, satisfazendo assim todos os interesses do público, por mais diversificados que eles sejam.

Os meios de comunicação privados depressa se mobilizaram para integrar esta nova era da comunicação. No entanto, os serviços públicos não tiveram a mesma oportunidade. Como vimos, num processo de convergência e de digitalização, um dos aspetos fundamentais é o investimento que, na maioria dos casos, é um problema. A esta situação acrescem as políticas aplicadas no serviço público que limitam o seu alcance e a sua abrangência (Moe e Syvertsen, 2009).

Sem possibilidade de se adaptar, o serviço público estava, aos poucos, a tornar-se num anacronismo. O estado começou a ser acusado de estar a financiar uma entidade desnecessária e desatualizada, visto que não conseguiam fazer chegar a informação a toda a audiência de maneira adequada (Moe e Syvertsen, 2009). Por outro lado, houve quem viesse em defesa da manutenção e do reforço do serviço público, argumentando que este se teria tornado ainda mais essencial para a democracia. Com a fragmentação da sociedade e com a possibilidade de selecionar os conteúdos, era mais fácil excluir informação que poderia ser fulcral para a prática da cidadania. A única forma de garantir a democracia seria mantendo o serviço público ativo porque este é capaz de “preserve the principle and practice of a common public life against all those contemporary forces that fragmen it.” (Scannell, 2005 *apud* Moe e Syvertsen, 2009: 407)

7.1.3 A digitalização e as novas tecnologias — o desafio em Portugal

Como vimos, Portugal não é o único país que enfrenta dificuldades com o seu serviço público de informação. Na realidade, todos os órgãos de comunicação se debatem com o advento da digitalização. Os profissionais encontram-se preocupados com o próprio futuro do jornalismo pois receiam que os seus valores e princípios fiquem comprometidos.

De acordo com o “Projecto Desafios do Jornalismo”, realizado pela *Obercom* em dezembro de 2010, os repórteres portugueses estão conscientes das mudanças no meio. A integração de redações e o jornalismo polivalente são algumas das alterações inevitáveis. Aquando da sondagem, 61,3 por cento dos entrevistados trabalhava ainda numa redação em formato tradicional, contudo a maioria considera que a fusão de redações é apenas uma questão de tempo. 80,7 por cento dos inquiridos considera que a formação dos profissionais deve ser redirecionada para o atual modelo comunicacional. Os cursos, segundo a sondagem, devem-se focar no jornalismo multimédia e no *network journalism*. Saber trabalhar em todas as plataformas (rádio, televisão, imprensa, web, etc) será uma condição exigida pelas empresas de comunicação, mas o futuro encontra-se essencialmente na web, desde logo pela mudança de hábitos de consumo. Os inquiridos destacam os telemóveis (58,6%) e a Internet (82,9%) como os dispositivos mais utilizados pela audiência para aceder à informação.

A passagem para a plataforma digital traz algumas vantagens como, por exemplo, a possibilidade de *feedback* por parte do público, algo que, de acordo com as respostas dadas, vem influenciar de forma positiva a prática do jornalismo (49,4%). Outra vantagem é o imediatismo na difusão de notícia, ou seja, a capacidade de resposta rápida a *breaking news* (51,4%). Os jornalistas apontam ainda para outros avanços ao nível da tecnologia usada (44,3%), na capacidade de cobrir as notícias 24 horas por dia (45,7%) e ainda no facto de os meios de comunicação apostarem na construção de uma página na Internet (45,7%).

No entanto, o progresso veio aumentar a pressão do imediatismo comprometendo alguns aspetos. A maioria dos jornalistas refere que o jornalismo de investigação está a enfraquecer (63,6%). Existem porém outros efeitos enunciados como o aumento do sensacionalismo e do *infoentretenimento* (61,4%), a pouca profundidade analítica e contextual (39,3%) e a prática de um jornalismo uniformizado e homogéneo (38,6%). Os inquiridos indicam ainda que atualmente é dada pouca relevância a assuntos complexos e há cada vez mais erros e imprecisões nas notícias difundidas.

O estudo da *Obercom* questiona também sobre a continuidade e a subsistência dos meios de comunicação onde os jornalistas estão empregados. Neste ponto as opiniões dividem-se: 45,7% consideram que a entidade corre riscos a médio prazo, enquanto que 43,6% não transmitem grandes preocupações quanto ao futuro do órgão. Os receios advêm da falta de investimento na indústria (37,5%), do aumento do uso dos *media* online (36,1%) da falta de inovação editorial (43,8%) e por fim da diminuição da utilização e consumo entre os jovens (43,8%). A pressão do mercado publicitário é apontada por apenas por 35,9 por cento dos jornalistas, porém esta pressão tem tendência a aumentar, visto que os próprios inquiridos prevêem que os conteúdos passem a ser difundidos de forma gratuita, sendo exclusivamente baseados na publicidade.

Mesmo com as condições atuais e futuras enunciadas pelos repórteres, 47,1% sente-se “algo positivo” com o futuro da profissão. Apesar das alterações que a digitalização acarreta, entre as quais a possibilidade de criação de conteúdo por parte da audiência, os jornalistas acreditam que maioria das notícias vão continuar a ser “descobertas e difundidas” pelos profissionais, “o texto escrito/narrado não perderá o seu significado” e ainda que a vertente freelancer não se tornará na prática mais comum de jornalismo. Por outras palavras, a grande parte dos inquiridos não teme o fim da profissão, bem pelo contrário, consideram-se o “garante da prossecução da prática jornalística.”

Com este estudo podemos também concluir que os próprios jornalistas sabem que o futuro da sua profissão encontra-se voltado para as novas tecnologias e para a Internet. E de facto, esse futuro já começou em Portugal. Os *media* começaram por adquirir uma página de Internet onde publicam os seus conteúdos ou parte deles. No caso da imprensa, muitas vezes é apenas disponibilizada parte do artigo, pelo que se o leitor pretender ter acesso à notícia completa necessita de efetuar uma subscrição ou de comprar o jornal. As rádios colocam a sua emissão *online* para ser ouvida em direto em qualquer lugar que tenha acesso à Internet. O utilizador tem também a possibilidade de ouvir programas antigos e pode mesmo fazer o *download* de alguns deles. O mesmo acontece nos *sites* desenvolvidos pelos canais televisivos.

Aos poucos, os *media* foram apostando noutros formatos e começaram a publicar uma maior variedade de conteúdos. Hoje em dia, em qualquer *site* de uma estação de rádio ou de um jornal diário estão disponíveis. Entretanto o investimento foi mais além. Nos últimos anos a imprensa escrita tem apostado na criação de canais de televisão por cabo, como é o caso do *Record*, da *Bola* e do *Correio da Manhã*. De certo modo tratou-se apenas de desenvolver num formato que a empresa já detinha.

Assistimos também à emergência dos conteúdos interativos na televisão em que a empresa de telecomunicações Portugal Telecom foi pioneira, criando o serviço *MEO Interativo*. Como seria de esperar, alguns órgãos de comunicação já estão a explorar esse novo campo. A TVI é o emissor que mais tem apostado na interatividade, com a criação de canais associados aos seus programas líderes de audiências. Neste momento existe o canal *Big Brother VIP*, com transmissão 24 horas da casa e com várias possibilidades de interação. Este tipo de canais permitem a visualizar outros vídeos associados ao programa, aceder aos bastidores, acompanhar as redes sociais e até votar nos concorrentes. No caso específico do *Big Brother*, em que um grupo de pessoas estão permanentemente a ser filmadas, é dado a escolher ao telespectador através de que câmara pretende ver a casa. Antes do *Big Brother VIP*, a TVI já tinha desenvolvido uma plataforma interativa semelhante para o anterior *reality show*, o *Secret Story*. A estação desenvolveu também o *TVI Ficção*, um canal igualmente interativo dedicado aos programas de ficção produzidos pelo canal. Os restantes canais já mostraram algum interesse por esta recente aplicação, mas ainda não a exploraram como a TVI. A SIC e a RTP desenvolveram plataformas interativas semelhantes, ambas associadas à informação transmitida nos noticiários. O telespectador pode rever as principais notícias quando quiser, sendo possível selecionar apenas os conteúdos que pretende visualizar. Por outras palavras, o alinhamento das notícias fica nas mãos do utilizador que pode assim criar o seu próprio noticiário de acordo com os seus gostos e interesses pessoais. A aplicação

consegue armazenar cerca de seis meses de programas, o que equivale a mais de 24 mil peças, numa média de 50 a 60 notícias por dia.²⁸ Esta é a função primordial das plataformas interativas da SIC e da RTP. Entre as duas aplicações, a da SIC está mais evoluída visto que oferece uma maior variedade de conteúdos. De acrescentar que, no âmbito do seu aniversário, a SIC criou o canal interativo *SIC 20 anos* que comporta os conteúdos mais marcantes da história da emissora.

As rádios também começaram a voltar-se para as novas funcionalidades oferecidas pela televisão. A RFM criou a *RFMvi* onde disponibilizava, para além da emissão em direto, vídeos com todo o tipo de conteúdos: entrevistas, informação de filmes e de espetáculos, imagens dos programas mais conhecidos, entre outros. O canal está disponível no serviço MEO desde 2011. Este ano, a Rádio Comercial seguiu o mesmo caminho.

7.2 Como manter os meios de comunicação públicos?

Os teóricos concordam na solução para a sobrevivência do serviço público: adaptação é a palavra de ordem. Revendo a história dos *media*, verifica-se que as mudanças ocorrem sempre num sentido de acumulação e não de substituição. O jornal não desapareceu com o aparecimento da rádio e nem esta, por sua vez, foi substituída como advento da televisão. Os novos meios de difusão de notícias, à medida que foram surgindo, foram complementando-se, sem que nenhum deixasse de existir. Neste sentido, o ideal é conjugar os valores tradicionais com as mais recentes tecnologias e com os novos hábitos dos consumidores. Existem três áreas que necessitam obrigatoriamente de renovação: programação, tecnologia e relação com o público.

O universo digital oferece efetivamente melhores condições ao conteúdo que se pretende divulgar. Contudo, não basta apenas migrar os produtos para o meio digital, é necessário antes de mais reformular o conteúdo.

Starting to work on the Internet to produce television programmes and being able to include users as agents in the project right from the start is a way of creating a useful synergy, by making use of interactivity offered by the internet in an original way, that is not a posteriori on an already made product, but a priori, in planning the product it self (Fortunati, 2005 apud Jakubowicz, 2007: 13).

Acrescentam-se ainda dois aspetos que o serviço público tem de respeitar se pretende cumprir com a sua finalidade junto da sociedade: a centralidade e a especificidade, mantendo-se distinto em relação aos restantes media. Em termos práticos, segundo Wiio (*apud* Jakubowicz, 2007: 14), o serviço público deve continuar a sua produção a três níveis. Antes de mais, deve manter os conteúdos e formatos tradicionais para o público em geral, sendo que, mesmo a este nível, pode ser incluída a possibilidade de a audiência interagir. O serviço público deve também apostar neste mesmo formato linear mas

²⁸ Informação disponível em <http://meo.pt/conhecer/tv/canais-interativos>

tendo como alvo uma audiência mais específica. Visto que é um conteúdo voltado para um público restrito, deve-se procurar aumentar o grau de interatividade. Por fim, Wiio sugere um terceiro nível, no qual se cria um “serviço público personalizado”. Neste caso a audiência ganha completo controle sobre a seleção do conteúdo. É por isso um nível caracterizado por um elevado grau de interatividade.

De facto, é visível que a audiência procura, cada vez mais, produtos com os quais se identifica ou que possam ser personificados. Dada esta fragmentação do público, conclui-se que a solução para a sobrevivência do serviço público reside na diversificação da própria estrutura, acolhendo e permitindo a atividade dos receptores.

