

**Carlos Francisco
Lopes Canelas**

**O Binómio Jornalista-Editor de Imagem
na Produção Noticiosa Televisiva**

**Carlos Francisco
Lopes Canelas**

**O Binómio Jornalista-Editor de Imagem
na Produção Noticiosa Televisiva
causas e consequências**

Tese de Doutoramento apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, realizada sob a orientação científica do Doutor Jorge Trinidad Ferraz de Abreu, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro, e sob a coorientação do Doutor Jacinto António Rosa Godinho, Professor Auxiliar do Departamento de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Apoio financeiro da FCT e do FSE
no âmbito do III Quadro Comunitário
de Apoio.

Dedico este trabalho à minha esposa, **Teresa Alexandra Antunes Pereira Canelas**, e à minha filha, **Leonor Pereira Canelas**, que nasceu durante o período de desenvolvimento desta tese de doutoramento.

o júri

presidente

Prof. Doutor Vítor Brás de Sequeira Amaral
Professor Catedrático da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Fernando António Dias Zamith Silva
Professor Auxiliar da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Prof. Doutor Jacinto António Rosa Godinho
Professor Auxiliar da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa

Prof.^a Doutora Célia Maria Silvério Quico
Professora Auxiliar da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologia

Prof. Doutor Jorge Trinidad Ferraz de Abreu
Professor Auxiliar da Universidade de Aveiro

Prof. Doutor Nuno Goulart Brandão
Professor Coordenador do Instituto Superior de Novas Profissões

agradecimentos

A presente tese de doutoramento representa um trabalho de investigação que contou com a colaboração de várias pessoas a quem quero expressar os meus agradecimentos:

- Ao meu orientador, Prof. Doutor Jorge Trinidad Ferraz de Abreu, e ao meu coorientador, Prof. Doutor Jacinto António Rosa Godinho, pela orientação, apoio e partilha de saberes que foram imprescindíveis para a concretização desta tese de doutoramento;
- Às Universidades de Aveiro e Porto e à coordenação do programa doutoral em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais por me terem dado a possibilidade de efetuar este programa doutoral;
- Aos Serviços de Gestão Académica da Universidade de Aveiro por terem dado deferimento os meus pedidos de suspensão de contagem do prazo para efeitos de formalização de pedido de defesa de tese;
- Às direções de informação da SIC e TVI por terem aceitado o meu pedido de colaboração;
- Às secretárias das direções de informação da SIC e da TVI, Marta Silva e Leonor Noronha, respetivamente, pelo apoio prestado;
- Aos profissionais da informação televisiva (jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem) que participaram nesta investigação, pela sua valiosa colaboração;
- Aos jornalistas Luís Loureiro (RTP) e Pedro Coelho (SIC) pelos esclarecimentos prestados e pela sua participação no pré-teste do questionário;
- Aos docentes do ensino superior e formadores do CENJOR que intervieram neste estudo pela sua preciosa cooperação;
- À FCT pelo apoio financeiro, através da conceção de uma bolsa individual de doutoramento;
- À Direção da Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda por, no último ano, me ter proporcionado um horário de trabalho mais favorável;
- Aos meus pais, Francisco Canelas Gomes e Cândida Celestina Lopes Antunes Canelas, e à minha irmã, Fátima Cristina Lopes Canelas, pelo apoio constante;
- E a todos aqueles que não foram mencionados, mas que, de forma direta ou indireta, colaboraram na realização desta tese de doutoramento.
- A todos, muito obrigado.

palavras-chave

Edição de Imagem, Jornalistas Televisivos, Produção Noticiosa Televisiva

resumo

Na era da convergência jornalística, as redações televisivas estão, ainda, a passar por diversos processos de transformações. Centrando esta problemática nos telejornalistas, verifica-se uma tendência crescente para que estes desempenhem funções e/ou tarefas que ainda há muito pouco tempo eram executadas por outros profissionais da informação televisiva. Esta agregação funcional verifica-se, nomeadamente, ao nível da edição de imagem de conteúdos noticiosos a serem transmitidos pela televisão. Neste contexto, na presente tese de doutoramento pretende-se, em termos gerais, apurar e compreender as causas e as consequências de serem os próprios jornalistas televisivos a desempenhar a edição de imagem de conteúdos noticiosos transmitidos pela televisão. Para isso, foi desenvolvida uma investigação empírica, tendo como campos de estudo as redações centrais da SIC e da TVI.

Tal como o trabalho de campo permitiu concluir, os diversos fundamentos desta dinâmica são, de certa forma, incontornáveis. Contudo, esta investigação pretende também contribuir para que se reúnam as condições, ao nível da oferta formativa, que tornem as respetivas consequências consonantes com uma evolução profícua da atividade jornalística.

keywords

Video editing, television journalists, television news production

abstract

In the era of journalistic convergence, television newsrooms are still undergoing various processes of transformation. There is a growing trend for news anchors to perform functions and/or tasks that until very recently were performed by other television professionals. This accumulation occurs, in particular, at the level of editing video news content for broadcasting. In this context, and in general terms, this doctoral thesis aims to research and understand the causes and consequences resulting from the fact that news anchors are now editing video news content for broadcasting. Thus, our empirical research took place in the newsrooms of SIC and TVI.

The results of the aforementioned fieldwork highlighted that this accumulation dynamics are somehow unavoidable. Thus, this research also intends to contribute to the improvement of educational resources, helping them evolve according to the current trends, therefore improving television journalism.

Índice Geral

1. Introdução.....	1
1.1. Apresentação e pertinência do tema de investigação	3
1.2. O porquê da escolha deste tema de investigação	6
1.3. Objetivos gerais e específicos da investigação	8
1.4. Contributos da investigação	9
1.5. Notas prévias sobre as questões metodológicas presentes na investigação	9
1.6. Estrutura do documento	11
2. Contextualização e Enquadramento Teórico.....	13
2.1. A convergência dos <i>media</i> noticiosos	15
2.1.1. Os <i>media</i> jornalísticos na era da convergência	15
2.1.2. O que se entende por convergência jornalística	22
2.1.3. As dimensões da convergência nos <i>media</i> noticiosos	25
2.1.3.1. Dimensão tecnológica.....	25
2.1.3.2. Dimensão empresarial	28
2.1.3.3. Dimensão profissional	30
2.1.3.4. Dimensão dos conteúdos	36
2.1.3.5. Dimensão da audiência	37
2.2. O jornalismo televisivo face à convergência noticiosa	40
2.2.1. A televisão como meio de produção e de difusão de conteúdos jornalísticos	40
2.2.1.1. Televisão, a caixa que mudou o mundo.....	40
2.2.1.2. Os conteúdos noticiosos transmitidos pela televisão	45
2.2.2. A produção, a distribuição e a receção de conteúdos noticiosos televisivos no contexto da convergência jornalística	50
2.2.2.1. Produção de conteúdos informativos televisivos.....	50
2.2.2.2. Distribuição e receção dos conteúdos informativos televisivos	55
2.3. Os jornalistas televisivos e a edição de imagem de conteúdos noticiosos	57
2.3.1. A importância da edição de imagem na produção de conteúdos jornalísticos televisivos.....	57
2.3.2. A edição de vídeo.....	59
2.3.2.1. A técnica	59
2.3.2.1.1. O vídeo	59
2.3.2.1.2. A técnica da edição de vídeo.....	65
2.3.2.1.3. O nascimento da edição de vídeo.....	66
2.3.2.1.4. Os sistemas de edição de vídeo	67
2.3.2.2. A estética	73
2.3.2.2.1. A escola norte-americana.....	74
2.3.2.2.2. A escola soviética.....	78

2.3.3. A edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos desempenhada por jornalistas	87
3. Processo Metodológico	93
3.1. Introdução à investigação empírica.....	95
3.2. Entrevistas exploratórias	95
3.3. Modelo de análise	96
3.4. Campo de análise e população de estudo.....	101
3.4.1. Caracterização da amostra.....	103
3.4.1.1. Género	103
3.4.1.2. Idade	104
3.4.1.3. Tempo de trabalho na redação da SIC	106
3.4.1.4. Habilitações literárias	106
3.4.1.5. Temáticas noticiosas.....	107
3.4.2. Ensino e formação.....	107
3.5. Métodos de recolha de dados	110
3.5.1. Entrevista.....	110
3.5.2. Inquérito por questionário	111
3.5.2.1. Pré-teste do questionário.....	111
3.5.3. Observação direta.....	113
3.5.4. Análise documental	113
3.6. Aplicação dos instrumentos de recolha de dados.....	114
3.6.1. Realização das entrevistas	114
3.6.1.1. Redação central da SIC.....	115
3.6.1.2. Redação central da TVI	115
3.6.1.3. Ensino superior	116
3.6.1.4. Formação profissional	116
3.6.2. Aplicação dos questionários na redação central da SIC.....	117
3.6.3. Recolha de dados através da observação direta	118
3.6.4. Recolha de documentos.....	118
3.7. Tratamento e análise dos dados recolhidos.....	119
3.7.1. Tratamento e análise dos dados obtidos através das entrevistas	120
3.7.2. Tratamento e análise de dados obtidos através da aplicação dos questionários.....	120
3.7.3. Tratamento e análise dos dados obtidos através da observação direta.....	122
3.7.4. Tratamento e análise dos dados obtidos através da análise documental	122
4. Resultados e Discussão	123
4.1. Resultados introdutórios	125
4.1.1. Tempo de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos por parte dos jornalistas da SIC.....	125
4.1.2. Nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos	127

4.1.3. Conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas da SIC.	131
4.1.3.1. <i>Talking heads</i> e <i>clips off</i>	131
4.1.3.2. Pequenas peças noticiosas	132
4.1.3.3. Reportagens	133
4.2. Causas	135
4.2.1. Fatores tecnológicos	135
4.2.1.1. Disponibilização de um editor de vídeo com uma interface amigável e de uso simples	135
4.2.1.2. Instalação de servidores de vídeo na redação televisiva	142
4.2.2. Fatores organizacionais	143
4.2.2.1. Melhorar a qualidade dos conteúdos jornalísticos televisivos	143
4.2.2.2. Surgimento dos canais televisivos de 24 horas de informação	145
4.2.2.2.1. Necessidade de aumentar a produção noticiosa televisiva	145
4.2.2.2.2. Agilizar os processos de produção de conteúdos jornalísticos televisivos	146
4.2.2.2.3. No contexto dos canais de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns dos conteúdos informativos sejam editados por jornalistas	148
4.2.2.3. No contexto dos canais de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns dos conteúdos informativos sejam editados por jornalistas	148
4.2.3. Fatores económico-financeiros	151
4.2.3.1. Reduzir os custos da produção jornalística televisiva	152
4.2.3.2. Otimizar os recursos existentes	154
4.2.4. Fatores relacionados com as audiências	157
4.2.5. Fatores concorrenciais	158
4.2.6. Fatores formativos	159
4.3. Consequências	160
4.3.1. Qualidade dos conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas	161
4.3.1.1. Os jornalistas televisivos podem passar mais tempo “fechados” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à atividade noticiosa	163
4.3.1.2. Qualidade noticiosa dos conteúdos informativos televisivos	165
4.3.1.2.1. Qualidade noticiosa dos <i>talking heads</i>	165
4.3.1.2.2. Qualidade noticiosa dos <i>clips off</i>	167
4.3.1.2.3. Qualidade noticiosa das pequenas peças jornalísticas	168
4.3.1.2.4. Qualidade noticiosa das reportagens	170
4.3.1.3. Qualidade formal dos conteúdos informativos televisivos	172
4.3.1.3.1. Qualidade formal dos <i>talking heads</i>	172
4.3.1.3.2. Qualidade formal dos <i>clips off</i>	173
4.3.1.3.3. Qualidade formal das pequenas peças noticiosas	174
4.3.1.3.4. Qualidade formal das reportagens	176
4.3.1.4. Maior controlo sobre o processo de produção informativa	179
4.3.1.5. Disponibilização dos conteúdos noticiosos televisivos com uma maior brevidade	181