Broadcasting needed to be turned in to “the open space, the ‘theatre’ in which this cultural diversity is produced, displayed and represented” (Hall, 1992 apud Moe e Syvertsen, 2009: 406)

Neste sentido, o serviço público fica obrigado a modificar a relação que tem com a sua audiência. A estrutura da sociedade já não é a mesma do passado. A existência de classes sociais dividia os indivíduos, o que originava uma relação assimétrica entre os *media* e a sua audiência. Atualmente, com o melhoramento do nível de vida e o progressivo aumento dos níveis de educação, essas barreiras que dividiam os indivíduos já se esbateram.

We are at the end of the era where “experts dictate” and the “journalist is always right” (...) Many barriers are already breaking down – the lines between “amateur” and “professional”, and “user” and “creator” are becoming increasingly blurred (Stark, 2006 apud Jakubowicz, 2007: 19).

Graham Murdock tentou redefinir o serviço público num ambiente digital, com a finalidade de o tornar menos limitado:

A linked space difened by its shared refusal of commercial enclousure and its commitment to free and universal acess, reciprocity, and collarorative activity. (Murdock, 2005 apud Moe e Syvertsen, 2009: 407)

A esta reformulação, Murdock chamou de “digital commons”. O nome deve-se ao facto de, com o advento da digitalização, os consumidores ganharem a possibilidade de se tornarem eles próprios em produtores e difusores de conteúdo.

Many industry observers believe that this could signal the next stage in the “democratization” of the internet – meaning that consumers are no longer merely “end users” of information and services provided by a smaller number of hosts/content generators, but instead are increasingly becoming both consumers and generators themselves. (OFCOM, 2006 apud Jakubowicz, 2007: 12)

Os *media* perderam o total controle sobre a forma como a comunicação se processa, pois o movimento da informação deixou de ser unidirecional. Atualmente, com a digitalização, os receptores têm a possibilidade de enviar conteúdo no sentido oposto como também têm a possibilidade de estabelecer contacto entre si. Como já foi referido, aos consumidores é permitido assumir também o papel de produtores. Não podemos, porém, temer esta mudança porque nem todos os amadores se tornarão profissionais. Mesmo com a grande oferta de conteúdo, as companhias mediáticas vão sempre existir. A sua atividade pode mudar ligeiramente; os *media* vão passar a desempenhar frequentemente o papel de filtros, evidenciando o material mais relevante colocado online. Contudo, não vão deixar de produzir os seus próprios conteúdos que naturalmente terão mais qualidade.

Certainly, digital media will creat new starts and new businesses, but making high-quality video content will always be a daunting and expensive task. Music or a blog can be composed from a bedroom, but not an episode of 'Friends'. Don't write off Hollywood and the big media groups just yet. (The Economist, 2006 apud Jakubowicz, 2007: 13)

No entanto, não deixa de ser necessário que o emissor público reformule a sua oferta. O segredo está em deixar a audiência tenha a sensação de que tem controle total sobre o serviço. Os editores e jornalistas têm de deixar de dominar o serviço público a 100 por cento e, se partilharem esse poder com a sociedade, conseguem envolvê-la e cativá-la mais facilmente.

People should be able to feel that public broadcasting is theirs [...] New media, as several public service broadcasters have recognized, provide striking opportunies to break out [the] 'take what you are given' mode. (Kearns, 2003 apud Jakubowicz, 2007: 19)

John Keane deixa uma sugestão para que se possa concretizar esta premissa em termos práticos: a criação de um *weblog* (Keane, 1991 *apud* Jakubowicz, 2007). Esta página digital iria estar a cargo dos editores do meio de comunicação social e iria servir como elo de ligação entre os jornalistas e o seu público. A iniciativa iria tornar as práticas de serviço público mais transparentes. De acrescentar que deste modo os editores poderiam obter um feedback que os ajudasse a ir ao encontro do que a audiência procura. O *weblog* poderia permitir igualmente a introdução de conteúdos do público, mas sem comprometer a sua qualidade.

Em resumo, a solução para a sobrevivência de um serviço público reside na adopção de um modelo de “full portfolio distinctiveness” (Jakubowicz, 2006: 17). Por outras palavras, significa investir numa plataforma que concentre todo o tipo de conteúdos em todos os géneros de formatos, sem colocar em causa as características que distinguem o serviço público dos restantes emissores. Para a mudança ser possível é necessário que lhe seja permitido ultrapassar os limites impostos pelas entidades estatais.

Importa referir que essas políticas diferem de país para país. Verificou-se que, em alguns casos, o serviço público era apoiado e por vezes até obrigado a desenvolver novas plataformas para fazer parte da era digital. Noutros países observou-se precisamente o contrário, com a imposição de limites na utilização das novas tecnologias. De facto, e segundo Mendel (2000, *apud* Moe e Syvertsen, 2009), podemos identificar três modelos de serviço público, consoante a influência do estado. Quando a intervenção é extensa, estamos perante um serviço forte, bem financiado, em que na maioria dos casos se mantém a taxa de televisão paga pelo público. Com uma intervenção moderada, o estado apenas pretende manter o serviço público como modo de assegurar a criação de conteúdos nacionais que difundam a cultura e os assuntos do país. Existe ainda o terceiro modelo no qual a intervenção é mínima. Neste caso o estado considera o serviço público um órgão de comunicação secundário e não central, pelo que o apoio financeiro, tanto por parte do estado como por parte do público, é mínimo. Segundo o autor, estes modelos são aplicados em países europeus como Espanha, Itália, Grécia e também Portugal onde, caso não se aposte numa forte intervenção, torna-se difícil para o serviço público retomar a sua posição central na sociedade.

Os recentes acontecimentos ocorridos na Grécia vêm apoiar esta classificação de Mendel. No dia 11 de junho, o serviço público de informação grego foi encerrado devido à «falta de transparência e incrível extravagância»²⁹ da sua gestão. O fecho da *Elliniki Radiofonía Tileórasi* (ERT) provocou uma onda de protestos no país que quase derrubou o governo grego. Os jornalistas, revoltados com a decisão, permaneceram nos estúdios e continuaram a emitir via Internet. Precisamente um mês depois, no dia 11 de julho, as emissões da televisão pública foram retomadas na mesma frequência. O primeiro conteúdo difundido foi uma imagem fixa na qual estava escrito “Televisão Pública Grega”³⁰. A emissão está a ser realizada a partir de um estúdio privado e não conta com a participação dos trabalhadores da ERT. A nova emissão, segundo os jornalistas da estação pública, é pirata. Por isso, os funcionários da ERT vão recorrer à justiça para protestar as decisões tomadas pelo governo de Antonis Samara.

A situação do serviço público grego chegou a este extremo não apenas devido à crise financeira do país, mas principalmente por causa do reduzido apoio e fraca intervenção do estado. O caso chegou a um ponto preocupante em que a União Europeia já se sentiu obrigada a intervir. Assim que o governo grego avançou com o encerramento da ERT, a União Europeia de Radiodifusão solicitou o restabelecimento do sinal, mas sem sucesso. As emissões foram apenas retomadas um mês depois e em condições pouco transparentes que colocam em causa a credibilidade do conteúdo difundido.

A Europa sempre demonstrou algum interesse e preocupação quanto aos *media* públicos e sempre defendeu a sua existência e manutenção. Os estados-membros reconhecem igualmente a importância do serviço público desde 1997, quando assinaram o Tratado de Amesterdão. A União Europeia intervém sempre que o serviço atravessa algum tipo de dificuldade,

²⁹ Público (2003) “Grécia anuncia encerramento temporário da TV pública”, 11 de junho. Página consultada a 11 de junho de 2003 <<http://www.publico.pt/mundo/noticia/grecia-anuncia-encerramento-temporario-da-tv-publica-1597087>>

³⁰ RTP I Telejornal (2013) “Televisão ERT “pirata” retoma emissões na frequência da televisão pública grega”, 11 de julho. Página consultada a 12 de julho de 2013 <<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=665962&tm=7&layout=122&visual=61>>

como aconteceu com o advento das novas tecnologias. No entanto, nunca se impõe “escudando-se na ideia de que, neste campo, cada Estado é soberano” (Lopes, 2013). Inicialmente, a UE temia que a digitalização provocasse uma indefinição entre os diversos meios de comunicação. Entretanto, verificou-se que as restrições impostas por alguns estados-membros colocavam em risco a existência dos seus emissores públicos de informação. A conjuntura preocupou a Comissão Europeia que, em 2006, apresentou a sua posição relativamente ao surgimento das novas tecnologias.

It has been clear for us that public service broadcasters should be able to benefit from the possibilities offered by technological developments. Otherwise, they would no longer be in the position to comply with their public service remit and to satisfy their audiences. (...) Public service broadcasters are, in principle, free to develop other activities than traditional broadcasting and make available sociably valuable content on other platforms. The Commission does not question such activities by public service broadcasters; however the scope and financing of such activities should be clearly defined by the Member States. (Reding, 2006 apud Jakubowicz, 2006: 22)

No ano seguinte, o Comité de Ministro do Conselho da Europa emitiu uma Recomendação aos membros do Conselho Europeu. O documento apelava à manutenção dos serviços públicos de informação nesta nova era, através de apoios que permitissem ao órgão público continuar a exercer a cumprir a sua finalidade. Em simultâneo, foi também emitido um guia contendo linhas orientadoras de como o serviço público de informação deve atuar na sociedade, bem como as condições necessárias para sobreviver ao advento das novas tecnologias e à mudança de hábitos na sociedade. Esta Recomendação é o primeiro documento oficial que assegura a manutenção do serviço público. Assemelha-se ao modelo “full portfolio distinctiveness” apresentado anteriormente.

7.3 O Caso Rádio e Televisão de Portugal

Todo e qualquer meio de comunicação social, para conseguir manter a sua atividade, necessita de acompanhar as tendências do público. Nos dias que correm, os *media* vêem-se obrigados a apostar nas novas tecnologias e a adaptar-se às mudanças nos hábitos de consumo. No caso do serviço público, essa transição é relativamente mais complexa e lenta. Acima de tudo, é necessário investimento por parte do governo e pode ser igualmente necessária alguma alteração ao nível legislativo. O importante é não deixar morrer o serviço público de informação, apelo já realizado pelo próprio Conselho Europeu.

No caso português, como em toda a Europa, o estado é a entidade que tem como obrigação garantir a sobrevivência da Rádio e Televisão de Portugal. A legislação europeia, bem como a portuguesa, assim o indicam. Na Constituição da República, o artigo 18 obriga a que exista um serviço público de informação e garante a sua liberdade:

5. O Estado assegura a existência e o funcionamento de um serviço público de rádio e de televisão.

6. A estrutura e o funcionamento dos meios de comunicação social do sector público devem salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração e os demais poderes públicos, bem como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião.

Portanto, sendo uma entidade pública, a RTP deve estar ao serviço da sociedade e do estado. A Lei da Rádio e da Televisão resumem, nos artigos 48º e 50º respetivamente, a missão que os emissores públicos têm a cumprir:

2 — (...) garante a observância dos princípios da universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, isenção e independência da informação, bem como o princípio da inovação.³¹

Houve entretanto necessidade de tornar transparente o financiamento e clarificar as obrigações do serviço público português. Para esse efeito foi criado um Contrato de Concessão entre as duas entidades. O documento faz referência a diversos regulamentos legislativos nacionais e europeus e deixa claro que:

o serviço público deve constituir uma referência para a população e assentar numa oferta que garanta o acesso universal, constituindo-se como um factor de coesão e integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades sociais, garantir a imparcialidade e independência da informação e do comentário, disseminar conteúdos audiovisuais inovadores e diversificados, de acordo com padrões éticos e qualitativos elevados, assumir-se como um fórum de discussão plural e meio de promover a participação democrática alargada dos cidadãos, bem como contribuir para a criação e produção audiovisual, assegurando a divulgação da diversidade da herança cultural nacional e europeia.