4.3.1.6. Atualização dos conteúdos noticiosos televisivos	183
4.3.2. Aumento da produção jornalística televisiva	184
4.3.3. Questões laborais	186
4.3.3.1. Os jornalistas televisivos ficam mais sobrecarregados de trabalho	186
4.3.3.2. Compensação financeira	187
4.3.4. Mudanças na atuação dos jornalistas televisivos pelo facto de editarem em vídeo conteúdos informativos	188
4.3.4.1. Os jornalistas televisivos começam no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo noticioso em imagens e sons	188
4.3.4.2. Os jornalistas televisivos começaram a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos noticiosos	189
4.3.4.3. Os jornalistas televisivos estão mais conscientes das imagens e sons que necessitam para transmitirem as mensagens noticiosas	190
4.3.4.4. Maior envolvimento no trabalho dos repórteres de imagem	191
4.3.5. A relação entre jornalistas televisivos e os editores de imagem	193
4.3.5.3. Interação mais eficiente entre jornalistas e editores de imagem.....	195
4.3.5.4. O trabalho dos editores de imagem no contexto da produção jornalística televisiva	196
4.3.6. Consequências para os editores de imagem	197
4.3.6.1. Extinção dos editores de imagem do processo de produção da informação televisiva diária.....	197
4.3.6.2. Despedimentos de editores de imagem.....	199
4.3.6.3. Contratação de editores de imagem	201
4.3.6.4. Transferência dos editores de imagem para outros serviços.....	202
4.3.6.5. Os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos televisivos mais exigentes	202
4.4. As necessidades formativas dos jornalistas da SIC no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos.....	204
4.4.1. A importância da formação	204
4.4.2. A formação no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos por parte dos jornalistas da SIC	206
4.4.3. Os conhecimentos transmitidos pelos editores de imagem	209
4.4.4. As dificuldades sentidas pelos jornalistas da SIC no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos	210
4.4.4.1. Imagem televisiva.....	210
4.4.4.2. Linguagem audiovisual.....	213
4.4.4.2.1. Seleção e ordenação dos planos	214
4.4.4.2.2. Aplicação das diversas técnicas e regras de montagem	215
4.4.4.3. Construção de narrativas noticiosas televisivas.....	217
4.4.4.4. Na escrita para as imagens.....	219
4.4.4.5. Na utilização do sistema de edição de vídeo	222
4.4.4.5.1. No tratamento da componente sonora.....	222
4.4.4.6. Na gestão do tempo que possui para editar em vídeo.....	224

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas.....	227
5.1. O ensino superior e a formação profissional do jornalismo em Portugal	229
5.1.1. Ensino superior.....	229
5.1.2. Formação profissional para jornalistas.....	233
5.2. A edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos no ensino superior e na formação profissional para jornalistas	236
5.2.1. No ensino superior	236
5.2.2. Na formação profissional para jornalistas	248
5.3. Algumas recomendações para um melhor ensino e formação ao nível da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos para jornalistas.....	251
6. Conclusão	257
6.1. Conclusões sobre o processo de investigação	259
6.2. Limitações do estudo e sugestões para investigações futuras	267
Referências Bibliográficas	269
Anexos.....	295

Índice de Figuras

Figura 1 - Interface do editor de vídeo <i>Sony DNE-2000</i>	137
Figura 2 - Interface do editor de vídeo <i>Sony ClipEdit</i>	138
Figura 3 - Interface do editor de vídeo <i>Sony XPRIT NS</i>	139
Figura 4 - Uma jornalista da TVI a montar através de um editor de vídeo da <i>Quantel</i>	141

Índice de Gráficos

Gráfico 1 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível	47
Gráfico 2 - Das seguintes plataformas, quais prefere para... (resposta múltipla)	47
Gráfico 3 - Género dos inquiridos	103
Gráfico 4 - Idade dos inquiridos	104
Gráfico 5 - Tempo de trabalho dos inquiridos na redação da SIC	106
Gráfico 6 - Qual o seu nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?	127
Gráfico 7 - <i>Talking heads</i> e <i>clips off</i> editados em vídeo pelos jornalistas inquiridos	131
Gráfico 8 - Pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas inquiridos	132
Gráfico 9 - Reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas inquiridos	133
Gráfico 10 - Conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas inquiridos	134
Gráfico 11 - Os jornalistas editam em vídeo devido aos avanços tecnológicos, nomeadamente a disponibilização de um editor de vídeo com uma interface amigável e de uso simples? mas com as ferramentas necessárias para montar?	135
Gráfico 12 - Os jornalistas editam em vídeo devido aos avanços tecnológicos, nomeadamente a instalação de servidores de vídeo na redação televisiva?	142
Gráfico 13 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de melhorar a qualidade dos conteúdos noticiosos televisivos?	143
Gráfico 14 - Os jornalistas televisivos editam em vídeo devido ao surgimento do canal de 24 horas de informação, porque houve a necessidade de aumentar a produção noticiosa televisiva?	145
Gráfico 15 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de agilizar os processos de produção de conteúdos jornalísticos televisivos?	146
Gráfico 16 - No contexto do canal de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns dos conteúdos informativos sejam editados em vídeo por jornalistas?	148
Gráfico 17 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de reduzir os custos de produção jornalística televisiva?	152

Gráfico 18 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos humanos existentes?	154
Gráfico 19 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de libertar os editores de imagem para trabalhos jornalísticos que exigem uma edição mais cuidada? ...	155
Gráfico 20 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos tecnológicos existentes?	156
Gráfico 21 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de satisfazer as atuais necessidades informativas das suas audiências?	157
Gráfico 22 - Os jornalistas televisivos editam em vídeo devido à concorrência.....	158
Gráfico 23 - Os jornalistas começaram a chegar às redações preparados, pelos estabelecimentos de ensino superior, para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?	159
Gráfico 24 - Pelo facto de editar em vídeo, passa mais tempo “fechado” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à sua atividade?	163
Gráfico 25 - Os <i>talking heads</i> editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?	166
Gráfico 26 - Os <i>clips off</i> editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?	167
Gráfico 27 - As pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade informativa?	168
Gráfico 28 - As reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?	170
Gráfico 29 - Os <i>talking heads</i> editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?	172
Gráfico 30 - Os <i>clips off</i> editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?	173
Gráfico 31 - As pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?	174
Gráfico 32 - As reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?	176
Gráfico 33 - Pelo facto de editar em vídeo, tem um maior controlo sobre o processo de produção informativa?	179
Gráfico 34 - Este maior controlo contribui para uma melhor coerência dos seus conteúdos jornalísticos televisivos?	180
Gráfico 35 - Pelo facto de os jornalistas editarem em vídeo, vê reduzidos e mesmo eliminados os tempos de espera despendidos para montar em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos com os editores de imagem?	181
Gráfico 36 - Pelo facto de editar em vídeo, o processo de montagem é mais rápido, visto que não depende de terceiros para editar em vídeo?	182
Gráfico 37 - Pelo facto de editar em vídeo, com que frequência atualiza os seus conteúdos informativos televisivos?	183

Gráfico 38 - Pelo facto de editar em vídeo, aumenta o número de conteúdos informativos televisivos produzidos por cada dia de trabalho?.....	184
Gráfico 39 - Pelo facto de editar em vídeo, fica mais sobrecarregado de trabalho?	186
Gráfico 40 - Pelo facto de editar em vídeo, recebe alguma compensação financeira?	187
Gráfico 41 - Pelo facto de editar em vídeo, começa no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo jornalístico televisivo em imagens e sons?	188
Gráfico 42 - Pelo facto de editar em vídeo, começou a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos jornalísticos televisivos?	189
Gráfico 43 - Pelo facto de editar em vídeo, tornou-o mais consciente das imagens e sons que necessita para transmitir a mensagem noticiosa que pretende?	190
Gráfico 44 - Pelo facto de editar em vídeo, existe um maior envolvimento no trabalho dos repórteres de imagem?	191
Gráfico 45 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, os conhecimentos que possui sobre a edição de vídeo ajudam-no a estruturar melhor esses conteúdos?.....	193
Gráfico 46 - Quando os seus conteúdos noticiosos são montados por editores de imagem, presta mais atenção ao seu trabalho, com vista a adquirir mais conhecimentos sobre a edição de vídeo?	194
Gráfico 47 - Quando os seus conteúdos noticiosos são montados por editores de imagem, há uma interação mais eficiente entre si e os editores de imagem?	195
Gráfico 48 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, aumenta a sua participação na edição de vídeo?.....	196
Gráfico 49 - Como vê o trabalho dos editores de imagem no contexto da produção jornalística televisiva?	196
Gráfico 50 - A figura do editor de imagem pode ser extinta do processo de produção da informação televisiva diária?.....	197
Gráfico 51 - Os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos televisivos mais exigentes?.....	202
Gráfico 52 - Para exercer a edição de vídeo de conteúdos noticiosos televisivos teve formação?	206
Gráfico 53 - Como considera os conhecimentos adquiridos com os editores de imagem acerca da edição de vídeo?	210
Gráfico 54 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na identificação de imagens que não estão em conformidade com as exigências televisivas?.....	212
Gráfico 55 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na seleção e na ordenação dos planos mais indicados para transmitir o que pretende?	214
Gráfico 56 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na aplicação das diversas técnicas e regras da montagem? ...	216

Gráfico 57 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção de narrativas adaptadas aos diversos géneros informativos televisivos?	218
Gráfico 58 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção do texto noticioso, que irá dar origem à voz-off, em função das imagens disponíveis?	221
Gráfico 59 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se no uso do editor de vídeo disponível na redação?	222
Gráfico 60 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se no tratamento da componente sonora?	224
Gráfico 61 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na gestão do tempo que possuiu para editar em vídeo?	224

Índice de Quadros

Quadro 1 - Modelo de análise	100
Quadro 2 - Habilitações literárias dos jornalistas inquiridos.....	106
Quadro 3 - Temáticas noticiosas trabalhadas pelos jornalistas inquiridos	107
Quadro 4 - Entrevistas realizadas na redação central da SIC	115
Quadro 5 - Entrevistas realizadas na redação central da TVI.....	115
Quadro 6 - Entrevistas realizadas a docentes do ensino superior.....	116
Quadro 7 - Planos de estudos analisados.....	119
Quadro 8 - Há quanto tempo é que edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?	125
Quadro 9 - Considera que os <i>talking heads</i> editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?.....	166
Quadro 10 - Considera que os <i>clips off</i> editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?.....	168
Quadro 11 - Considera que as pequenas peças jornalísticas editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?	169
Quadro 12 - Considera que as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?.....	171
Quadro 13 - No seu entender, os <i>talking heads</i> editados em vídeo por si perdem qualidade formal?.....	173
Quadro 14 - No seu entender, os <i>clips off</i> editados em vídeo por si perdem qualidade formal?.....	174
Quadro 15 - No seu entender, as pequenas peças noticiosas editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?	175

Quadro 16 - No seu entender, as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?.....	176
Quadro 17 - Oferta formativa do ensino superior universitário de cursos de Jornalismo ou afins	232
Quadro 18 - Oferta formativa do ensino superior politécnico de cursos de Jornalismo ou afins	233
Quadro 19 - Editores de vídeo ensinados	239

1. Introdução

1.1. Apresentação e pertinência do tema de investigação

Já há alguns anos a esta parte que os *media* noticiosos estão a passar por um processo de transformações que afeta as suas diversas dimensões, designadamente a tecnológica, a empresarial, a profissional, a dos conteúdos e a da relação com a audiência, sendo este processo denominado por convergência jornalística (Pavlik, 2001; Domingo *et al.*, 2007; Salaverría e García Avilés, 2008; Deuze, 2009; Salaverría *et al.*, 2010). Com efeito, as alterações verificadas nas várias dimensões dos órgãos de informação estão, naturalmente, a ter importantes implicações nos processos de produção, de difusão e de receção dos conteúdos noticiosos de todos os meios informativos (Pavlik, 2001; Jenkins, 2006; Cabral, 2008; Salaverría e García Avilés, 2008; Canavilhas, 2009a; Salaverría *et al.*, 2010).

Nesta conjuntura, a televisão, não só na sua qualidade de meio informativo, está a atravessar tempos de mudança. Tal como refere Francisco Rui Cádima (2008a, 2008b), o setor televisivo está a passar por uma fase de profundas reconfigurações, tanto no que diz respeito às dinâmicas de mercado como no que se refere aos consumos. Na atualidade, por exemplo, os conteúdos televisivos são difundidos, para além das formas convencionais (hertziana, cabo e satélite), através de multiplataformas digitais, como sejam a IPTV (*Internet Protocol Television*), a Web TV ou a Mobile TV (Cardoso *et al.*, 2011). Assim, a televisão encontra-se disseminada por diversos espaços e aparelhos (televisores [televisor convencional; LCD; Plasma], computadores, telemóveis, *smartphones*, *tablets*, consolas de jogos, *media-centers*, entre outros equipamentos fixos e portáteis), podendo ser visionada, pelos telespetadores, a qualquer hora, em qualquer lugar e a partir de diversos suportes de receção de conteúdos televisivos (Jenkins, 2006; García Avilés, 2007a; Cardoso *et al.*, 2011). Por consequência, a própria experiência televisiva está a ser modificada (Cardoso *et al.*, 2011).

Ainda que a televisão esteja, nos últimos tempos, a perder alguma da sua audiência para os novos *media*, especialmente no que concerne às faixas etárias mais jovens (Deuze, 2008b; Quico, 2008; Cádima, 2011), o pequeno ecrã continua a ser o *media* preferido da maior parte dos cidadãos (Brandão, 2006, 2010; García Avilés, 2007a; Torres, 2011), já que ver televisão continua a ser a única atividade partilhada por todas as classes sociais e por todos os grupos etários (Wolton, 1999; OberCom, 2011). Aliás, visionar televisão é uma atividade quotidiana para quase a totalidade da população mundial (Abreu, 2007). Então, tal como sublinha Dominique Wolton (1994), a televisão ocupa um lugar de destaque na vida das pessoas, quer pela informação quer pelo entretenimento que proporciona, constituindo-se como a principal janela aberta sobre o mundo. Neste seguimento, na opinião de Ignacio Ramonet (1999), a caixa

que teve a capacidade de mudar o mundo não é apenas o principal *media* de entretenimento, mas é igualmente o principal meio de informação. Perante isso, como acrescenta Pierre Bourdieu (2005: 10), a televisão assume-se como o central meio noticioso, tendo uma «espécie de monopólio sobre a formação dos cérebros de uma parte muito importante da população». Apesar de crítico, Giovanni Sartori (2000) reconhece que o mérito particularmente consensual da televisão é o de informar, entendendo o termo informar como fornecimento de notícias. Nesta perspetiva, para Nelson Traquina (2000), existe um crescente recurso às notícias televisivas, por parte dos indivíduos, como principal fonte de informação. Para muitas pessoas, as notícias veiculadas pela televisão continuam a ser a principal e, por vezes, a única fonte de informação (OberCom, 2011).

Neste campo, no da informação televisiva, a convergência está a provocar inúmeros e importantes efeitos na dinâmica dos *media* jornalísticos televisivos, principalmente nas dimensões tecnológica, empresarial, profissional, dos conteúdos e da relação com as suas audiências. Daí, as redações noticiosas das televisões estarem a passar por profundas transformações, no sentido em que, por exemplo, as rotinas e as ferramentas de trabalho dos profissionais da informação estão a ser redefinidas e, por conseguinte, os processos de produção de conteúdos noticiosos estão a sofrer diversas mutações. Estas alterações manifestam-se em todas as fases dos processos produtivos jornalísticos televisivos (Pavlik, 2001; Deuze, 2004; García Avilés, 2006d; Jenkins, 2006; Salaverría e García Avilés, 2008; Canavilhas, 2009a; Cardoso *et al.*, 2011).

Paralelamente, com o surgimento dos operadores televisivos privados e, posteriormente, com a proliferação dos canais temáticos noticiosos (emitindo 24 horas de informação televisiva por dia) e, sem esquecer, a concorrência dos novos *media*, sobretudo da *web*, a produção de conteúdos jornalísticos televisivos aumentou consideravelmente nos últimos tempos. Consequentemente, os *media* noticiosos televisivos veem-se forçados a emitir conteúdos jornalísticos em intervalos temporais cada vez mais curtos. Esta constatação obriga a que, por um lado, os jornalistas televisivos aumentem a sua produção informativa e, por outro, diminuam o tempo dispensado na elaboração de cada conteúdo noticioso, sem que haja aparente perda de qualidade no produto informativo (García Avilés, 2006c, 2006d).

Neste panorama, deve-se ter em conta as alterações propiciadas pela convergência noticiosa nas práticas jornalísticas. Desta feita, interessa, por exemplo, estudar o grau de polivalência do jornalista de televisão: ver em que medida aumentou o número de funções/ tarefas efetuadas pela mesma pessoa; averiguar se os jornalistas desempenham funções/ tarefas que antes eram da competência de outros profissionais; apurar se os jornalistas tiveram formação

para executar as novas funções/ tarefas; determinar e entender quais as consequências destas novas práticas profissionais; perceber se a mencionada polivalência afeta a carga de trabalho dos jornalistas, bem como a sua responsabilidade sobre o produto final, entre muitas outras questões pertinentes (Cottle e Ashton, 1999; Pavlik, 2000; Deuze, 2004; Dupagne e Garrison, 2006; Domingo *et al.*, 2007; Salaverría e García Avilés, 2008, Canavilhas, 2009a; Micó *et al.*, 2009; Salaverría *et al.*, 2010).

Desde dos meados da década de 1990 que numerosas estações de televisão europeias e norte-americanas começaram a incorporar jornalistas polivalentes¹ nas suas redações noticiosas (Ramonet, 1999; García Avilés, 2006a, 2006c, 2006d). No seguimento desta ideia, Ignacio Ramonet (1999: 53) afirma que «nas salas de redacção das cadeias de televisão modernas, os jornalistas redigem o texto e montam as imagens em simultâneo». Isto significa que os telejornalistas são levados a assumirem funções e/ou tarefas que, ainda não há muito tempo, eram executadas por outros profissionais (Deuze, 2004; Rintala e Suolonen, 2005; Canavilhas 2009a; Salaverría, 2009).

Ora, uma destas funções/ tarefas realizadas pelos jornalistas televisivos é a edição de imagem de conteúdos noticiosos. Tendo em conta alguns estudos (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés, 2002, 2006a, 2006c, 2006d; García Avilés e Benvenido, 2002; Duhe *et al.*, 2004; García Avilés *et al.*, 2004; Dupagne e Garrison, 2006; Silcock, 2007; Salaverría e García Avilés, 2008; Wallace, 2009, 2013; García Avilés, 2010; Waldman *et al.*, 2011; Filho e Correia, 2012; Henderson, 2012) que abordam, de uma forma direta ou indireta, esta problemática, pode-se afirmar que uma das competências que, no presente, é, cada vez mais, exigida pelas estações televisivas aos jornalistas é a de editar em vídeo os conteúdos noticiosos.

No processo tradicional, a função/ tarefa de editar em vídeo a informação jornalística é da competência de técnicos especializados, como sejam os editores de imagem e os repórteres de imagem. Geralmente, em redações noticiosas de maior dimensão, a equipa de reportagem é composta por três profissionais, isto é, um jornalista, um repórter de imagem e um editor de imagem. O jornalista estrutura a notícia, o repórter de imagem, através de uma câmara de vídeo e respetivos acessórios, capta o material audiovisual, e o editor de imagem, com a colaboração do jornalista e em função do texto elaborado por este e do material audiovisual registado pelo repórter de imagem, efetua as operações de edição de vídeo. No caso das redações jornalísticas de menor dimensão, normalmente as delegações regionais e locais dos operadores tele-

¹ Neste particular refere-se à polivalência em termos técnicos, isto é, os jornalistas desempenham funções/ tarefas que, anteriormente, eram executadas por profissionais altamente especializados, como seja a edição de imagem de conteúdos noticiosos.

visivos nacionais e internacionais, a equipa é constituída por dois profissionais, ou seja, um jornalista e um repórter de imagem, sendo a função/ tarefa de editar em vídeo a informação noticiosa desempenhada pelo repórter de imagem (Souto, 2004; Canelas, 2008; Cruz, 2008). Neste sentido, algumas investigações empíricas (Souto 2004; García Avilés, 2006c; Silcock, 2007; Canelas, 2008; Cruz, 2008) apuraram que a função/ tarefa de editar em vídeo de uma grande parte da informação televisiva, tanto em emissoras europeias como em emissoras norte-americanas, continua a ser da competência dos editores de imagem e dos repórteres de imagem.

Todavia, tal como destacam diversos estudos (Cottle e Ashton, 1999; Pavlik, 2000; Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001; García Avilés, 2002, 2006a, 2006c, 2006d, 2007b; García Avilés e Benvenido, 2002; Deuze, 2004; Duhe *et al.*, 2004; García Avilés *et al.*, 2004; Rintala e Suolainen, 2005; Silcock, 2007; Cabral, 2008; Canelas, 2008; Salaverría e García Avilés, 2008; Canavilhas, 2009a; García Avilés *et al.*, 2009; Wallace, 2009, 2013; García Avilés, 2010; Waldman *et al.*, 2011; Filho e Correia, 2012; Henderson, 2012), os jornalistas televisivos estão assumir, cada vez com maior frequência, a função/ tarefa de editar em vídeo os seus conteúdos noticiosos.

Neste cenário, é com certeza relevante averiguar e, principalmente, analisar as consequências, quer as positivas quer as negativas, resultantes destas novas práticas profissionais. Essas consequências podem ser avaliadas a partir de diversas vertentes, ou seja, constatar os efeitos deste fenómeno, por exemplo, nos conteúdos noticiosos; na atividade dos próprios telejornalistas; na atividade dos profissionais que executam esta função/ tarefa (editores de imagem e repórteres de imagem); na entidade empregadora; nos seus diversos públicos; na concorrência; entre outras vertentes.