Com a chegada da digitalização, novos obstáculos se colocaram ao serviço público. A comissão europeia já tinha deixado clara a importância da manutenção do serviço no Tratado de Amesterdão de 10 de novembro de 1997³². No entanto, viu-se obrigada a intervir novamente em 1999. A 25 de janeiro desse ano, a Resolução do Conselho da União Europeia e dos Representantes dos Estados-Membros defendeu que

³¹ Lei da Televisão (art. 50º da Lei n.º 8/2011 de 11 de Abril) e Lei da Rádio (artigo 48º da Lei n.º 54/2010 de 24 de Dezembro)

³² “...a radiodifusão do serviço público nos Estados-Membros se encontra diretamente associada às necessidades de natureza democrática, social e cultural de cada sociedade, bem como a necessidade de preservar o pluralismo nos meios de comunicação social”

Se deve manter e aumentar a capacidade do serviço público de radiodifusão para oferecer ao público uma programação e serviços de qualidade nomeadamente através do desenvolvimento e da diversificação das atividades na era digital.

Entretanto surge em 2003, por parte do Comité de Ministros do Conselho da Europa, a Recomendação Rec onde se evidenciava a necessidade de o serviço público apostar nos meios mais indicados para cumprir as suas obrigações na plataforma digital. Tratava-se, como o próprio nome indica, de uma recomendação. As dificuldades nos órgãos públicos europeus continuaram e, nesse sentido, o Comité voltou a intervir no ano seguinte, apelando aos estados-membros a criação de

Um quadro jurídico, institucional e financeiro para o funcionamento do serviço público de radiodifusão, bem como para a sua modernização e a sua adaptação, a fim de responder às necessidades do público e aos desafios da era digital.

Todas estas linhas orientadoras integram o Contrato de Concessão entre o Estado Português e a Rádio e Televisão de Portugal. No entanto, na prática não é isto que se verifica. Os restantes órgãos de comunicação do país foram adoptando metodologias diversas e aos poucos invadiram o espaço digital, enquanto que o Serviço Público se manteve praticamente imóvel. Naturalmente, apostou na criação de *websites* e de páginas nas redes sociais, desenvolvendo a sua relação com o público. A RTP já apostou igualmente nos formatos interativos da televisão com O Meu Telejornal: programa que permite ao utilizador escolher as notícias e a ordem pela qual as pretende visualizar. No entanto, o investimento e as inovações foram mínimos em comparação às que foram concretizadas pelos meios privados. As produções são apenas migradas, sem a adaptação necessária para tornar o conteúdo verdadeiramente interativo. É possível ver televisão em direto, seleccionar programas ou notícias de interesse pessoal, bem como deixar comentários ou partilhar os conteúdos nas redes sociais mas que, nos tempos que correm, não é suficiente para satisfazer o desejo de interação manifestado pelo público. Neste momento a Rádio e Televisão de Portugal está a ser reestruturada, mas ao nível da convergência de redações e de editorias de rádio e de televisão. A digitalização é uma área que, até à data, ainda não foi apontada como alvo de renovação.

Compreende-se que a época não é favorável ao investimento. Antes pelo contrário, a Rádio e Televisão de Portugal procura, a todo o custo, reduzir nos gastos da empresa. O próprio processo de convergência é uma medida de contenção de custos. Os jornalistas receiam que a empresa efetue cortes que possam prejudicar a missão do serviço público e coloquem em causa a própria democracia. A integração de redações, que se encontra em curso, já preocupa os jornalistas. Da maneira como as medidas de contenção estão a ser tomadas, os repórteres temem o fim das delegações regionais e as consequências que esta iria provocar:

Seria um disparate histórico, estaríamos a contrariar todo um trabalho de 20 anos que tem a ver com a própria democracia e com a descentralização da vida do país. E atrás da RTP iriam os outros órgãos. O facto que estamos aqui em Coimbra obriga a SIC e a TVI a ter também boas equipas aqui no terreno. Isto é bom para o país como também para os habitantes de Coimbra que se tiverem um problema ou desenvolverem uma iniciativa, tem cá redações que acompanham e difundem o acontecimento. Metade das coisas não se saberiam se não houvesse aqui redações. Entrevistado 6

A Rádio e Televisão de Portugal é um caso preocupante. Portugal faz parte do grupo de países que pouco investe no serviço público, tal como a Grécia. Nestes casos, existe um maior risco de extinção porque o serviço público não ocupa um lugar central e indispensável na sociedade. Cabe ao governo evitar que a RTP tenha o mesmo destino que a ERT. Os problemas de ambos os serviços públicos são semelhantes, no entanto as medidas tomadas são diferentes (Paula Brito, 2013). Por enquanto, não se prevê o encerramento da Rádio e Televisão de Portugal, mas sim a sua reestruturação que não deixa de ser um processo árduo e doloroso, principalmente para os funcionários do serviço público.³³

Deste modo, torna-se essencial seguir as indicações dadas pelo Conselho Europeu. Estas precisam de ser aplicadas com algumas adaptações ao contexto histórico, social e económico de cada órgão público. No caso da RTP, a solução passa por garantir “um financiamento confortável à concessionária, reduzindo-lhe o acesso ao mercado publicitário (...) para que não restem quaisquer tentações de programar em função das audiências” (2003: 199). A sugestão parte de António Pedro Vasconcelos que em suma defende que, antes de mais, é necessário tornar a Rádio e Televisão de Portugal independente dos poderes políticos e económicos.

Aparentemente, e tendo em conta todas as teorias, formulações e casos reais apresentados neste relatório, verificamos que a Rádio e Televisão de Portugal não está no caminho correto para garantir a sua sobrevivência e assegurar um serviço público de qualidade, promotor da cidadania e, acima de tudo, garante da Democracia.

³³ In “ERT grega e RTP portuguesa. O que une e separa estas duas TV públicas”. Dinheiro Vivo, 12 de junho. Página consultada a 13 de julho de 2013, <<http://www.dinheirovivo.pt/Buzz/Artigo/CIECO173198.html?page=0>>

8. Conclusão

O estágio na redação da Rádio e Televisão de Portugal, em Coimbra, foi um período bastante gratificante e proveitoso. Em termos práticos, tive a oportunidade de trabalhar numa redação integrada, em que jornalistas de rádio e de televisão partilhavam o mesmo espaço. Fazer reportagens para os dois meios, por vezes em simultâneo, deu-me uma visão mais alargada do que é fazer jornalismo e fortaleceu o meu conhecimento sobre os *media*. Apercebi-me dos limites e vantagens de cada um dos meios e sinto que melhorei na escrita e na construção de notícias. Desenvolvi técnicas que aprendi a aplicar na organização da informação e na captação do interesse e atenção do público. Recebi com agrado todos os conselhos dados pelos jornalistas da redação, que sempre se mostraram disponíveis para ensinar e dar dicas sobre o trabalho realizado. O convívio e o trabalho em equipa com jornalistas experientes foi verdadeiramente enriquecedor. Este período de estágio foi o momento alto de todo o meu percurso académico visto que pode colocar em prática toda a teoria adquirida até ao momento. Em paralelo pude experienciar o que é ser jornalista: uma profissão sem horários, constantemente pressionada pelo tempo e pelo olhar crítico do público. Porém, são aspetos que não demovem aqueles que nutrem uma verdadeira paixão pelo jornalismo.

Apreciei bastante a forma como fui acolhida na RTP Coimbra. Havia um ambiente de camaradagem e de interajuda que se estendeu aos estagiários. Toda a delegação, incluindo técnicos, administrativos, seguranças e empregados de limpeza, convivia sob um ambiente de amizade que me facilitou a integração naquela equipa. O bem-estar no local de trabalho é de facto importantíssimo no rendimento de um trabalhador.

Constatei ainda a importância do serviço público. Observei e senti o ambiente de responsabilidade que aquela redação suportava. Os jornalistas conhecem a sua missão e estão conscientes daquilo a que se comprometeram com público, mas estão também conscientes das dificuldades que a RTP atravessa e sempre se mostraram preocupados com o rumo que o estado está a delinear para a empresa.

Com a investigação teórica que realizei após o estágio verifico que o próprio conceito de jornalismo está a sofrer alterações, em grande parte devido ao advento do digital. Garrison (1995 *apud* Quadros, 1998: 84) enumera os principais factores:

a possibilidade de cada um de nós atuarmos como jornalistas, disponibilizando conteúdos na Internet; o término do papel do jornalismo como gatekeeper privilegiado do espaço público; e as próprias características do mundo online que permitem a confluência de várias mídias numa só e as hiperligações, os links que permitem a navegação na Internet, produzindo-se a partir daí um texto de múltiplas autorias

As mudanças na sociedade e as alterações de hábitos obrigam igualmente a mudanças nos meios de comunicação social. Neste sentido, a sobrevivência do serviço público reside na convergência que, na verdade, “representa uma mudança

de paradigma — um deslocamento de conteúdo de *mídia* específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais, em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a múltiplos modos de acesso de conteúdos de mídia” (Jenkins, 2006: 310).

De uma forma ou de outra, a era digital veio alterar o modelo de interação entre os *mídia* e o público. Este último é cada vez mais fragmentado e exigente pelo que se conclui que a convergência é a verdadeira solução para a sobrevivência dos meios de comunicação públicos. No entanto, é necessário ter em atenção o modo como a convergência é aplicada por forma a não colocar em causa os valores e princípios do jornalismo.

Na Rádio e Televisão de Portugal verificam-se algumas falhas na forma como o processo de convergência decorre. Entre elas destaco a pouca importância dada ao nível dos novos *mídia*. É certo que o serviço público já se encontra na Internet, nas redes sociais e já desenvolveu algumas aplicações interativas. Contudo o futuro dos meios de comunicação social, sejam eles públicos ou privados, passa obrigatoriamente pelo constante investimento nas novas tecnologias. De qualquer forma, para haver esse desenvolvimento no meio digital é necessário haver uma determinada estabilidade financeira — algo que a RTP neste momento não tem, mas procura ter. Por isso acredito que, com um novo e correto modelo de financiamento, que permita o investimento financeiro nos equipamentos e nos profissionais, a par de um contrato de concessão mais definido, a Rádio e Televisão de Portugal estará no caminho certo para garantir a sua sobrevivência.