1.2. O porquê da escolha deste tema de investigação

É indispensável que o investigador opte por um tema relacionado com os seus interesses de investigação, pois selecionar corretamente o tema é determinante para o sucesso do trabalho (Eco, 1989; Phillips e Pugh, 1998; Sierra Bravo, 1999; Barros e Junqueira, 2005). A escolha de um tema deve ter em consideração um conjunto de fatores fundamentais, tais como (Barros e Junqueira, 2005: 39-41): afinidade; oportunidade; relevância; propriedade; delimitação e realismo.

Relativamente à afinidade, o investigador deve-se sentir à vontade com o assunto selecionado, devendo estudar um tema que lhe seja minimamente familiar ou particularmente desafiador.

Quanto à oportunidade, a investigação pode ser uma possibilidade para exercitar a capacidade de ler, refletir, investigar, analisar, selecionar e redigir. Deste modo, pode representar, igualmente, um passo importante para uma especialização no tema.

Em relação à relevância, a pesquisa deve ser relevante, não unicamente para o investigador, mas também para quem estiver interessado ou tiver domínio no assunto, tanto no campo académico como no campo científico, bem como no campo profissional.

No que concerne à propriedade, o tema selecionado deve estar relacionado, direta ou indiretamente, com a área de atuação ou interesse do investigador.

No que se refere à delimitação, muitos jovens investigadores tendem a escolher temas excessivamente amplos. Além disso, ao tratar-se de temas abrangentes, na maioria das situações, fica-se pela superfície. Desta forma, é preciso “afunilar” o tema. Tal como escreve Umberto Eco (1989: 10), na sua célebre obra *Como se faz uma Tese*, «quanto mais se restringe o campo, melhor e com mais segurança se trabalha».

Por último, no que diz respeito ao realismo, existe, geralmente, a tentação do investigador optar por temas de difícil abordagem, com metodologias complexas para o tempo disponível ou literatura inacessível. Assim, é recomendável selecionar um assunto cuja análise seja viável e o trabalho de campo seja acessível ao investigador.

Nesta linha de raciocínio, António José Fernandes (1995) reforça a ideia de que o tema é, na maior parte dos casos, escolhido de acordo com a área de especialização do investigador e, também, em função da expectativa que este possa suscitar.

Em termos profissionais, o presente investigador é docente, desde outubro de 2001, no ensino superior politécnico, a exercer funções na Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda, lecionando unidades curriculares da área da Comunicação Audiovisual, abordando questões teórico-práticas da edição de áudio e vídeo. Para além de docente, é, desde fevereiro de 2003, o coordenador de campo do Laboratório de Vídeo da referida escola.

Em termos académicos, no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, o presente pesquisador desenvolveu uma dissertação intitulada: «A Edição de Vídeo no Jornalismo Televisivo: os profissionais da edição de vídeo da informação jornalística diária da RTP», cujo trabalho foi orientado pela *Prof.ª Doutora Isabel Ferin* (docente da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra) e coorien-

tado pelo *Prof. Doutor* Jacinto Godinho (docente do Departamento de Ciências da Comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa). Este trabalho académico expõe, após o respetivo enquadramento teórico, uma investigação empírica sobre os profissionais da RTP, que editam diariamente em vídeo a informação noticiosa transmitida nos programas informativos diários da RTP na qualidade de televisão pública generalista radiodifundida em sinal aberto.

Em termos científicos, nos últimos anos, o autor desta tese de doutoramento tem apresentado comunicações em congressos nacionais e internacionais, assim como publicado alguns artigos sobre esta temática (Canelas, 2009a, 2009b, 2010a, 2010b, 2010c, 2010d, 2011a, 2011b, 2012).

1.3. Objetivos gerais e específicos da investigação

Atendendo ao contexto evidenciado na secção 1.1., esta investigação possui como objetivos gerais determinar e perceber as causas e as consequências de serem os próprios jornalistas televisivos a desempenhar a edição de imagem de conteúdos noticiosos transmitidos pela televisão.

Com efeito, esta investigação pretende concretizar os seguintes objetivos específicos:

- apurar e entender quais as causas que contribuem para que os jornalistas de televisão executem a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos;
- averiguar e compreender as consequências, tanto as positivas como as negativas, desta mudança profissional;
- identificar e perceber as dificuldades dos telejornalistas quando assumem a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, com vista a assinalar as suas necessidades de formação neste domínio;
- verificar a forma como os alunos dos cursos superiores, que formam jornalistas (*Jornalismo* ou afins), estão a ser preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos;
- propor algumas recomendações, no campo do ensino e da formação da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, que possam conduzir a uma melhoria do desempenho dos jornalistas de televisão no exercício desta função/ tarefa.

1.4. Contributos da investigação

Com a concretização dos objetivos assinalados no ponto anterior, ambiciona-se, com esta investigação, contribuir para:

- alertar os operadores televisivos sobre as consequências positivas e negativas de serem os jornalistas a exercer a função/ tarefa de editar em vídeo os conteúdos noticiosos;
- assinalar as dificuldades dos jornalistas de televisão quando realizam a função/ tarefa de editar em vídeo, expondo as necessidades de formação neste domínio;
- apresentar um conjunto de recomendações neste campo que, eventualmente, poderá ser útil às instituições de ensino superior (Universitário e Politécnico) e às organizações de formação profissional de jornalistas para melhorar o ensino e/ou formação neste domínio.

1.5. Notas prévias sobre as questões metodológicas presentes na investigação

Para se atingir os objetivos anteriormente elencados, foi necessário desenvolver uma investigação empírica. Deste modo, após a revisão da literatura e da preparação, realização e análise das entrevistas exploratórias, construiu-se um modelo de análise, tendo sido definidas as hipóteses de trabalho. Na opinião de Raymond Quivy e LucVan Campenhoudt (1998), a organização de uma investigação em torno de hipóteses de trabalho é a melhor forma de a conduzir com ordem e rigor. Além do mais, um trabalho não pode ser encarado com uma verdadeira investigação se não se estruturar em torno de uma ou de várias hipóteses (Quivy e Campenhoudt (1998). Face ao exposto e tendo em conta os objetivos a concretizar, enunciam-se as seguintes hipóteses de investigação que, ainda que sejam muito gerais, pretenderam orientar esta pesquisa:

- **hipótese 1.** Os jornalistas televisivos executam a tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos devido à conjugação de diversos fatores: tecnológicos; organizacionais; económico-financeiros; relacionados com as audiências; concorrenciais e formativos. Porém, entre estes fatores, os tecnológicos, os organizacionais e os económico-financeiros são os grandes impulsionadores.

- **hipótese 2.** Esta mudança profissional apresenta consequências em diversas vertentes, nomeadamente no conteúdo noticioso televisivo; nas rotinas e práticas profissionais dos jornalistas; noutros profissionais da informação noticiosa televisiva, em particular nos editores de imagem, e na entidade empregadora. Contudo, as consequências mais importantes referem-se à perda de qualidade dos conteúdos jornalísticos televisivos.
- **hipótese 3.** Por norma, os recém-formados não saem suficientemente preparados dos cursos de Jornalismo ou afins, ministrados pelos estabelecimentos de ensino superior, para exercer a função/ tarefa da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos.

Após a elaboração do modelo de análise, definiu-se como principal campo de estudo a redação central da SIC, sediada em Carnaxide, visto que foi nesta redação que, pela primeira vez em Portugal, a edição de imagem de conteúdos noticiosos foi instituída como uma das funções/ tarefas a ser realizada pelos jornalistas, mais concretamente no ano 2000. No entanto, de modo a verificar se a presente investigação, para além da validade interna, possui igualmente validade externa, decidiu-se estudar também a redação central da TVI, localizada em Queluz de Baixo.

Desta forma, a população de estudo é composta por profissionais da informação televisiva que exercem a sua atividade profissional nestas duas redações. No caso da redação central da SIC, participaram nesta investigação os seguintes profissionais: Alcides Vieira (diretor de informação); Domingos Ferreira (coordenador dos editores de imagem); Guilherme Lima (chefe dos repórteres de imagem); Aristides Martins (realizador e ex-formador dos jornalistas no campo da edição de imagem); Jorge Costa (editor de imagem e formador dos editores de imagem na utilização do novo sistema de montagem) e Patrícia Moreira (jornalista e formador dos jornalistas no uso do novo sistema de edição de vídeo). Ainda nesta redação, contou-se com a colaboração de 69 profissionais que trabalham diretamente na produção de conteúdos noticiosos, mais especificamente 41 jornalistas, 15 repórteres de imagem e 13 editores de imagem. No caso da redação central da TVI, esta investigação contou com a participação dos seguintes elementos: Mário Moura (um dos diretores adjuntos de informação); João Maia Abreu (diretor de informação na altura em que arrancaram as emissões do canal televisivo *TVI24*); António Prata (um dos coordenadores da redação); João Ferreira (chefe dos editores de imagem) e Rui Romão (um dos coordenadores dos repórteres de imagem).

Ainda em relação ao campo de estudo e de maneira a alcançar os objetivos referentes ao ensino e à formação, solicitou-se a colaboração de docentes do ensino superior e formadores do CENJOR que estivessem, de uma forma direta ou indireta, envolvidos na lecionação no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos para jornalistas, tendo participado 20 docentes do ensino superior e três formadores do referido centro de formação.

No que concerne aos métodos de recolha de dados, os principais foram a entrevista e o inquérito por questionário. Porém, de forma a complementar e/ou a confrontar os dados coletados por estes instrumentos de recolha de dados, optou-se por se usar a observação direta e a análise documental.

Consequentemente, para se verificar se os dados recolhidos validam as hipóteses formuladas, foi efetuado o tratamento e a análise de dados. Para os dados recolhidos através das entrevistas, observação direta e análise documental recorreu-se à análise de conteúdo, usando o *software NVivo*. Para os dados obtidos pelo inquérito por questionário usou-se a análise estatística, utilizando para o efeito o programa informático *SPSS*.

1.6. Estrutura do documento

O presente documento encontra-se estruturado em seis capítulos, sendo a introdução considerada o seu primeiro capítulo.

Assim, no segundo capítulo, é efetuada a contextualização e o enquadramento teórico da investigação empírica desenvolvida, sendo este composto por três subcapítulos. No primeiro, intitulado *A convergência dos media noticiosos*, para além de se evidenciar a relevância, o papel e as funções dos *media* informativos na sociedade, explora-se o conceito de convergência jornalística, com vista à sua compreensão, sublinhando as suas implicações nas diversas dimensões dos atuais órgãos de informação. Quanto ao segundo subcapítulo, *O jornalismo televisivo face à convergência noticiosa*, começa por expor algumas apreciações sobre a televisão como meio de produção e de difusão de conteúdos informativos, destacando a importância do pequeno ecrã como meio de conceção e de disseminação de mensagens jornalísticas. Para além disso, tece-se algumas considerações sobre as mais recentes mudanças no que se refere à produção noticiosa televisiva. Por fim, no terceiro subcapítulo, *Os jornalistas e a edição de imagem de conteúdos noticiosos*, efetua-se o estado da arte do tema investigado, enunciando as investigações mais relevantes a respeito da problemática em análise.