9. Bibliografia

- Bolaño, César; Sousa, Helena (2005) “As políticas audiovisuais de Portugal e do Brasil face à Globalização e às propostas supra-nacionais da União Europeia e do Mercosul” LUSOCOM, <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bolano-cesar-sousa-helena-as-politicas-audiovisuais-de-portugal-e-do-brasil-face-a-globalizacao-e-as-propostas-supra-rationais-da-uniao-europeia-e-do-mercosul.pdf>> [27 de maio de 2013]
- Burns, Lynette Shediran (2002) *Understanding Journalism*. London: Sage
- Carvalho, Alberto Arons (2002) *Valerá a pena Desmenti-los?*. Coimbra: Minerva
- Carvalho, Alberto Arons (2009) *A RTP e o Serviço Público de Informação*. Coimbra: Almedina
- Correia, João Carlos (2005) “O jornalismo e o sistema político: audiências e manipulação” In: Correia, João Carlos (org). *Comunicação e Política* (pp. 45 – 62). Covilhã: Serviços Gráficos da Universidade da Beira Interior
- Dailey, Larry (2003) “The Convergence Continuum: A model for Studying Collaboration Between Media Newsroom”, *Association for Education in Journalism and Mass Communication*. <<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.130.4530&rep=rep1&type=pdf>> [2 de julho de 2013]
- Domingo, David et al. (2007) “Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends in Spain” Comunicação apresentada no 8th international Symposium on Online Journalism, Austin, 30 a 31 março
- Fang, I. (1991) *Writing Style Differences in Newspaper, Radio and Television News*. Monografia, University of Minnesota
- Fidler, Roger (1997) *Mediamorphosis: understanding new media*. London: Pine Forge Press
- Filho, Clovis de Barros (1995) *Éticas na Comunicação* São Paulo: Summus
- Galante e Guareschi (2009) “Convergência Mediática: uma nova forma de participação democrática uma comunicação” Comunicação apresentada no VIII Congreso Internacioanl de Salud Mental y Derechos Humanos, Buenos Aires, 19 a 22 de novembro
- Giner, Juan Antonio (2001) *Innovations in Newspapers 2001*. França: World Association of Newspapers
- Gradim, Anabela (2003) “O Jornalista Multimédia no século XXI” In: Fidalgo, António; Serra, Paulo (org.) *Jornalismo Online* (pp. 117-134) Covilhã: Labcom
- Grundy, Bruce (2008) *Então, quer ser Jornalista?*. Lisboa: Bizâncio

- Hernâni, Santos (2007) Manual de Jornalismo de Rádio. Lisboa: Cenjor
- Jacobson, Daniel (2009) “COPE: Great Once, Publish Everywhere” <<http://blog.programmableweb.com/2009/10/13/cope-create-once-publish-everywhere/>> [20 julho 2013]
- Jenkins, Henry (2006) Cultura da Convergência. São Paulo: Aleph
- Jenkins, Henry (2001, junho). Convergence? I diverge. MIT Technology Review, p.93
- Karol, Jakubowicz (2006) “Public Service Broadcasting: a new beginning or the beginning of the end?” Comunicação apresentada na conferência Public Service Broadcasting in the Multimedia Environment: Programmes and Platforms organizada pela Re-visionary Interpretations of the Public Enterprise, em novembro de 2006.
- Lage, Nilson (2001) A reportagem: teoria e técnica de entrevistas e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Editora Record
- Lévy, Pierre (1999) Cibercultura. São Paulo: Editora 34
- Lopes, Cristina (2010) “Linguagem literária e linguagem jornalística: Cumplicidades e distâncias” Universidade Autónoma de Lisboa, <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-lopes-cumplicidade.pdf>> [9 de junho de 2013]
- Lopes, Felisbela (1999) “Serviço Público de Televisão: a crise, a identidade, os desafios”. Comunicação apresentada no I Congresso das Ciências da Comunicação, Lisboa, 22 a 24 de março. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-felisbela-servico-publico-tv-crise-1999.pdf>> [9 de junho de 2013]
- Lopez, Debora Cristina (2009) “Radiojornalismo e convergência tecnológica: uma proposta de classificação” Comunicação apresentada no XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 4 a 7 de setembro. <http://www.academia.edu/195196/Radiojornalismo_e_convergencia_tecnologica_uma_proposta_de_classificacao> [8 de junho 2013]
- Mendes, João Maria (2010) Por Quê Tantas Histórias — O Lugar do Ficcional na Aventura Humana. Coimbra: Minerva
- Meneses, João Paulo (2003) Tudo o que se passa na TSF...Para um “livro de estilo”. Porto: Edição Jornal de Notícias
- Gentile, B. (2010) “Defining Backpack Journalism — Again” Backpack Journalism Blog [online]. [Acedido a 17/06/2013]. Disponível em: <http://billgentile.com>
- Moe, H. e Syvertsen, T. (2009) “Researching Public Service Broadcasting” In: K. Wahl-Jorgensen e T. Hanitzsch, ed. The Handbook of Journalism Studies. New York and London: Routledge, pp. 398-411
- Negroponete, Nicholas (1995) Being Digital. New York: Alfred A. Knopf, Inc

O'Reilly, Tim (2005) "Web 2.0: Compact Definition?" O'Reilly Radar [online]. [Acedido a 09/08/2013]. Disponível em <<http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html>>

Oliveira, Jorge Nuno (2007) Manual de Jornalismo de Televisão. Lisboa: Cenjor

Quadros, Cláudia et al. (orgs) (2011) Jornalismo e Convergência: ensino e práticas profissionais. Covilhã: LabCom Books.

Quandt, T. e Singer, J. B. (2009) "Convergence and Cross-Platform Content Production" In: K. Wahl-Jorgensen e T. Hanitzsch, ed. The Handbook of Journalism Studies. New Yourk and London: Routledge, pp. 130-144

Ricardo, Daniel (2010) Ainda bem que me pergunta — O 1º Manual de Escrita Jornalítica Editado em Portugal. Lisboa: Casa das Letras

Salaverría, Ramón; Negredo, Samuel (2008) Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol 90

Santos, Boaventura de Sousa (2004) "Media e Democracia". Visão, 25 de novembro. Página consultada a 29 de junho de 2013, < <http://www.ces.uc.pt/opiniao/bss/118.php>>

Santos, Hermílio (2005) "Alteridade, decepção e estigma no ciberespaço: desdobramentos da interação social mediada" Revista Famecos 26, pp. 41-46

Tameling, K., M. Broersma (2013) "De-converging the newsroom : Strategies for newsroom change and their influence on journalism practice" The International Communication Gazette 75(1) pp.19–34 <<http://gaz.sagepub.com>> [11 de abril de 2013]

Tárcia, Lorena (2007) "Convergência de Mídias e Jornalismo" in: Ação, Pesquisa e Reflexão sobre a docência na formação do jornalista em tempos de convergência das mídias digitais. Dissertação de Mestrado, Centro Universitário de Belo Horizonte. <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/tarcia-lorena-convergencia-de-midias-e-jornalismo.pdf>> [9 de junho de 2013]

Thompson, John B. (1998) A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes

TOMPKINS, Al. (2002) "Convergence Needs a Leg to Stand On" <<http://www.poynter.org/uncategorized/4919/convergence-needs-a-leg-to-stand-on/>> [11 de abril de 2013]

Vasconcelos, António Pedro (2003) Serviço Público, Interesses Privados: O que está em causa na polémica da RTP. Lisboa: Oficina do Livro

Wahl-Jorgensen, Karin; Hanitzsch, Thomas (ed.) (2009) The Handbook of Journalism Studies. New York e London: Routledge

Legislação:

Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão a 25 de março de 2008

Lei da Televisão - Lei n.º 8/2011, de 11 de abril

Lei da Rádio - Lei n.º 54/2010 de 24 de Dezembro

Conselho Europeu: Tratado de Amsterdão 97/C 340/01 de 10 de novembro de 1997

Recomendação Rec (2003)9 do Comité de Ministros aos Estados membros sobre Medidas para Promover a contribuição democrática e social da radiodifusão digital (Adoptada em 28 de Maio de 2003 no 840.º encontro de representantes ministeriais)

Meios de Comunicação:

Brito, Paula (2013) “ERT grega e RTP portuguesa. O que une e separa estas duas TV públicas”. Dinheiro Vivo, 12 de junho. Página consultada a 13 de julho de 2013, <<http://www.dinheirovivo.pt/Buzz/Artigo/CIECO173198.html?page=0>>

Lopes, Felisbela (2013) “As licções (do fecho) da TV pública grega”. Correio do Minho, 16 de junho. Página consultada a 1 de julho de 2012, < <http://www.correiodominho.com/cronicas.php?id=5237>>

Real, Hugo (2013) “Plano da RTP sem cortes e rescisões”. Correio da Manhã, 19 de fevereiro. Página consultada a 9 de março de 2013, <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/plano-da-rtp-sem-cortes-e-rescisoes>>

Público (2013) “Plano para a RTP «liminarmente rejeitado» pela Comissão de Trabalhadores”, 18 de março. Página consultada a 20 de março de 2013, <http://www.publico.pt/politica/noticia/plano-para-a-rtp-liminarmente-rejeitado-pela-comissao-de-trabalhadores-1588257>

Le Monde Diplomatique (1999) “Journalistes à tout faire de la presse américaine” Página consultada a 2 de julho de 2013, <<http://www.monde-diplomatique.fr/1999/02/KLINENBERG/11643>>

Lopes, Maria (2013) “Jornalistas de TV e de rádio da RTP recusam fusão das redações sem serem ouvidos”. Público, 2 de maio. Página consulta a 3 de maio de 2013, <<http://www.publico.pt/portugal/noticia/jornalistas-de-tv-e-de-radio-da-rtp-recusam-de-modo-formal-a-fusao-das-redaccoes-1593165>>

Lopes, Maria (2013) “Jornalistas da rádio pública fazem referendo sobre a fusão da redação com RTP”. Público, 29 de abril. Página consultada a 29 de abril de 2013, <<http://www.publico.pt/sociedade/noticia/jornalistas-da-radio-publica-fazem-referendo-sobre-fusao-da-redacao-com-rtp-1592872>>

Lopes, Maria (2013) “«Factores irrepetíveis» dão lucro de 41 milhões à RTP”. Público, 22 de maio. Página consulta a 23 de maio, <<http://www.publico.pt/politica/noticia/factores-irrepetiveis-dao-lucro-de-41-milhoes-a-rtp-1595212>>

Lopes, Maria (2013) “Trabalhadores da RTP e da Lusa querem que novo ministro suspenda medidas de Relvas”. Público, 17 de maio. Página consultada a 17 de maio de 2013, <<http://www.publico.pt/politica/noticia/trabalhadores-da-rtp-e-da-lusa-querem-que-novo-ministro-suspenda-medidas-de-relvas-1594750>>

Lopes, Maria (2013) “Jornalistas consideram que fusão de redações ameaça autonomia da RDP”. Público, 8 de maio. Página consultada a 8 de maio de 2012, <<http://www.publico.pt/portugal/noticia/jornalistas-consideram-que-fusao-de-redaccoes-ameaca-autonomia-da-rdp-1593817>>

Público (2003) “Grécia anuncia encerramento temporário da TV pública”, 11 de junho. Página consultada a 11 de junho de 2003, <<http://www.publico.pt/mundo/noticia/grecia-anuncia-encerramento-temporario-da-tv-publica-1597087>>

RTP I Telejornal (2013) “Televisão ERT «pirata» retoma emissões na frequência da televisão pública grega”, 11 de julho. Página consultada a 12 de julho de 2013 <<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=665962&tm=7&layout=122&visual=61>>

TVI24 (2013) “RTP «segue preceitos legais» no plano de redimensionar empresa”, 30 de maio. Página consultada a 30 de maio de 2013, <<http://www.tvi24.iol.pt/economia---economia/rtp-rtp-redimensiona-empresa-despedimentos-comissao-dos-trabalhadores-da-rtp/1455133-6377.html>>

Anexos

ANEXO I

Título	Perfumes artesanais com aromas de especiarias e ervas dos campos portugueses	
Local de Reportagem	Coimbra	
Jornalista	Carolina Ferreira e Pedro Teodoro (repórter de imagem)	
Entrevistados	Carolina Mota, mentora do projeto Ana Figueiredo, investigadora auxiliar	Duração: Rádio – 2'33" Televisão – 2'16"

Tema: Carolina Mota produz perfumes com aromas característicos da cultura portuguesa, utilizando métodos artesanais. A partir dos perfumes são também elaborados cremes que, tal como os primeiros, são completamente naturais. O projeto evolui e atualmente Carolina Mota aplica os perfumes a jóias e acessórios de moda, criando assim um conceito onde arte e ciência se unem.