No terceiro capítulo, é descrito o processo metodológico percorrido no desenvolvimento da investigação empírica. Para além de recuperar os objetivos gerais e específicos desta investigação, é proposto um modelo de análise, no qual são definidos os conceitos, as dimensões e as variáveis e/ou indicadores a examinar, assim como as hipóteses de investigação. Neste seguimento, é apresentado o campo de análise, justificando a sua escolha e caracterizando-se a população de estudo. Ainda neste capítulo, relativamente aos métodos de recolha de dados usados na presente investigação, é relatado o processo de preparação e aplicação dos diversos instrumentos de coleta de dados, bem como o processo de tratamento e análise dos dados recolhidos.

No capítulo seguinte, são apresentados e discutidos os resultados obtidos através do tratamento e análise dos dados. Neste sentido, este capítulo encontra-se dividido em quatro subcapítulos. No primeiro, são expostos os resultados introdutórios, nomeadamente: há quanto tempo os jornalistas da SIC e da TVI desempenham, de uma forma generalizada e contínua, a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos; o nível de concordância dos profissionais da informação que participam diretamente na produção noticiosa televisiva, mais concretamente jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem, relativamente ao facto de os jornalistas executarem esta tarefa; e que conteúdos são montados pelos jornalistas da SIC e da TVI. No subcapítulo seguinte, identificam-se e analisam-se as causas que contribuem para que os jornalistas exerçam a função/ tarefa em investigação, segmentando-as em fatores tecnológicos, organizacionais, económico-financeiros, concorrências, formativos e referentes às audiências. No terceiro subcapítulo, apuram-se e examinam-se as consequências desta prática profissional. No último subcapítulo, identificam-se as dificuldades sentidas pelos jornalistas da SIC quando editam em vídeo os seus conteúdos, de modo a determinar as suas necessidades de formação neste domínio.

No quinto capítulo, para além de se verificar a forma como os alunos dos cursos superiores, que formam jornalistas (*Jornalismo* ou afins), estão a ser preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, propõem-se algumas recomendações para um melhor ensino e formação nesta valência.

No derradeiro capítulo, focam-se as conclusões da investigação empírica, enunciando as limitações do estudo e, por último, assinalando possíveis propostas para investigações futuras.

2. Contextualização e Enquadramento Teórico

2.1. A convergência dos *media* noticiosos

2.1.1. Os *media* jornalísticos na era da convergência

Diversas são as expressões usadas, como sejam meios ou órgãos de comunicação social, meios ou órgãos de comunicação de massa, *mass media* ou, simplesmente, *media*, para designar um conjunto de meios de comunicação, que englobam a imprensa, a rádio, a televisão e, mais recentemente, a *Internet*, que possuem, ou deveriam possuir, como principais funções: informar, educar (e/ou formar) e entreter (e/ou distrair) (Sorlin, 1997; Balle, 2003). De facto, os *media* estão associados à produção e à transmissão de informação e de entretenimento (Cascais, 2001). Nesta perspetiva, Pierre Sorlin (1997) sublinha que os *mass media* são os principais meios pelos quais a informação e o entretenimento são produzidos, transmitidos e consumidos.

Retomando as funções dos meios de comunicação social, Harold D. Lasswell, no seu artigo intitulado «*The Structure and Function of Communication in Society*», publicado em 1948, apontou as funções clássicas dos *media*, a saber: (1) a vigilância sobre o meio ambiente; (2) a correlação dos elementos da sociedade na resposta ao meio ambiente; (3) a transmissão da herança social de uma geração para a seguinte (Lasswell, 2009: 52).

Em relação à primeira função dos órgãos de comunicação, a vigilância sobre o meio ambiente, esta função refere-se à capacidade dos *media* em produzir e em difundir informação, nomeadamente as notícias, com o pressuposto de alertar para os perigos que afetam a sociedade, transmitindo notícias necessárias ao bom funcionamento do sistema social.

No que respeita à segunda função, a correlação dos elementos da sociedade na resposta ao meio ambiente, esta, estando diretamente relacionada como a primeira função, consiste em fornecer explicações e interpretações que possibilitem aos indivíduos entenderem as notícias veiculadas.

Por último, a terceira função, a transmissão da herança social de uma geração para a outra, desempenha uma dupla vertente pedagógica e de entretenimento, ou seja, os *media* educam e, simultaneamente, distraem (Cruz, 2002; Lasswell, 2009). Acerca desta dupla vertente desta função, João Cardoso da Cruz (2002) salienta que a função educativa dos *media* aumenta a coesão social, na medida em que estreita o número de experiências coletivas, reduzindo o estado de anomia social, constituindo-se como um contínuo meio de socialização. Por sua vez, a função de entretenimento permite o preenchimento do tempo livre e fomenta a cultura de massa, através da exposição sistemática aos *media* (Cruz, 2002).

Para Marshall McLuhan (1988), os *mass media* transformaram o mundo numa verdadeira aldeia global. No sentido em que os meios de comunicação social podem cobrir qualquer acontecimento a partir de qualquer parte do mundo e informar instantaneamente o resto do planeta (Wolton, 1999).

Nesta tese de doutoramento, pretende-se abordar a componente informativa dos *media*, embora se reconheça que seja, cada vez mais, difícil estabelecer fronteiras e fazer distinção entre informação, educação e, sobretudo, entretenimento (Sorlin, 1997). No entanto, doravante recorrer-se-á a expressões tais como: *media* noticiosos ou jornalísticos ou informativos, meios ou órgãos de informação jornalística ou noticiosa ou, simplesmente, meios ou órgãos de informação para invocar os *media* que veiculam informação jornalística (Esteves, 2005, 2009; Traquina, 2007).

Os *media* jornalísticos disseminam informação noticiosa, podendo ser entendida a expressão «informação noticiosa» como sinónimo de notícias (Sartori, 2000). A notícia é, desde há muito tempo a esta parte, considerada como um bem de primeira necessidade. Nesta via, Fernando Cascais, no prefácio da obra de Mar de Fontcuberta (1999: 7), invoca que o direito à informação, estabelecido em muitas legislações, como a portuguesa, assemelha-se a outros como à saúde, habitação, educação, entre outros.

Contudo, definir notícia não é uma tarefa fácil, tal como comprovam alguns estudos sobre os *media* informativos, nos quais os próprios jornalistas manifestam grandes dificuldades em explicar o que é ou não notícia (Traquina, 2004, 2007). Ainda assim, no entender de Mauro Wolf (2009), citando David Altheide e Rasmussen² (1976: 112), «a notícia é um produto de um processo organizado que implica uma perspectiva prática dos acontecimentos, perspectiva essa que tem por objectivo reuni-los, fornecer avaliações, simples e directas, acerca das suas relações, e fazê-lo de modo a entreter os espectadores». Por seu turno, Stuart Hall, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke e Brian Roberts (1978-99) definem notícia como sendo um produto final resultante de um processo complexo que se inicia numa seleção sistemática de acontecimentos e tópicos de acordo com um conjunto de categorias socialmente construídas. Para Nelson Traquina (1988), a notícia é o resultado de um processo de produção, geralmente definido como a perceção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias).

Como se pode constatar pelas definições expostas, os órgãos informativos privilegiam a cobertura de acontecimentos (Traquina, 2004). Logo, a atividade dos *media* jornalísticos po-

² Referência completa do artigo: David Altheide e P. Rasmussen (1976), «*Becoming news: a study of two newsrooms*», in *Sociology of Work and Occupations*, vol. 3, n.º 2, pp. 223-226.

de ser compreendida como a transformação dos acontecimentos em notícias (Brandão, 2006). Já na segunda década do século XX, Walter Lippmann defendia que os meios noticiosos, referindo-se concretamente à imprensa, são a principal ligação entre os acontecimentos do mundo e as imagens desses acontecimentos na mente dos indivíduos (Traquina, 1999, 2004).

Nesse contexto, os *media* jornalísticos selecionam quais os acontecimentos (assuntos e problemáticas) com direito a existência pública e que, por isso, figuram na agenda de preocupações, como temas relevantes da opinião pública (Traquina, 1999). Este pressuposto está assente na teoria do *agenda-setting*. Esta teoria foi apresentada, na década de 1970, por Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972), tendo sido elaborada a partir do estudo da campanha eleitoral para a Presidência dos Estados Unidos da América de 1968 (McCombs e Shaw, 1972; Sousa 2000; Wolf, 2009). Esta teoria realça que os *media* noticiosos possuem a capacidade não intencional de agendar temas que são objeto de debate público em cada momento (McCombs e Shaw, 1972; Sousa, 2000). Consequentemente, os órgãos de informação, ao focalizarem mais atenção para determinados acontecimentos e ignorarem outros, produzem efeitos sobre os indivíduos que os consomem. Dito por outros termos, os *media* jornalísticos é que indicam aos indivíduos quais são os temas importantes da atualidade. Se bem que os meios noticiosos não digam necessariamente aos indivíduos como devem pensar, mas assinalam quais os temas da atualidade sobre os quais é importante possuir uma opinião (Santos, 1992).

Por outro lado, os meios jornalísticos definem o significado dos acontecimentos, oferecendo interpretações de como compreendê-los (Traquina, 1999). Ora, para além dos órgãos de informação indicarem aos indivíduos quais os acontecimentos mais significativos de que devem ter conhecimento, oferecem igualmente poderosas interpretações de como entender esses conhecimentos (Hall *et al.*, 1978; Traquina, 1999). Como tal, os *media* noticiosos influenciam a forma de pensar dos indivíduos (Balle, 2003).

Nesta linha de raciocínio, James Curran e Jean Seaton (2001), tendo por referência um ensaio de Stuart Hall, publicado em 1977, evidenciam que os *media* informativos ajudam os indivíduos não apenas a saber mais acerca do mundo, mas principalmente a entendê-lo. Por conseguinte, os meios jornalísticos, em virtude da informação que veiculam, são responsáveis pelo conhecimento e por determinados saberes que disponibilizam aos indivíduos sobre o que se passa no mundo. Deste modo, a informação transmitida pelos *media* noticiosos pode ser encarada como uma forma elementar de conhecimento, no sentido em que ajudam os indivíduos a interpretar a realidade que o rodeia (Park, 2009). Neste panorama, os meios informativos são essenciais para a construção da realidade social que os indivíduos possuem da vida política, social e cultural na sociedade (Brandão, 2006).

Não obstante, a informação disseminada pelos meios jornalísticos não se deve reduzir ao relato do acontecimento, visto que se é possível ver tudo, é impossível tudo perceber (Wolton, 1999). Neste seguimento, Dominique Wolton (2006: 15) afirma que «hoje em dia, todos vêem tudo ou quase tudo, mas constataam ao mesmo tempo que não compreendem melhor o que está a acontecer». Na mesma lógica, Ignacio Ramonet (1999) lembra que muitas vezes informar consiste principalmente em “permitir assistir a um acontecimento”. Com efeito, na ideia de Doris Graber (2000), a informação noticiosa manifesta falta de contextualização, não reflete diversos pontos de vista e assenta em análises superficiais. Na mesma ordem de ideia, Lee Siegelman e David Bullock (2000), citando Lance Bennet³ (1998: 9), defendem que as notícias são «superficiais, estreitas, estereotipadas, repletas de propaganda, de pouco valor explicativo, e não direccionadas para o debate crítico ou para a acção do cidadão», ou seja, «desapropriadas à democracia». Por sua parte, Gaye Tuchman (1972) constata que o processamento das notícias não deixa tempo suficiente para a análise epistemológica reflexiva. Perante esta constatação, na opinião de Dominique Wolton (1999), o desafio já não é o acesso aos acontecimentos, mas a sua compreensão, uma vez que há claramente uma falta de interpretação.