RÁDIO

LANÇAMENTO

Perfumes com aromas dos campos portugueses; cremes para o corpo, jóias e acessórios de roupa onde podemos aplicar esses perfumes. Arte e ciência juntas num projeto que nasceu nos laboratórios da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra e já saiu para o mercado.

Alfazema, erva-príncipe, laranja, menta: frutos e especiarias bem conhecidos pelos portugueses, mas não na forma de perfumes e de cremes para o corpo. Pelo menos até hoje. Carolina Mota está reformada da investigação em farmácia mas nem por isso abandonou o laboratório...recuperou fórmulas antigas e dedica-se agora à produção de perfumes.

Rm1 – Carolina Mota – 23” – *Nós pegamos nos óleos essenciais e depois a partir destes óleos vamos fazer diluições e vamos colocar-lhes um determinado fixador para que ele mantenha o aroma durante mais tempo. Depois fazemos diluições sucessivas desta solução para verificarmos qual é a concentração adequada para ela poder ser usada.*

Os aromas foram escolhidos a pensar nos efeitos que provocam no ser humano.

Rm 2 – Carolina Mota – 25” – *Uns têm um efeito mais relaxante como é o caso da alfazema, do alecrim. Depois a erva-príncipe tem um efeito repelente e nós podemos preparar soluções para crianças uma vez que temos que preparar soluções mais diluídas para crianças do que para adultos. O meu conceito é pegar em aromas puros, da natureza, e aplica-los de maneira a nós sentirmos bem-estar e uma certa tranquilidade.*

Os perfumes e os cremes não têm qualquer aditivo químico: não provocam alergias, nem mancham a roupa. Não demorou muito até Carolina Mota encontrar uma nova ideia: juntar ciência e arte.

Rm3 – Carolina Mota – 18” – *A própria ciência é uma arte. Aquilo que pensei desenvolver foi biocejojias artesanais mas de*

expressão contemporânea. Resolvi associar a este conceito a produção de perfumes que pudessem ser usados para perfumar essa joelheria.

A iniciativa ainda está numa fase inicial, mas Carolina Mota não esconde as expectativas.

Rm4 – Carolina Mota – 27” – Podemos desenvolver um projeto em que a arte se pode usar e em que a ciência se pode usar. Da ligação destas duas valências podemos construir qualquer coisa que por um lado nos conforta e por outro contribuimos para levar fora de Portugal a nossa cultura e a nossa envolvência no sentido de reaproveitar, de recuperar, de reciclar e de reinventar.

Os perfumes e os cremes já abandonaram os laboratórios da faculdade de farmácia de Coimbra e são por enquanto vendidos através das redes sociais...juntamente com os acessórios de roupa e as jóias artesanais.

RODAPÉ:

Um projecto ainda em fase inicial mas o objectivo é mesmo saltar fronteiras e dar a conhecer ao mundo os aromas portugueses.

TELEVISÃO:

LANÇAMENTO

As especiarias e os frutos introduzidos em Portugal na época dos descobrimentos voltam agora a ser usados como aromas de perfumes; bem como outras plantas de origem portuguesa. O projeto começou nos laboratórios da Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra e já saiu para o mercado. Agora são também aplicados em jóias e acessórios de roupa.

Canela, laranja doce, menta... chegaram a Portugal na época dos descobrimentos. Mais de 500 anos depois não são apenas usados na cozinha. A estes produtos juntam-se outras plantas aromáticas que na Faculdade de Farmácia da Universidade de Coimbra ganharam a forma de perfumes.

Produzidos a partir de óleos essenciais; não têm qualquer aditivo químico, ou seja, não provocam alergias nem mancham a roupa. O processo é simples.

VIVO 1 – Carolina Mota – 38” – Nós pegamos nos óleos essenciais e depois a partir destes óleos vamos fazer diluições e vamos colocar-lhe um determinado fixador para que ele mantenha o aroma durante mais tempo. Vamos primeiro fazer enfim uma mistura destes aromas com álcool. Esse álcool como disse é glicerinado para que se mantenha a hidratação em todos os suportes onde ele é colocado. A partir daqui ele vai para uma maturação porque se não for amadurecido em frio ele fica sempre com um aroma um bocadinho agressivo.

Aqui são também produzidos cremes hidratantes com os mesmos aromas, um processo um pouco mais complexo.

VIVO 2 – Ana Figueiras – 24” – Fizemos também já alguns testes de estabilidade às formulações no estado semi-sólido para avaliar portanto a estabilidade do creme a temperaturas elevadas, que é normalmente à temperatura à qual estas formulações podem desenvolver alguma instabilidade e até à data os resultados que obtivemos são bons, são agradáveis.

Os aromas têm efeitos bem variados. Alguns são relaxantes, outros servem como repelentes de insetos.

VIVO 3 – Catarina Mota – 22” – Uns têm um efeito mais relaxante, mais calmante como é o caso da alfazema, o caso do alecrim. A erva-princepe tem um efeito repelente e nós podemos preparar soluções inclusivamente para crianças, uma vez que

podemos preparar soluções mais diluídas para crianças do que para adultos.

Perfumes e cremes já saíram para o mercado e encontraram a arte.

Carolina Mota, investigadora reformada, dedicou-se agora à joalheira. Juntou arte e ciência quando começou a perfumar as jóias, um projeto ainda em fase inicial, mas com perspectivas para o futuro.

VIVO - Catarina Mota - 15'' - A própria ciência é uma arte. Da ligação destas duas valências podemos construir qualquer coisa que por um lado nos conforta e por outro contribuímos para levar fora de Portugal a nossa cultura

Como são perfumes que não mancham, também já são aplicados em acessórios de roupa.

[Termina com a mostra dos artigos de vestuário perfumados, com uma imagem acelerada e que no fim regressa à velocidade normal, acompanhado por música.]

ANEXO II

Título	ReEscrita	
Local de Reportagem	Coimbra	
Jornalista	Carolina Ferreira e Cláudio Calhau (repórter de imagem)	
Entrevistados	Pedro Medeiros, fotógrafo Hernâni Caniço, presidente da Saude em Português	Duração: Rádio - 1'55" Televisão - 1'16"

Tema: Peça sobre a exposição de fotografia ReEscrita, no âmbito do Dia Internacional da Mulher

RÁDIO

LANÇAMENTO

Um projecto sobre a participação da mulheres na vida política inspirou as fotografias de Pedro Medeiros. Rostos de mulheres que estiveram ligados ao projeto. Os trabalhos de Pedro são muitas vezes documentos sociais. Foi assim com as fotografia que tirou no estabelecimento prisional de Coimbra...é assim agora com a nova exposição Reescrita...Ana Simões

[Som da banda sonora da exposição, da compositora Sara Carvalho, que acompanha a peça até ao final]

A melodia da compositora Sara Carvalho embala os visitantes. A instalação musical serve de banda sonora à contemplação dos retratos.

São 15 rostos a preto e branco... 15 testemunhos... 15 exemplos de vida...

Mulheres que de algum modo foram pioneiras na luta pela igualdade de género.

ReEscrita é o nome da exposição do fotógrafo Pedro Medeiros...

RM 1 – Pedro Medeiros – 15” – é um convite para que as pessoas venham refletir sobre esta reescrita, sobre a libertação, sobre a igualdade de género, sobre os direitos das mulheres. Venham refletir sobre os rostos das mulheres, sobre os seus textos e sobre a banda sonora, Sara Carvalho, que acompanha também a exposição

Mulheres de todos as áreas, desde a arte até à política... como Joana Vasconcelos, Inês Pedrosa, Rita Rato, Maria Teresa Horta... rostos captados pela objetiva de Pedro Medeiros.

RM 2 – Pedro Medeiros – 15” – Foi um processo também de amadurecimento e de crescimento pessoal. Fomos muitíssimo bem recebidos por todas mulheres. Foram vários meses entre Lisboa, Porto e Coimbra a sermos recebidos ora nos locais de trabalho ora em casa das próprias mulheres.

A exposição faz parte do projeto “Em Poder Delas”, que pretende incentivar as mulheres a participar na Vida Política. A iniciativa partiu da associação “Saude em Português”. O presidente Hernani Caniço sente que as vozes femininas ainda não se fazem ouvir como deviam na esfera pública.

RM 3 – Hernâni Caniço – 13” – *Ainda se fecham muito e a assunção do seu papel quer na vida privada quer na vida pública não é aquele que devia ter e que ao fim ao cabo nós com este projeto pretendemos promover também.*

Para além da exposição os retratos das mulheres integram também uma campanha de arte pública com algumas fotografias espalhadas pela cidade de Coimbra.

RODAPÉ

Os rostos destas mulheres fixados em imagens por Pedro Medeiros estão expostos na Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra. Reescrita vai estar até à primeira semana de abril na Sala de São Pedro acompanhada pela música de outra mulher: Sara Carvalho.

NOTA:

A reportagem foi emitida no dia 13 de março de 2013 no Estado da Arte da Antena 1, com a voz de Carolina Ferreira, e pode ser escutada no link <http://www.rtp.pt/play/p872/e110676/estado-da-arte>

TELEVISÃO:

LANÇAMENTO

Em Dia da Mulher a Biblioteca geral da universidade de Coimbra acolhe a exposição “Reescrita”...uma homenagem a 15 portuguesas que de alguma forma foram pioneiras na luta pela igualdade de género...a iniciativa pretende motivar a participação das mulheres na vida política e pública...

Maria Teresa Hora, poetisa.

Rita Rato, deputada do PCP

Manuela Tavares, historiadora.

A exposição presta homenagem a mulheres de todas as áreas.

Rostos que revelam traços de luta e de coragem,

embalados pela musica da compositora Sara Carvalho.

Vivo 1 – Pedro Medeiros – 16” – *É um convite que fazemos, que a Saúde em português faz, para que as pesosas venham refletir sobre esta reescrita, sobre a libertação, sobre a igualdade de género, sobre os direitos das mulheres. Venham refletir sobre os rostos das mulheres, sobre os seus textos e sobre a banda sonora, Sara Carvalho, que acompanha também a exposição*

Reescrita faz parte do projeto “Em Poder Delas”

uma iniciativa da associação “Saúde em Português”

que pretende incentivar as mulheres a participar na Vida Política.

Vivo 3 – Hernâni Caniço – 13” – *Ainda se fecham muito e a assunção do seu papel quer na vida privada quer na vida pública não é aquele que devia ter e que ao fim ao cabo nós com este projeto pretendemos promover também.*

A exposição pode ser visitada até ao dia 8 de abril na biblioteca geral da Universidade de Coimbra.

Mas em breve vai sair à rua,

algumas das fotografias vão ser exibidas em locais públicos da cidade.

ANEXO III

Título	Parque de Ciência e Inovação da Universidade de Aveiro obriga à despropriação de terrenos na Coutada, em Ílhavo	
Local de Reportagem	Coutada, Ílhavo	
Jornalista	Carolina Ferreira e Pedro Teodoro (repórter de imagem)	
Entrevistados	António Neves, porta-voz do Coletivo de Intervenção na Defesa dos Interesses dos Habitante da Coutada; João Paulo Pedrosa, Quercus; Manuel Alves e Luísa Gomes Amado, proprietários.	Duração: Rádio – 2’26’’ Televisão – 2’16’’

Tema: Os habitantes da Coutada, Concelho de Ílhavo, estão contra a despropriação dos seus terrenos para a construção do Parque de Ciência e Inovação da Universidade de Aveiro.

RÁDIO

LANÇAMENTO

Os habitantes da Coutada, em Ílhavo, não querem perder os seus terrenos para a construção do parque de ciência e inovação da Universidade de Aveiro. O edifício vai preencher 35 hectares. Prevê-se demolir 13 casas e ocupar vários campos agrícolas. O ambiente nesta comunidade em Ílhavo, Ana Simões, é de revolta...

RM 1 – António Neves, Luísa Gomes Amado e Manuel Alves – 30’’ – *Não são terrenos baldios. Estão cultivados, há casas, as pessoas vivem lá, há quintais que vão ser cortados. É uma barbaridade. Esta expropriação é bárbara. // Vou daqui para fora, botam-me daqui para fora, dão-me uma esmola e eu com esta idade, com um filho que aqui tenho, uma nora e um neto, para onde é que eu vou? O que é que eu vou fazer? // Tenho quarenta e duas árvores de fruto, tenho cinquenta e duas vides, tenho um poço que dá água quanta quero. Não estou contra o projeto, já lhe digo, mas que deixem as casas e que deixem os quintais.*

Os proprietários até já formaram o coletivo de Intervenção na Defesa dos Interesses dos Habitantes da Coutada. O projeto do Parque de Ciência e Inovação tem avançado. A administração argumenta que não há alternativa...a Coutada, em Ílhavo, é o único local próximo da universidade. António Neves fala em nome dos residentes.

RM 2 – António Neves – 19’’- *É discutível que só possa funcionar junto à universidade, mas vamos aceitar que sim. Não há só esta alternativa. Quem conhece Aveiro poderá ver por exemplo o caso dos terrenos do antigo matadouro, mesmo juntinho à universidade. Logo também junto à universidade temos os terrenos da antiga piscina do Beira-Mar. Pergunto então eu, há alternativas? Podia ser feito em Aveiro.*

A administração do Parque de Ciência e Inovação garante que o projeto vai trazer consigo cinco mil postos de trabalho diretos e dez mil indiretos. Mas os habitantes duvidam.

RM 3 – António Neves – 24’’ – *Não há ninguém que consiga aceitar uma coisa destas com seriedade nos tempos que correm.*

Cinco mil postos de trabalho é muita coisa. Não se criam cinco mil postos de trabalho assim, a estalar os dedos. Quanto a nós isto é uma mentira descarada. Portanto, nós não podemos aceitar que haja uma coisa tão grave como esta, que vai despropriar esta zona toda da Coutada, que vai pôr as pessoas fora daqui e que vai investir 35 milhões de euros sem um estudo sério e atual.

Os ambientalistas juntam-se à causa. O dirigente da Quercus, João Paulo Pedrosa, lembra que a Coutada é uma zona protegida.

Rm 4 - João Paulo Pedrosa – 13” - *Puro e simplesmente é junto, mesmo junto à Ria de Aveiro. portanto é uma zona onde já não é permitido construir. E de facto é uma zona agrícola e há uma grande interligação entre a agricultura e a conservação da natureza porque isto é uma zona agrícola há muitos anos.*

A Universidade de Aveiro que preside a administração do parque recusou-se a prestar declarações à Antena I. A empresa já sugeriu valores aos proprietários que têm agora quinze dias para aceitar ou contrapor a proposta. Se não houver entendimento dá-se início à expropriação litigiosa. Mas os habitantes garantem que vão defender os terrenos até ao fim.

RODAPÉ:

O Parque de Ciência e Inovação tem como objetivo acolher 250 empresas. O projeto aponta para um investimento de 35 milhões de euros.

TELEVISÃO:

LANÇAMENTO

Os habitantes da Coutada, em Ílhavo, estão revoltados. Os seus terrenos e casas vão dar lugar ao Parque de Ciência e Inovação da Universidade de Aveiro. A empresa tem enviado cartas aos proprietários com propostas de valores. Os habitantes têm apenas 15 dias para responder.

É aqui que se vai construir o parque de Ciência e Inovação. São 35 hectares que vão ocupar 120 terrenos e obrigar à demolição de 13 casas. Os proprietários já formaram o coletivo de Intervenção na Defesa dos Interesses dos Habitantes da Coutada para lutar contra a decisão

VIVO 1 - António Neves – 9” - *Isto é de uma violência enorme sobre o território. E além disso não são terrenos baldios. Estão cultivados, há casas, as pessoas vivem lá. Há quintais que vão ser cortados. É uma barbaridade.*

A Universidade de Aveiro que preside a administração do parque recusou-se a prestar declarações à RTP. Sabe-se que o objetivo é instalar o Parque perto da Universidade e, segundo os responsáveis pelo projeto, não existem alternativas. Além disso garantem a criação de cinco mil postos de trabalho, mas os habitantes não acreditam.

VIVO 2 - Prof António Neves - 24” - *Quanto a nós isto é uma mentira descarada mas é com base nestes pressupostos, nestes dois, na falta de alternativas e nos cinco mil postos de trabalho que se avançou por exemplo com a alteração do PMD de Ílhavo, que se avançou com a declaração favorável do impacto ambiental, que se avançou com o projeto de execução e que agora se avança também com a declaração de entidade pública. É tudo com base nestes dois pressupostos que carecem de prova. Isto não está provado, não está demonstrado para ninguém.*

Também os ambientalistas estão contra a construção do parque nesta comunidade do concelho de Ílhavo

VIVO 3 - João Paulo Pedrosa – 9” – *É uma zona agrícola e há uma grande interligação entre a agricultura e a conservação da natureza. Porque isto é uma zona agrícola há muitos anos.*

E continua a ser uma zona agrícola, única fonte de rendimentos para os proprietários. Em troca, o Parque da Ciência e Inovação está a fazer propostas entre os 100 e os 400 mil euros, valores que os habitantes não aceitam.

VIVO 4 – Manuel Alves – 14” – *Davam 210 mil. Isto não paga nem sequer ¼ da minha casa. A minha casa vale muitos dobros mais.*

VIVO 5 – Luísa Gomes Amado – 10” – *E eu agora vou daqui para fora, botam-me daqui para fora, dão-me uma esmolae eu com esta idade, com um filho que aqui tenho, uma nora e um neto, para onde é que eu vou? O que é que eu vou fazer?*

Os proprietários têm quinze dias para aceitar ou contrapor a proposta. Se não houver entendimento dá-se início à expropriação litigiosa. Mas os habitantes garantem que vão defender os terrenos até ao fim.

ANEXO IV

Título	“Por um Portugal Melhor”	
Local de Reportagem	Coimbra	
Jornalista	Manuel Portugal e Pedro Teodoro (repórter de imagem)	
Entrevistados	Beatriz Costa, mentora da iniciativa João Duque, realizador/produtor do vídeo	Duração: 2’20”

Tema: A Carta, “Por um Portugal Melhor” é um vídeo no Youtube criado por um grupo de jovens de Coimbra, que apelam pela melhoria da situação atual do país.

LANÇAMENTO

Um grupo de jovens de Coimbra preocupado com o futuro decidiu escrever uma carta ao primeiro-ministro. Uma carta que se transformou em vídeo e já invadiu as redes sociais. “Por um Portugal melhor” conta já com mais de 86 mil visualizações no YouTube.

Parte d’ “A Carta”: *Excelentíssimo Sr. Primeiro Ministro: nós somos os jovens portugueses e estamos a escrever-lhe esta carta para lhe fazer um grande pedido.*

A ideia surgiu à mesa do pequeno-almoço

VIVO 1 – Beatriz Costa – 10” – *O meu pai, um dia de manhã, nós estávamos a tomar o pequeno-almoço e ele estava a ver as notícias e estava-se a queixar do Estado do país. “Oh Bia, é preciso uma revolução. Diz aos teus amigos”*

A preocupação do pai da Beatriz depressa se alastrou pelos colegas da escola e assim surgiu “A Carta”

Parte d’ “A Carta”: *“O que lhe pedimos é um Portugal melhor. Queremos um Portugal com todos os valores e ensinamentos que nos incutem desde pequenos.”*

O que era para ser uma carta depressa passou a ser um vídeo, assim que a ideia chegou aos ouvidos dos colegas

Parte d’ “A Carta”: *Nós queremos um Portugal verdadeiro, um Portugal honesto e um Portugal íntegro. Um Portugal justo, um Portugal humilde, um Portugal orgulhoso de o ser.*

VIVO 2 – João Duque – 8” – *Eu quero ser realizador e já fiz algumas curtas. Pronto ela sugeriu fazermos um vídeo para chegar mesmo ao YouTube e depois espalhar-se por todas as redes e chegar mesmo ao primeiro-ministro.*

Do papel até ao ecrã “A Carta” nem uma semana demorou a chegar às redes sociais. E teve um sucesso inesperado.

VIVO 3 – Beatriz Costa – 21” – *Não pensei que se gerasse assim tão rapidamente. Que houvesse tanta partilha em tão pouco espaço de tempo. Foi, foi muito rápido. Por exemplo, acho que foi nas primeiras 24 horas que tivemos 10 mil e depois foi aumentando cada vez mais. Mas foi logo no primeiro dia houve imensa gente a partilhar, foi uma surpresa.*

VIVO 4 – João Duque – 10” – *Logo no primeiro dia aquilo passou logo os limites que eu estava à espera. Até o Nilton e pessoas assim conhecidas partilharam o vídeo e eu fiquei assim admirado.*

O vídeo conta já com mais de 86 mil visualizações. Entre elas, dizem, está o primeiro-ministro.

VIVO 5 – Beatriz Costa – 13” – *Eu sei que eles se viram não vão dizer “Obrigada pela carta” porque estamos a criticar o trabalho deles, não é? Não sei, acho que não nos vão dizer nunca que viram nem dar a sua opinião, acho eu.*

Parte d’ “A Carta”: *Queremos ser novos músicos e cantores, políticos, pacifistas, filósofos e pensadores. Queremos ser importantes e queremos ser portugueses.*

Este Portugal já existiu.

Todos nos dizem que o futuro está nas nossas mãos. Mas, nós próprios, todos nós, estamos nas suas.

Nota:

A reportagem foi emitida no dia 8 de fevereiro de 2013 no 24 Horas (RTP2), com a voz de Manuel Portugal, e pode ser visualizada no link (minuto 31) <http://www.rtp.pt/play/p1068/e107523/24-horas>

ANEXO V

Título	Costureira de Palavras		
Local de Reportagem	Coimbra		
Jornalistas	Pedro Ribeiro		
Entrevistados	Marta Ramos, a Costureira de Palavras	Duração: 1'40"	

Tema: Marta Ramos dedica-se a escrever textos encomendados, desde o mais institucional até ao mais pessoal. Em Dia de Namorados, muitas pessoas não sabem como se devem exprimir. É neste âmbito que descobrimos o trabalho da Costureira de Palavras.

LANÇAMENTO

Dias dos Namorados, dia em que os sentimentos andam à flor da pele. No entanto, dizer aquilo que se pensa é para muitos um verdadeiro problema. Para muitos, mas não para todos... Marta Ramos é uma exceção. O seu trabalho é escrever o que as pessoas não conseguem exprimir...é uma autêntica Costureira de Palavras

[Música *Pas Si Simple* de Yann Tiersen que acompanha a peça até ao final]

RM 1 – Marta Ramos – 9” – *O Amor é simples, é apenas uma palavra. Diga: o Amor Feliz é simplesmente uma palavra dita.*

Parece fácil, no entanto, há sempre quem tenha dificuldades em expressar o que sente.
Mas Marta Ramos, mais conhecida por Costureira de Palavras, resolve o problema...

RM 2 – Marta Ramos – 18’ – *Aquilo que eu faço é escrever à medida daquilo que as pessoas necessitam. É um serviço para todas as pessoas que precisam de compor palavras para uma determinada ocasião e que sintam que não estão a conseguir chegar àquilo que pretendem. Têm uma ideia mas não a conseguem expressar como gostariam.*

E em dia de São Valentim, a costureira de palavras decidiu facilitar a vida aos mais inibidos.
No seu blog há postais, posters e cartões com frases românticas que podem ser descarregados gratuitamente.
Escrever tem cada vez mais importância nos dias que correm,
E isso vê-se...