Duas teses se confrontam no domínio dos meios de informação, o objetivismo e o construtivismo (Mesquita, 2003). De acordo com Mário Mesquita (2003: 46), a partir da perspectiva objetiva, a realidade social emerge como um dado *a priori* que os meios jornalísticos devem observar de forma a reconstituir fielmente. Dito por outras palavras, os *media* noticiosos, como observadores neutros, limitam-se a recolher a informação e a relatar os factos de uma forma objetiva, sendo considerados como simples mediadores que “reproduzem” o acontecimento (Traquina, 2007). Neste caso, parte-se do princípio de que as notícias refletem a realidade sem distorção.

Do ponto de vista construtivo, a “realidade” e a “informação” são entendidas como construções sociais e não como um conjunto de dados preexistentes, ou seja, os meios de informação constroem a realidade (Tuchman, 1976-99, 2009; Traquina, 2007). Nesta ótica, Nelson Traquina (2007) considera que, a partir da vertente construtiva, os *media* jornalísticos concebem as notícias como uma construção social, sendo participantes ativos na construção da realidade. Partilhando da mesma ideia, Jorge Pedro Sousa (2000), reconhecendo que as notícias representam determinados aspetos da realidade quotidiana, entende que estas contribuem para construir socialmente novas realidades e novos referentes.

³ Referência completa da obra: Lance W. Bennet (1988), *News: the politics of illusion*, Nova Iorque: Longman, 2.ª edição.

Um outro papel apontado à informação veiculada pelos *media* noticiosos é de suscitar temas de diálogo aos indivíduos que compõem a sociedade. Já em 1940, Robert E. Park (2009: 43), no seu artigo «*News as a Form of Knowledge: a Chapter in the Sociology of Knowledge*», escrevia que «a primeira reacção típica do receptor de uma notícia é desejar contá-la a alguém», acrescentando que «isso dá motivo de conversa, fomenta comentários e, eventualmente, inicia uma discussão» (Park, 2009: 43), sendo esta mesma ideia partilhada por Dominique Wolton (1999). Assim, a informação jornalística é considerada como a principal fonte para definir a realidade social, contribuindo determinadamente para o estabelecimento dos “estados de opinião coletiva” (Brandão, 2006). No seguimento destas ideias, Doris Graber (2000: 192) afirma que «a partilha das notícias foi sempre um importante vínculo nacional (...)». Consequentemente, como destaca Pierre Sorlin (1997), a circulação de notícias criou laços entre os indivíduos.

Por outro lado, os órgãos de informação são considerados indispensáveis ao processo democrático das sociedades modernas (Alger, 2000). Tanto mais que as sociedades modernas não podem desenvolver-se sem um fluxo permanente de informações atualizadas, isto é, não podem evoluir sem notícias (Sorlin, 1997). Por consequência, os *media* informativos são socialmente relevantes, principalmente nas sociedades democráticas, onde o acesso à informação, mais do que um direito, pode ser visto como uma necessidade que emana dos próprios fundamentos do sistema (Sousa, 2000). Por outra parte, uma democracia só funciona se existir um verdadeiro “mercado de ideias” com vista ao debate público, e estas ideias têm de provir de fontes verdadeiramente independentes (Alger, 2000). Sem esquecer que os meios noticiosos são os principais veículos de comunicação pública através dos quais as estruturas do poder político comunicam com a sociedade (Sousa, 2000). Neste cenário, os meios jornalísticos situam-se no centro de qualquer democracia (Wolton, 1999).

Ainda sobre esta questão, Nelson Traquina (2007) recorda que a democracia não pode ser imaginada como um sistema de governo sem liberdade, e o papel central dos *media*, através do jornalismo, é informar o público sem censura. Além do mais, reconhece-se o papel que os meios de informação noticiosa desempenham no exercício do poder público, já que são eles que, especialmente, moldam a mentalidade pública sobre os assuntos de atualidade (Brandão, 2006). Na perspetiva de Dean Alger (2000), os *media* de informação são presenças penetrantes na vida do cidadão, tendo impactos profundos nos estilos, comportamentos, perceções, e ainda no ambiente no qual os indivíduos se sentem motivados e com capacidade para participar no processo democrático, ou, pelo contrário, podem contribuir para que estes se sintam distraídos e debilitados.

Nesta conjuntura, segundo Nelson Traquina (2004), os *media* jornalísticos e a democracia constituíram-se em simbiose, dado que, citando Alexis Tocqueville, «a soberania do povo e a liberdade de imprensa eram coisas absolutamente inseparáveis» (Traquina, 2004: 26). Por esse motivo, a teoria democrática apontava para que os *media* noticiosos cumprissem um duplo papel: por um lado, com a liberdade “negativa”, vigiar o poder político e proteger os cidadãos dos eventuais abusos dos governantes; e, por outro lado, com a liberdade “positiva”, disponibilizar aos cidadãos as informações necessárias para o desempenho das suas responsabilidades cívicas, tornando central o conceito de serviço público como parte da identidade jornalística (Traquina, 2004).

Não raras vezes, a expressão “quarto poder” é aplicada aos *media* informativos, uma vez que a sua atividade é apresentada como um recurso que está atento aos abusos dos outros três poderes (o executivo, o legislativo e o judicial), considerando ser uma garantia para os cidadãos de um verdadeiro controlo democrático (Ramonet, 1999). Porém, para Mário Mesquita (2003), a ideia dos *media* jornalísticos “contra-poder” é invocada na atualidade com maior frequência do que a fórmula datada do “quarto poder”.

Perante isso, a democracia pressupõe a existência de um espaço público onde sejam discutidos, de forma contraditória, as grandes questões da sociedade, nomeadamente os seus problemas e males (Wolton, 1995; Balle 2003). Já Jürgen Habermas, ao teorizar sobre o espaço público, via-o como um espaço de debate e convencimento que também atua como instância mediadora entre o estado e a sociedade (Cascais, 2001). Referido por outros termos, o espaço público é onde se organiza a relação entre os pontos de vista contraditórios dos atores políticos, dos *media* e da opinião pública (Wolton, 2006). Por conseguinte, este espaço simbólico é uma das condições estruturais do funcionamento da democracia. Desta forma, de acordo com Dominique Wolton (1995), a democracia de massa proporcionou as condições para que um maior número de atores se exprimisse sobre um maior número de assuntos. Esta evolução modificou o espaço público no sentido de um alargamento, que resultou, de forma conjugada, da democratização e do papel cada vez maior desempenhado pelos *media* informativos. É por esta razão que o espaço público contemporâneo pode ser denominado por «espaço público mediatisado», no sentido em que é funcional e normativamente indissociável do papel dos *media* jornalísticos (Wolton, 1995, 2006). Com efeito, os *media* noticiosos são considerados instituições dominantes do espaço público.

No início da segunda década do século XXI, os *media* noticiosos ainda estão a passar por um processo de transformações que abrangem as questões tecnológicas, empresariais, profissionais, dos conteúdos e da própria relação com as suas audiências (Jenkins, 2006; Salaver-

ria, 2009). Esse processo iniciou-se ainda no século passado, nos finais dos anos de 1990, fomentados pelo advento das tecnologias digitais (Pavlik, 2001; Jenkins, 2006). No ponto de vista de John Pavlik (2001), essas transformações são provavelmente as maiores desde o surgimento da imprensa no século XIX. Na medida em que todas as fases e etapas dos processos de produção e de emissão de conteúdos jornalísticos sofreram e ainda estão a sofrer alterações significativas (Cottle e Ashton, 1999; Pavlik, 2000; Domingo *et al.*, 2007; Micó *et al.*, 2009; Salaverría, 2009).

Neste panorama, Ramón Salaverría (2009) entende que o advento das tecnologias digitais está a ter um profundo efeito disruptivo nos sistemas e nos processos tradicionais dos *media* jornalísticos. Idêntica ideia é partilhada por Simon Cottle e Mark Ashton (1999), quando os autores referem que as tecnologias digitais estão a ter grandes implicações nos processos de produção dos *media* informativos, contribuindo decisivamente para a redefinição desses processos. Por seu turno, John Pavlik (2000, 2001) evidencia que as inovações tecnológicas produzem transformações em diversos domínios dos *media* jornalísticos, designadamente: nas práticas profissionais noticiosas, ou seja, na atividade profissional dos jornalistas; na informação noticiosa, quer na forma quer no próprio conteúdo; nas estruturas organizativas das redações informativas e dos próprios meios noticiosos e, por último, nas relações entre os diversos agentes envolvidos, isto é, entre as organizações noticiosas, os jornalistas e os seus diversos públicos (audiência, concorrentes, fontes de informação, poder político, entidades reguladoras, entre outros).

Tal como enfatizam diversos autores, como John Pavlik (2001), Mark Deuze (2006) ou Ramón Salaverría (2010), os *media* noticiosos sempre estiveram dependentes da tecnologia. De facto, os meios de informação sempre contaram com a tecnologia para conceber e disseminar conteúdos jornalísticos (Deuze, 2006).

De acordo com vários autores (Quinn, 2004, 2005; Jenkins, 2006; García Avilés e Salaverría, 2008; entre outros), as tecnologias digitais propiciaram as condições para a convergência. No sentido em que as mencionadas tecnologias desencadearam processos de mudanças que afetam diferentes domínios dos meios de comunicação social, como sejam: a estrutura organizacional; os modelos de negócio; o perfil dos profissionais da informação, designadamente dos jornalistas; os processos produtivos e de distribuição de conteúdos noticiosos; a relação com os seus diversos públicos; entre outros (Salaverría, 2008).

Embora o fator tecnológico seja considerado primordial nas redefinições verificadas nos processos de produção, de difusão e de consumo de conteúdos noticiosos pelos *media* informativos, este não é, como se irá ver mais à frente, o único elemento que está a desencadear

as alterações neste campo e nem sequer deve ser considerado como o fator mais determinante (Dailey *et al.*, 2005; Quinn, 2005; Jenkins, 2006; Domingo *et al.*, 2007; García Avilés, 2007b; Deuze, 2008a).

Face ao exposto, poder-se-á falar numa convergência jornalística. Mas o que é a convergência noticiosa? Em que dimensões dos *media* de informação atua a convergência e de que forma? Seguidamente tentar-se-á responder a estas e outras questões.

2.1.2. O que se entende por convergência jornalística

Ainda que a *convergência jornalística* esteja, nos últimos tempos, a merecer uma atenção especial por parte da comunidade científica, especialmente dos académicos e investigadores que se dedicam ao estudo dos *media* (Huang *et al.*, 2004; Dailey *et al.*, 2005; Micó *et al.*, 2009), este fenómeno não é, na verdade, novo (Fidler, 1997; Jenkins, 2004, 2006; Tárzia e Marinho, 2008; Micó *et al.*, 2009; Salaverría *et al.*, 2010). As primeiras referências bibliográficas relativas à convergência dos meios de comunicação remontam aos finais dos anos 1970, sendo destacado Nicholas Negroponte como um dos primeiros investigadores a abordar este fenómeno (Fidler, 1997; Tárzia e Marinho, 2008; Salaverría, 2009). Todavia, para Henry Jenkins (2006), foi provavelmente Ithiel de Sola Pool, no seu livro intitulado «*Technologies of Freedom*», publicado em 1983, a delinear o conceito de convergência como um poder de transformação nas indústrias mediáticas, considerando-a como um processo designado por «convergência de modos» que está a esbater as fronteiras entre os meios de comunicação, mesmo entre as comunicações como o correio, o telefone e o telégrafo, e os *mass media*, como a imprensa, a rádio e a televisão. Acrescentando que um único meio físico - como sejam fios, cabos ou ondas - pode transportar serviços que no passado eram disponibilizados separadamente. Contrariamente, um serviço que, ainda há pouco tempo, era oferecido por um único meio – seja a radiodifusão, a imprensa ou a telefonia – hoje pode ser disponibilizado de várias formas físicas diferentes. Deste modo, a relação um-a-um que existia entre um meio de comunicação e a sua utilização está se esvanecendo (Sola Pool, 1983, *apud* Jenkins, 2006: 10). Não obstante, foi somente nos finais da década de 1990 que o fenómeno da convergência começou a concentrar a atenção dos académicos e investigadores do campo dos *media* jornalísticos.

Tal como fazem questão de realçar diversos autores (Salaverría, 2003, 2009; Quinn, 2004, 2005; Dailey *et al.*, 2005; Dupagne e Garrison, 2006; Silcock e Keith, 2006; Domingo *et al.*, 2007; Deuze, 2008b; Micó *et al.*, 2009, entre muitos outros), definir *convergência noticio-*

sa não é uma tarefa fácil de se concretizar, porque este conceito é considerado ambíguo (Salaverría, 2003, 2009; Quinn, 2005; Salaverría *et al.*, 2010), polissêmico (Domingo *et al.*, 2007; Micó *et al.*, 2009; Salaverría, 2009), dinâmico (Dailey *et al.*, 2005; Barbosa, 2009; García Avilés *et al.*, 2009; Micó *et al.*, 2009) e multidimensional (Dupagne e Garrison, 2006; Domingo *et al.*, 2007).

A ambiguidade e a polissemia do conceito de convergência jornalística estão relacionadas com as inúmeras definições e interpretações provenientes tanto do campo profissional como do campo académico (Salaverría, 2003, 2009; Quinn, 2005; Dupagne e Garrison, 2006). Geralmente, para os profissionais dos *media* noticiosos, particularmente para os jornalistas, a palavra “convergência” é utilizada como sinónimo de “integração de redações” (*newsroom integration*) ou “redações integradas” (*integrated newsroom*). Dito por outras palavras, a convergência dos *media* noticiosos é entendida como a integração, concentração, fusão ou unificação de diferentes redações jornalísticas (imprensa, rádio, televisão e *online*), por norma pertencentes ao mesmo grupo de *media*, num único espaço físico, com vista à partilha de recursos (financeiros, materiais, tecnológicos e humanos) (Dupagne e Garrison, 2006), tendo como objetivos principais o aumento da produção noticiosa, para “alimentar” as diversas plataformas de distribuição de conteúdos informativos, e a redução dos custos inerentes a esta produção (Quinn, 2005). A integração de redações jornalísticas está a ser uma prática comum, um pouco por todo o mundo, em diversos grupos de *media* (Huang *et al.*, 2004, 2006; Quinn, 2004, 2005; Dailey *et al.*, 2005; Domingo *et al.*, 2007; Masip *et al.*, 2007; Meier, 2007, 2010; García Avilés e Miguel Carvajal, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Barboza, 2009; García Avilés *et al.*, 2009; Micó *et al.*, 2009; Diaz Noci e Larrañaga Zubizarreta, 2010; Salaverría *et al.*, 2010).

No contexto académico, as definições sobre a *convergência jornalística* não costumam ser tão redutoras, sendo mais ricas, variadas e, por vezes, até divergentes (Singer, 2004, 2009; Jenkins, 2006; Domingo *et al.*, 2007; Salaverría *et al.*, 2010). Influenciada pela conceção do mundo profissional, uma parte da literatura académica define convergência informativa como integração de redações noticiosas. Porém, diversos autores tentaram apresentar definições que abrangessem as diversas dimensões da convergência noticiosa (Jenkins, 2004, 2006; Singer, 2004; Dailey *et al.*, 2005; Domingo *et al.*, 2007; Salaverría *et al.*, 2008; Salaverría, 2008, 2009, 2010).

Por exemplo, quando Henry Jenkins (2006) usa o termo convergência, está a referir-se ao fluxo de conteúdos distribuído através das diversas plataformas mediáticas, à cooperação entre múltiplos mercados mediáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios

de comunicação social. Para o autor, a convergência é uma palavra que está relacionada com transformações tecnológicas, empresariais, culturais e sociais (Jenkins, 2006).

Por sua vez, um grupo de 25 investigadores, oriundos de 12 universidades espanholas, onde se destacam os nomes de David Domingo, José Alberto García Avilés, Josep Micó, Ramón Salaverría, entre outros, que, durante os anos 2006 e 2009, participaram num projeto intitulado «*Convergencia digital en los medios de comunicación*», apresenta a seguinte definição sobre a convergência jornalística: é um processo multidimensional que, facilitado pela implementação generalizada das tecnologias digitais da informação e da comunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos *media* noticiosos, propiciando uma integração de ferramentas, espaços físicos de trabalho, métodos de trabalho e linguagens que ainda há pouco tempo estavam separados, de tal forma que os jornalistas produzem conteúdos noticiosos que são distribuídos através de multiplataformas, mediante as especificidades de linguagem de cada órgão noticioso (Domingo *et al.*, 2007; Salaverría e García Avilés, 2008; Micó *et al.*, 2009; García Avilés *et al.*, 2009; Salaverría, 2009; Salaverría *et al.*, 2010). Ramón Salaverría (2009) realça que nesta definição o que sobressai em primeiro lugar é o sentido de convergência como processo, embora reconheça que a grande parte das transformações verificadas nos *media* jornalísticos estejam relacionadas diretamente com as questões tecnológicas.

No entanto, a convergência noticiosa não deve ser interpretada como um mero processo tecnológico. Neste sentido, diversos autores (Jenkins, 2004, 2006; Dailey *et al.*, 2005; García Avilés, 2006b, 2006c, 2006d, 2007b; Domingo *et al.*, 2007; Salaverría e García Avilés, 2008; Salaverría 2009; Salaverría *et al.*, 2010) reconhecem a importância das tecnologias digitais no que diz respeito às transformações provocadas pela convergência jornalística, mas não a consideram como o único fator. Muito embora, o fator tecnológico esteja presente em todas as dimensões da convergência informativa (Salaverría, 2003; Domingo *et al.*, 2007), este não deve ser considerado como o fator determinante das diversas mudanças verificadas no campo dos *media* noticiosos (Dailey *et al.*, 2005; Domingo *et al.*, 2007; García Avilés, 2007b). Nesta linha, a convergência jornalística não deve ser compreendida como um processo tecnológico, mas como um processo que faz uso das tecnologias digitais para alcançar os seus objetivos. Tanto mais que a adoção das tecnologias digitais, por parte das empresas de *media*, está dependente de estratégias empresariais e profissionais (Domingo *et al.*, 2007; García Avilés *et al.*, 2009). Ainda sobre esta questão, José Alberto García Avilés (2006c) lembra que os *media* noticiosos não são empresas de tecnologias, mas organizações que produzem e difundem conteúdos jornalísticos. Nesta ótica, a tecnologia está ao serviço dos conteúdos e não o inverso.

Por outro lado, a tecnologia por si só não garante uma melhor qualidade dos conteúdos noticiosos. De qualquer forma, como destaca Stephen Quinn (2005), a convergência noticiosa pode ser uma excelente oportunidade para se produzir melhor informação jornalística, uma vez que os órgãos noticiosos dispõem de novas ferramentas tecnológicas que, devidamente usadas, poderão aumentar a qualidade dos conteúdos noticiosos e adaptar os conteúdos a cada plataforma.

Seguidamente, será abordada a influência da convergência nas diversas dimensões dos órgãos de informação.

2.1.3. As dimensões da convergência nos *media* noticiosos

2.1.3.1. Dimensão tecnológica

Na dimensão tecnológica, a convergência jornalística reflete-se nas diversas e profundas transformações verificadas nos processos de produção e de difusão dos *media* noticiosos, bem como nas modalidades de consumo dos conteúdos informativos (Pavlik, 2000, 2001; Salaverría, 2003, 2009; Jenkins, 2004, 2006; Deuze, 2008b; Salaverría e García Avilés, 2008; Salaverría, 2009; Canavilhas, 2009a; García Avilés, 2010; Salaverría *et al.*, 2010).

Para John Pavlik (2000), as inovações tecnológicas produzem transformações em quatro domínios do jornalismo, designadamente: nas práticas profissionais jornalísticas, ou seja, na atividade profissional dos jornalistas; na informação noticiosa, quer na forma quer no próprio conteúdo; nas estruturas organizativas das redações informativas e dos próprios meios noticiosos; e nas relações entre os diversos agentes envolvidos, isto é, entre as organizações noticiosas, os jornalistas e os seus diversos públicos (audiência, concorrentes, fontes de informação, poder político, entidades reguladoras, entre outros).

No panorama tecnológico, os profissionais da informação, nomeadamente os jornalistas, viram as suas ferramentas de trabalho alteradas e, conseqüentemente, substituídas, de tal forma que, hoje, os instrumentos de trabalho jornalístico são cada vez mais comuns aos profissionais de qualquer órgão noticioso (Bastos, 2000; Salaverría e García Avilés, 2008; Canavilhas, 2009a; Salaverría, 2009; García Avilés, 2010). Se ainda há poucos anos, as ferramentas de trabalho, designadamente os equipamentos de produção, utilizadas pelos jornalistas de imprensa, rádio e televisão muito pouco tinham em comum, na atualidade, todos os jornalistas, incluindo os que laboram exclusivamente para o *online*, usam ferramentas cada vez mais simi-

lares (Salaverría, 2009). Mesmo assim, convém não esquecer que, embora a produção de conteúdos informativos de âmbito jornalístico seja executado através de equipamentos informáticos, onde se incluem o *hardware* e o *software*, os programas informáticos de áudio, imagem (sobretudo os de tratamento de fotografias, como o *Adobe Photoshop*), vídeo, design gráfico, entre outros, possuem filosofias de trabalho próprias.

De qualquer modo, não há dúvidas que muitas das ferramentas são bastante similares. Por exemplo, os equipamentos de registo de áudio, gravadores digitais de áudio que têm como suporte de gravação uma memória interna ou um cartão de memória, que vieram substituir os antigos gravadores analógicos de áudio que possuem como suporte de gravação a cassette ou a microcassete, usados pelos jornalistas de imprensa, rádio e *online* são os mesmos. Assim sendo, os procedimentos de recolha do material sonoro, da transferência para o sistema informático e de edição poderão ser idênticos.

Porém, o equipamento que, tecnologicamente, veio revolucionar as redações noticiosas foi o computador. A partir do momento em que os computadores foram incorporados nas redações dos *media* noticiosos, estes têm vindo a apresentar transformações significativas na forma como os jornalistas dos diversos *media* realizam o seu trabalho (Bastos, 2000). Já no início dos anos 1980, Anthony Smith (1980) previa que a incorporação dos computadores nas redações jornalísticas propiciaria grandes implicações na atividade noticiosa.