RM 3 – Marta Ramos – 23” – *A palavra começa a ter outra vez lugar, começa a ser importante. Querem dar prendas personalizadas, gostavam muitas de poder escrever qualquer coisa e quando não se sentem à vontade gostam de encontrar alguma coisa escrita que lhes diga, que lhes fale ao coração. Este Dia dos Namorados estou a sentir que é assim uma revelação para mim. Acho que vai haver menos bombons e vai haver mais palavras.*

Discursos, cartas, convites, declarações...
Marta Ramos faz de tudo, desde que trabalhe com a escrita.
Há cerca de um ano que se tornou Costureira de palavras e desde aí ajuda a resolver problemas de expressão

RODAPÉ

A Costureira de Palavras trabalha por encomenda e é fácil de encontrar nos blogs e nas redes sociais.

Nota:

A reportagem foi emitida no dia 14 de fevereiro de 2013 num dos blocos informativos da noite, na Antena 1, com a voz de Pedro Ribeiro. A peça não se encontra disponível online.

ANEXO VI

Título	String Z	
Local de Reportagem	Coimbra	
Jornalistas	Pedro Ribeiro	
Entrevistados	João Paulo Melo e João Ferrand, os criadores do jogo	Duração: 2'31"

Tema: Peça sobre o jogo eletrónico português String Z, que já se tornou famoso nos Estados Unidos da América

LANÇAMENTO

StringZ é um jogo made in Portugal, já famoso nos Estados Unidos da América. Foi lançado em outubro de 2011 e no ano seguinte recebeu o Prémio Nacional de Multimédia na categoria de aplicação móvel. A ideia nasceu em Coimbra na WingZStudio, uma start up que se dedica à criação de jogos para *iphone, ipad e mac*.

[Som da banda sonora do jogo que acompanha a peça até ao final]

Z é um alien curioso que, depois de se aventurar pelo espaço, precisa de regressar à sua nave...

Pelo caminho, tem de se desviar de obstáculos e ao mesmo tempo apanhar estrelas.

Para isso utiliza cordas e daí surgiu o nome do jogo – StringZ.

João Paulo Melo, um dos criadores, revela que o protagonista foi pensado para agradar a todas as idades.

RM 1 – João Paulo Melo – 14” – *A ideia foi escolher um personagem “cute”, que tivesse qualquer coisa de interessante para as criancinhas, que as crianças olhassem “ah e tal é giro, deixa-me cá ver o que é que ele faz”. Atrai tanto as crianças até um público relativamente mais adulto. É um puzzle game para a família.*

O jogo tem nacionalidade portuguesa, mas foi nos Estados Unidos da América que ganhou fama. 95 por cento dos downloads são de utilizadores norte americanos. A razão é simples...

RM 2 – João Paulo Melo – 18” – *Nos Estados Unidos, o preço que a aplicação tem é muito, muito baixo, ou seja, um dólar para um americano é a mesma coisa que um euro para um português. E o mercado da Apple é muito grande lá. Há muitos mais iphones, as pessoas estão habituadas a comprar, aquilo que gostam compram...não tem outra explicação.*

Este foi o primeiro jogo lançado pela WingZ. Em 2012 ganhou o Prémio Nacional de Multimédia na categoria de aplicação móvel. Mas o sucesso não ficou por aí...João Ferrand, um dos sócios da empresa, vê o número de utilizadores com satisfação.

RM 3 – João Ferrand – 24” – *Neste momento, o número de jogadores em todo o mundo preenche, eu diria, uns cinco estádios do Dragão. Para uma primeira aplicação é muito bom. Eu prefiro falar em termos de jogadores propriamente dito do que em termos de vendas por que o que nos interessa é promover o jogo para depois mais tarde com novos jogos que estamos a desenvolver podermos fazer cross-promotion e continuar a trabalhar na área.*

E os novos jogos não vão tardar a aparecer. Em maio é lançado um jogo gratuito com um herói bem conhecido. Mas antes disso, a WingZ apresenta o Bee or not to Bee...

RM 4 – João Ferrand – 18” – *É um jogo com abelhas, temos um herói. É um jogo mais de - posso lhe chamar - paragem de autocarro ou espera no consultório médico, em que as pessoas não têm que pensar. O outro terceiro jogo tem que ver com futebol envolve uma celebridade a nível mundial...não, não é o Cristiano Ronaldo, mas para já é o que eu posso dizer.*

A wingZ vai por enquanto continuar a dedicar-se aos jogos. Mas não põe de parte a hipótese de desenvolver outras aplicações.

RODAPÉ

Uma empresa portuguesa, com sede em Coimbra, e que já ganhou fama para lá do Atlântico.

Nota:

A reportagem foi emitida no dia 12 de fevereiro de 2013 no Portugal em Direto (Antena 1), com a voz de Pedro Ribeiro, e pode ser ouvida no link <http://www.rtp.pt/play/p470/e107791/portugal-em-direto>

ANEXO VII

Título	Companhia do Papel do Prado	
Local de Reportagem	Lousã	
Jornalistas	Pedro Ribeiro	
Entrevistados	Manuel Delgado, responsável pelo serviço de produção Caetano Pedro, diretor da Companhia Papel do Prado	Duração: 3'22"

Tema: Peça com o objetivo de dar a conhecer a Companhia do Papel do Prado, a mais antiga fábrica de papel em Portugal.

LANÇAMENTO

É a mais antiga fábrica de papel do país, com três séculos de existência. Tem sede na Lousã, mas produz para os cinco continentes. A repórter Ana Simões leva-nos a conhecer a Companhia do Papel do Prado.

[Som de máquina a cortar cartolina]

1714 – Dom João V decide construir uma fábrica de papel.

300 anos depois a Companhia do Papel do Prado ainda existe e é vista como uma indústria de renome.

RM 1 – Manuel Delgado – 24” – *Tratando-se de uma fábrica de papéis especiais - o que nós fazemos é especialidades, estamos sempre a inovar nelas – temos muitos aditivos químicos para tornar o papel especial. Eu costumo dizer um pouco em brincadeira: um papel de fotocópia é como ir a um McDonalds e comer um hambúrguer. Aqui é como ir a um restaurante gourmet, onde a gente vai comer uma coisa feita à medida com matérias primas especiais*

Aqui é produzido um papel de qualidade. Pelo menos na opinião de Manuel Delgado, responsável pelo serviço de produção. A fábrica foi instalada na Lousã que no século XVIII era o sítio ideal. O mato e o rio Arouce ofereciam os recursos essenciais à produção. Além disso, a proximidade com Coimbra era também importante. Naquela altura, a cidade dos estudantes consumia já grandes quantidades de papel.

[som de fundo alterado de modo a permitir ao ouvinte a percepção de mudança de local]

RM 2 – Manuel Delgado – 25” – Temos aqui desde a captação da levada; quando a água chega aqui, já vai com uma cota de 11 metros. Esses 11 metros, há uns anos atrás, a força era essencialmente hidráulica. Era muito importante para a acionar toda a fábrica. Depois também a existência da companhia de jesuítas em Coimbra suportou a necessidade de haver papel próximo. Então a fábrica aqui produzia papel para a companhia de jesuítas.

Hoje em dia a fábrica não se fica pelo território nacional. 85% da produção é exportada. O diretor Caetano Pedro acredita que ir além fronteiras é uma estratégia para fugir à crise.

RM 3 – Caetano Pedro – 24” – *Estamos um bocadinho por todo o mundo. Portanto estamos nos cinco continentes. Vendemos para a Austrália e nova Zelândia. Vendemos para a China, praticamente toda a América Central e depois aqui para a Europa. Temos mesmo que o fazer porque o mercado ibérico está muito recessivo. E obviamente que a gente tem de diversificar o mais possível os nossos mercados daí a gente ter apostado fora da Europa.*

E apostam também em novos produtos. O mais recente – o Prado Digital – é um papel adaptado às novas técnicas de impressão. E está agora em fase de lançamento.

RM 4 – Manuel Delgado – 19” – *Os fabricantes de papel têm de acompanhar também essa modernização. E entretanto têm surgido as tecnologias de impressão digital. E para essas tecnologias também têm que se ser adaptados papéis e foi ao encontro destas tecnologias que a Prado desenvolveu a Prado Digital que é um papel já específico para obter o máximo de qualidade de impressão nessa tecnologia.*

No entanto a Prado continua a ser famosa pela cartolina. Uma imagem que Manuel Delgado faz questão de corrigir.

RM 5 – Manuel Delgado – 22” – *Geralmente chama-se cartolina de uma forma indevida a certos tipos de produtos. Nós também temos muitos suportes. Quando vê, por exemplo, um convite de casamento com papel de alto brilho – aquilo é um suporte. Só que vai para um cliente nosso que vai colocar-lhe esse revestimento. Quando pega um ticket de uma autoestrada, o suporte de banda magnética; um bilhete de avião, um bilhete de comboio, também é feito aqui.*

Com três séculos de vida, a Prado continua com força e vigor no mercado. Produz cerca de 2100 toneladas de papel por dia. Uma empresa portuguesa que já chegou aos quatro cantos do mundo.

RODAPÉ

Mesmo em tempos de crise, a Companhia do Papel do Prado mantém-se no mercado estrangeiro e promete continuar a alargar o seu leque de clientes.

Nota:

A reportagem foi emitida em janeiro de 2013, na Antena 1, com a voz de Pedro Ribeiro. A peça não se encontra disponível online.

ANEXO VIII

Título	Cozinha em Sua Casa	
Local de Reportagem	Coimbra	
Jornalistas	Pedro Ribeiro	
Entrevistados	Diogo Barbosa, mentor do projeto Estefânia Rodrigues, cliente e amiga	Duração: 2'24"

Tema: Cozinha em Sua Casa é uma iniciativa de Diogo Barbosa, estudante na Universidade de Coimbra com dificuldades financeiras e que vai cozinhar a casa de outras pessoas para assim conseguir pagar as próprias.

LANÇAMENTO

É em tempos de crise financeira que surgem as ideias mais originais para ganhar dinheiro. Conhecemos Diogo Barbosa, um estudante da Universidade de Coimbra que paga as próprias com a preparar as refeições na casa dos clientes. Cozinha em sua casa é o nome do projeto.

[Som da faca a cortar os legumes, que permanece até ao final da peça.]

Diogo Barbosa - *Isto ando numa roda viva*

Diogo Barbosa não tem parado.

Há um mês que começou a cozinhar na casa de outras pessoas.

Um conceito que se pretende simples.

RM 1 – Diogo Barbosa – 24” – *A ideia essencial do projeto e que eu tenho adotado como slogan é de pessoas simples para pessoas simples. Quero cozinhar para essas pessoas num dia de preguiça, não queiram cozinhar ou que aconteça como aconteceu esta semana - amigos meus que fazem jantares e em que eu normalmente iria jantar com eles só que desta feita vou cozinhar.*

A ideia surgiu entre amigos

mas dali não passou até Diogo Barbosa enfrentar dificuldades económicas.

Perdeu a bolsa e precisa de dinheiro para terminar o curso de história na Universidade de Coimbra.

RM 2 – Diogo Barbosa – 15” – *Eu enfrentei a situação de prescrição na Universidade que com multas dá cerca de 800 euros. E como arranjar trabalho está praticamente impossível decidi aplicar a ideia e vou cozinhar a casa e normalmente acabo sempre por fazer a refeição com eles.*

São apenas dois euros por refeição, mas o projeto tem valido a pena.

RM 3 – Diogo Barbosa – 9” – *Compensa. Já paguei uma renda de casa, já paguei multas da Universidade. Tenho cerca de metade do dinheiro que eu preciso para pagar pelo menos as cadeiras do primeiro semestre.*

A ideia tem tido sucesso.

Está a ser divulgada pelas redes sociais.

Mas o “boca a boca” é que tem levado Diogo Barbosa a muitas cozinhas.

Hoje está em casa de uma colega de curso, a Estefania Rodrigues, que já conhece os seus dotes culinários.

RM 4 – Estefânia Rodrigues – 13” – *Ai é bom, ele cozinha bem, ele cozinha bem. Ele já antes de fazer os jantares a pagar ele fazia de graça. Porque sou mais ou menos do grupo de amigos deles e tipo normalmente, muitas vezes, era ele que cozinhava sempre para nós quando fazíamos jantares ou assim era sempre ele.*

Aprendeu a cozinhar com as mulheres da família.

Depois cruzou-se com alguns amigos estudantes de hotelaria com quem aprendeu uns truques.

O projeto tem tido sucesso,

mas Diogo não quer fazer disto negócio

RM 5 – Diogo Barbosa – 18” – *Isto não é um projeto empreendedor. Isto é um projeto de solidariedade e no dia em que isto se tornar um negócio com lucros e que não seja única e exclusivamente para pagar ou a minha renda de casa ou as proprinas eu abandono totalmente este projeto.*

No entanto, Diogo Barbosa já se sente tentado a apostar num curso de cozinha.

Mas por enquanto a prioridade é pagar a dívida dos estudos.

RODAPÉ

Cozinha em sua Casa é um projeto ainda recente e abrange essencialmente a zona de Coimbra. No entanto, Diogo Barbosa avisa sempre que se desloca para outra zona do país e já chegou a cozinhar em Lisboa.

Nota:

A reportagem foi emitida no dia 8 de março de 2013 no Portugal em Direto (Antena 1), com a voz de Pedro Ribeiro, e pode ser ouvida no link <http://www.rtp.pt/play/p470/e110151/portugal-em-direto>

ANEXO IX

Título	Espectroscopia da impedância elétrica permite detetar mais cedo a doença dos pinheiros	
Local de Reportagem	Coimbra	
Jornalistas	Joaquim Reis	
Entrevistados	Elisabete Borges, investigadora Universidade de Coimbra	Duração: 2'07"

Tema: Grupo de investigadores da Universidade de Coimbra apresenta uma nova técnica que consegue detetar mais cedo o nemátode, também conhecido como doença do Pinheiro.

LANÇAMENTO

Detetar mais cedo a doença dos pinheiros já é possível, graças a um dispositivo desenvolvido por investigadores da Universidade de Coimbra. A técnica já está protegida por patente.

[Som de motosserras durante os 23 segundos iniciais]

Milhares de pinheiros são cortados todos os anos por causa da doença do nemátode. Ainda não existe cura, mas surge agora uma nova tecnologia que promete combater a propagação da doença.

A técnica – espectroscopia da impedância elétrica – permite, segundo a investigadora Elisabeth Borges, detetar a infeção mesmo antes dos primeiros sintomas...

RM 1 – Elisabeth Borges – 28” – *O conceito ou técnica consiste em injetar uma corrente que vai percorrer o tronco da árvore e isso vai-nos dar informação acerca da sua assinatura elétrica. Ou seja, a partir do momento em que nós sabemos aquilo que uma assinatura elétrica de uma árvore saudável, quando esta é afetada por doenças ou stress hídrico quando há falta de água, essa assinatura elétrica altera-se. E nós conseguimos avaliar e diagnosticar um estado fisiológico que é diferente daquele que é dito como normal e saudável.*

Esta nova tecnologia vai também evitar o abate de pinheiros saudáveis.

RM 2 – Elisabeth Borges – 26” – *Toda a área é considerada afetada. Se estão todos realmente afetados é isso que nós não sabemos e é isso que esperamos que a nossa técnica venha ajudar. Ou seja, em vez de se estarem a dizimar áreas florestais, cortar apenas os pinheiros que estão realmente afetados. Porque neste momento o que se faz é quando se encontra uma área que tem dois ou três ou quatro pinheiros afetados cortam hectares e isso obviamente tem custos associados e também é um problema para a nossa floresta, a desflorestação.*

A técnica permite diagnósticos imediatos poupando-se assim o tempo de espera das análises.

E pode chegar ao mercado dentro de um ano

Mas para isso precisa de apoio financeiro

RM 3 – Elisabeth Borges – 21” – *O que temos de fazer é definir uma nova estratégia, tentar concorrer a um QREN, tentar arranjar investidores. Inicialmente eu pensava que seriam as instituições governamentais e florestais que estariam interessadas*

nesta tecnologia, mas do que vejo não. Penso que são mais os produtores, produtores de madeira e teremos diferentes indústrias interessadas dependendo da planta que estamos a estudar.

Este método tecnológico também pode ser aplicado na produção de Biodiesel.

Mas para já, o objetivo é combater a devastação que a doença do nemátode está a provocar em Portugal.

RODAPÉ

A técnica já tem uma patente provisória atribuída pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial. O mecanismo foi testado em árvores de estufa. O próximo passo é validar a sua eficácia no terreno.

Nota:

A reportagem foi emitida no dia 5 de março de 2013 no Portugal em Direto (Antena 1), com a voz de Joaquim Reis, e pode ser ouvida no link <http://www.rtp.pt/play/p470/e109835/portugal-em-direto>

ANEXO X

Título	Supermercados dão descontos nas gasoleneiras	
Local de Reportagem	Coimbra	
Jornalistas	Carolina Ferreira	
Entrevistados	Vox Pop – três consumidores	Duração: 1'40"

Tema: Peça sobre as parcerias entre supermercados e gasoleneiras, nas quais são oferecidos talões de desconto. A partir de um determinado valor em compras é oferecido o respetivo desconto para gastar nas bombas de gasolina. O inverso também é adoptado por algumas empresas.

LANÇAMENTO

Supermercados e gasoleneiras juntam-se e promovem campanhas de descontos e de ofertas. Em tempos de crise, Ana Simões, os consumidores agradecem...

[Som das caixas registadores do supermercado acompanhado pelo arrumar das compras nos sacos plásticos, com a duração de 23 segundos]

Das duas uma:

abastece nas bombas de gasolina e ganha descontos em talão...

ou com as compras que faz no supermercado tem promoções nos combustíveis.

Cada grande superfície tem a sua campanha e Madalena aproveita

RM 1 – Madalena – 12" – *Recomendo qualquer tipo de campanha, recomendo qualquer tipo de desconto. Tudo o que possa ajudar a sociedade a subir, ótimo. Porque as pessoas já estão com a auto-estima em baixo, não é? Se não fazem estas coisinhas assim, quer dizer, a pessoa fica mesmo desmotivada.*

Há quem não tenha paciência para os cupões ou talões, mas contas feitas António Coimbra acredita que vale a pena

RM 2 – António Coimbra – 20" – *Eu acho que me compensa. Há aqui descontos, no caso do mês passado, que havia o desconto de 10 % em todas as compras que se efetuavam, associando uma coisa à outra – os 10% e ainda mais o talão que é de 10 cêntimos por litro, até um máximo de 60 litros – acho que vale a pena. Deviam ser era mais e com mais descontos que era isso que nós queríamos. Nós queremos sempre mais, não é?*

Por outro lado, há quem nem tenha tempo para fazer contas.

É o caso de Samuel Ferreira, que ainda assim procura aproveitar as oportunidades.

RM 3 – Samuel Ferreira – 18" – *Eu confesso que já não olho muito para os preços do combustível. Uma pessoa tem de meter, eu tenho de trabalhar diariamente e se necessito tenho de colocar sempre. Tudo o que seja descontos vemos sempre com bons olhos. No final do mês quando o dinheiro já está curto qualquer oferta é bem-vinda.*

Promoções que chegam mesmo às gasoleneiras dos próprios hipermercados.

São estratégias para fidelizar clientes com descontos.

Os consumidores aproveitam para tentar contrariar a subida nos preços dos combustíveis.

RODAPÉ

Campanhas sempre bem acolhidas pelos portugueses.¹

¹ Neste caso, a peça iria integrar um programa especial sobre este tipo de campanhas, pelo que o rodapé iria ficar ao encargo do editor, dependendo do alinhamento que iria ser tomado.

ANEXO XI

Título	Radiolândia	
Local de Reportagem	Vagos	
Jornalistas	Pedro Ribeiro	
Entrevistados	Manuel Silva, o colecionador	Duração: 2'27"

Tema: Peça realizada no âmbito do Dia Mundial da Rádio para dar a conhecer a maior coleção de rádios do país – a Radiolândia. em concreto pretende-se apresentar o espólio de Manuel Silva e a sua história, bem como algumas curiosidades dos aparelhos expostos.

LANÇAMENTO

Chama-se Radiolândia, em Vagos, e lá encontramos mais de mil rádios. Tudo começou quando Manuel Silva, o dono do espólio, entrou para a marinha e tirou o curso de telegrafia sem fios. Foi aqui que o bichinho da rádio atacou. Mas só deu efeito nos anos 50 quando começou a coleção.

[Som de rádio a sintonizar que acompanha a peça até ao final]

Todos o conhecem por Manuel dos Rádios...

não fosse ele o maior colecionador em todo o país.

O primeiro rádio foi comprado na feira da ladra...um telfunken dos anos 30...na altura custou 200 escudos.

A este seguiram-se centenas...aliás, Manuel Silva já tem mais de mil aparelhos.

A coleção começou a ganhar forma quando surgiu o FM.

RM 1 – Manuel Silva – 19” - *Era uma época em que estava a chegar a frequência modelada e muitas pessoas que já tinham rádios maravilhosos e antigos...e é claro, mas como não tinham a FM faziam a troca e eu trocava, não é, ficava com os velhos e entregava novos.*

A partir daí foi sempre a crescer...

Manuel Silva tem rádios de todas as marcas e décadas, vindos de todo o mundo.

Alguns fazem história...

RM 2 – Manuel Silva – 15” - *O Salazar deu autorização a que fosse a Emissora Nacional a fazer a distribuição desse aparelho, a um preço simbólico, não é...para que os funcionários públicos tivessem a oportunidade de ter um rádio.*

Havia portanto rádios para todas as carteiras.

Um dos modelos mais caros

era o da Casa Real Portuguesa.

RM 3 – Manuel Silva – 20” - *É um móvel. Isto é um rádio de marca Scott e isto é uma marca muito cara, feito só de encomenda. E estas pessoas com possibilidades na época traziam os catálogos dos móveis e dos rádios e depois escolhiam os rádios e o móvel.*

Com tamanha paixão,
seria de esperar que o sonho de Manuel Silva fosse abrir um Museu do rádio...
mas aqui é que nos enganamos

RM 4 – Manuel Silva – 21” - *Se vão a dispersar, quer dizer a colocar isto à mercê de uma organização como aconteceu com os da Emissora Nacional...acaba. Depois desaparece uma peça, amanhã desaparece outra e acaba. Não há interesse...deixam acabar tudo. A Emissora Nacional tinha um espólio muito bom, mas desapareceu praticamente.*

A coleção está dada como terminada... Até porque é já difícil encontrar modelos diferentes.
Os mais de mil aparelhos estão na Radiolândia,
um espaço que Manuel Silva não hesita em mostrar
a todos os amantes da rádio.

RODAPÉ

Em Vagos todos conhecem Manuel dos Rádios...é por isso fácil encontrar a Radiolândia e ficar a conhecer a história e a evolução dos rádios.

Nota:

A reportagem foi emitida no dia 13 de fevereiro de 2013 num dos blocos informativos da tarde, na Antena 1, com a voz de Pedro Ribeiro. A peça não se encontra disponível online.