No que diz respeito ao computador como equipamento de produção de conteúdos jornalísticos, o mesmo pode ser uma máquina de escrever para um jornalista da imprensa, uma mesa de mistura e/ou de montagem de áudio para um jornalista da rádio e uma mesa de mistura e/ou de montagem de vídeo para um jornalista de televisão. Nesta via, Ramón Salaverría e José Alberto García Avilés (2008) reforçam a ideia de que, no presente, o computador integra, num único aparelho, todas as tecnologias para a produção jornalística.

Ainda sobre a produção de conteúdos jornalísticos, a *Internet* também veio redefinir as práticas e as rotinas dos jornalistas, particularmente as que estão relacionadas com a pesquisa de conteúdos e com o contacto com as fontes de informação (Bastos, 2000; Pavlik, 2001; Gomes, 2009). Pese embora a *Internet* tenha surgido na década de 1960, nos Estados Unidos da América, estando associada a sua origem a um projeto denominado por ARPANET, no âmbito da investigação militar, só com a conceção da *world wide web (www)*, no início da década de 1990, por Tim Berners-Lee, é que a *Internet* se converteu num verdadeiro meio de comunicação e de informação de escala global (Castells, 2004). Tal como evidencia Manuel Castells (2004), a *Internet* provocou e continua a provocar transformações em todas as áreas da sociedade, como sejam a económica, política, social, cultural, entre muitas outras. Assim, nos últi-

mos anos, a *Internet* afirmou-se como instrumento privilegiado de contacto com as fontes de informação e de pesquisa de conteúdos (que podem estar disponibilizados em forma de texto, áudio e imagem) para os jornalistas de qualquer meio de comunicação jornalístico (Bastos, 2000).

Em termos de difusão, os *media* noticiosos tradicionais têm usado algumas das potencialidades da *web* para distribuir os seus conteúdos informativos. A *Internet* foi, desde muito cedo, encarada pelos órgãos de informação, principalmente pelos *media* impressos – os jornais eletrónicos, como uma nova plataforma de disseminação dos seus conteúdos jornalísticos (Bastos, 2000; Salaverría, 2003). Para Ramón Salaverría (2009), a convergência jornalística, no contexto tecnológico, bem poderia ter o sinónimo de multiplataforma. Neste seguimento, Kenneth C. Killebrew (2005) considera que a questão mais importante da vertente tecnológica da convergência dos *media* noticiosos não são as alterações provocadas nas infraestruturas, nomeadamente nas redações, nem na reestruturação dos recursos humanos e técnicos, mas principalmente na distribuição dos seus conteúdos informativos através de multiplataformas.

Tal como foi referenciado anteriormente, a dimensão tecnológica da convergência noticiosa também está a ter implicações nas formas de receção de conteúdos informativos, ou seja, nos modos de consumo por parte dos consumidores de informação jornalística, dado que as tecnologias digitais proporcionaram o aumento e uma diversidade de suportes de consumo, tais como: computadores com ligação à *Internet*; telemóveis e *smartphones* com capacidade de receção e transmissão de conteúdos multimédia; *tablets*; consolas de jogos; entre outros dispositivos, cada vez mais portáteis, interativos e multimédia (Jenkins, 2006; Salaverría e García Avilés, 2008; Salaverría, 2009). Desta maneira, os atuais consumidores de informação jornalística têm à sua disposição suportes de receção que possibilitam o acesso aos conteúdos dos diferentes *media* informativos a partir de um único ou de vários suportes de receção. Dito por outros termos, se é verdade que os conteúdos dos *media* jornalísticos podem ser acedidos a partir de vários suportes de receção, a título ilustrativo, os conteúdos informativos televisivos podem ser visionados através de um televisor, ou a partir de um computador com ligação à *Internet*, ou recorrendo a um *smartphone*, entre outros suportes de receção, é igualmente verdade que, a partir de um único suporte de receção, por exemplo recorrendo a um computador com ligação à *Internet*, o consumidor tem acesso aos inúmeros conteúdos de todos os tipos de *media* jornalísticos. Neste ponto, uma questão importante é a possibilidade que, atualmente, os consumidores possuem para aceder aos conteúdos jornalísticos de qualquer órgão noticioso a partir de diversas plataformas, a qualquer hora e em qualquer lugar (Jenkins, 2006).

Com esta realidade, surgem novas necessidades informativas, por parte dos consumidores de conteúdos noticiosos, que devem ser satisfeitas por quem de direito, ou seja, neste caso, pelos *media* jornalísticos. Deste modo, os órgãos de informação devem procurar estratégias comerciais que consigam retirar o maior partido das potencialidades das diversas plataformas na difusão e na receção de conteúdos noticiosos, tendo em consideração as suas diferenças e complementaridades tecnológicas e preservando a coerência dos seus conteúdos (Salaverría e García Avilés, 2008).

2.1.3.2. Dimensão empresarial

Alimentar a convergência tecnológica significa uma mudança nos padrões de propriedade dos meios de comunicação (Jenkins, 2006). Neste cenário, outra dimensão dos *media* noticiosos afetada pela convergência é a empresarial (Jenkins, 2004, 2006; Quinn, 2005; Dupagne e Garrison, 2006; García Avilés *et al.*, 2009; Micó *et al.*, 2009; Salaverría, 2009).

Os responsáveis pelos *media* jornalísticos veem no fenómeno da convergência uma excelente oportunidade para descobrir e desenvolver novos modelos de negócio, tendo em linha de conta as novas necessidades dos consumidores (Cádima, 1999; Jenkins, 2004, 2006; Quinn, 2005; García Avilés *et al.*, 2009), assim como as novas regras de mercado (Salaverría, 2009). Muito embora Henry Jenkins (2006) reconheça que a convergência seja uma oportunidade para os *media*, o autor também a vê como um risco, dado que a maioria das empresas de *media* teme uma fragmentação ou uma erosão nos mercados mediáticos.

Tal como realça Fancis Balle (2003), os conteúdos noticiosos são produzidos de acordo com técnicas industriais para serem vendidos a compradores que desejam o maior número possível. Portanto, os *media* obedecem a uma dupla lógica, ou seja, a um tempo industrial e comercial. Com efeito, as empresas de *media* procuram, sobretudo, o lucro (Balle, 2004). Do ponto de vista do autor anterior (Balle, 2003), os *media* informativos para concretizar este objetivo têm de responder às expectativas e às necessidades dos seus “clientes”, procurando, particularmente, “agradar” e “seduzir”.

A dimensão empresarial da convergência noticiosa refere-se à concentração de órgãos de informação por parte de grupos de *media* (Jenkins, 2004, 2006; Quinn, 2005; Dupagne e Garrison, 2006; Deuze, 2008c). A título de exemplo, em Portugal, a grande parte dos *media* noticiosos de âmbito nacional está concentrada em poucos grupos de *media*, tais como: o Gru-

po Cofina⁴ (Correio da Manhã, Destak, Record, Jornal de Negócios, ...); a Media Capital⁵ (TVI); o Grupo Controlinveste⁶ (Diário de Notícias, Jornal de Notícias, TSF, O Jogo, Sport TV, ...); a Impresa⁷ (SIC, Expresso, Visão, ...) e a Rádio e Televisão de Portugal⁸ (RTP, RDP, Antena 1, ...). Uma das grandes críticas apontadas à concentração de órgãos de comunicação social tem a ver com o pluralismo, algo muito importante e valorizado nas sociedades democráticas (Huang *et al.*, 2006). O pluralismo deve ser entendido como um conceito estruturante de um regime e sociedade de democracia representativa, abrangendo liberdade de informação e confronto de opiniões. Com efeito, a livre formação de correntes de opinião e a liberdade de fundação de *media* que as exprimam é a matriz do pluralismo (Cascais, 2001). Com a concentração de *media* jornalísticos, o pluralismo poderá ficar em causa (Cádima, 2009).

Para além da concentração de *media* informativos, a dimensão empresarial está igualmente relacionada com a integração de redações de diferentes *media* jornalísticos. Como foi descrito, as redações integradas podem alojar, no mesmo espaço físico, jornalistas de distintos *media* (imprensa, rádio, televisão e *web*), geralmente pertencentes ao mesmo grupo de *media*, com o intuito de partilhar recursos (financeiros, materiais, tecnológicos e humanos). Tanto mais que a partilha de recursos é uma das principais vantagens apontadas à integração de redações informativas (Dupagne e Garrison, 2006). Por exemplo, para além dos recursos inerentes ao bom funcionamento do edifício onde está instalada a redação, podem ser partilhados os equipamentos de produção noticiosa; os jornalistas podem produzir conteúdos informativos para outros *media* ou, simplesmente, podem colaborar com outros jornalistas, trocando experiências e pontos de vista; partilharem algumas fontes de informação; ... (Diaz Noci e Larrañaga Zubizarreta, 2010; García Avilés, 2010).

Esta prática permite aumentar a rentabilidade dos diversos recursos. Dito de outra maneira, possibilita aumentar o número de conteúdos noticiosos produzidos, reduzindo os custos de produção (Quinn, 2005; Domingo *et al.*, 2007). Michel Dupagne e Bruce Garrison (2006) vão ainda mais longe ao afirmarem que a integração de redações permite produzir mais conteúdos jornalísticos com menos recursos.

Não obstante, a concentração de *media* e a integração de redações noticiosas de diferentes órgãos de comunicação social permitem agregar sinergias, designadamente no que con-

⁴ Mais informações em: <<http://www.cofina.pt/>>.

⁵ Mais informações em: <<http://www.mediacapital.pt/default.aspx>>.

⁶ Mais informações em: <<http://www.controlinveste.pt/Pt/Default.aspx>>.

⁷ Mais informações em: <<http://www.impresa.pt/>>.

⁸ Mais informações em: <<http://www.rtp.pt/homepage/>>.

cerne à promoção cruzada⁹ (*cross-promotion*), à produção informativa e à gestão publicitária (Dailey *et al.*, 2005; García Avilés *et al.*, 2009; Diaz Noci e Larrañaga Zubizarreta, 2010; García Avilés, 2010). Nesta perspetiva, Dupagne e Garrison (2006) mencionam que a promoção cruzada e a distribuição de conteúdos noticiosos através de multiplataformas podem contribuir para o aumento das receitas publicitárias, no sentido em que os *media* noticiosos propõem pacotes de publicidade aos seus anunciantes mais aliciantes, ou seja, divulgam os seus produtos e serviços através de diversos canais de comunicação a preços especiais.

Uma vez que os *media* tradicionais estão a perder audiência para os novos *media*, particularmente no que se refere às gerações mais jovens (Deuze, 2008b; Quico, 2008), e que o “bolo” publicitário está a ser dividido por mais meios de comunicação (Deuze, 2008b), Marc Deuze (2008c) salienta que os grupos de *media*, com a concentração de empresas e a integração de redações, pretendem atingir novos mercados, de forma a aumentar a sua audiência com o objetivo de vender mais publicidade aos seus anunciantes.

Após ter analisado as razões pelas quais as organizações de *media* jornalísticas adotam a convergência na dimensão empresarial, Stephen Quinn (2005) sustenta que as empresas de *media* têm em vista a concretização de dois objetivos, embora diferentes mas não incompatíveis, por um lado, melhorar a qualidade dos seus conteúdos noticiosos e, por outro lado, reduzir os custos de produção. Desta forma, os *media* noticiosos procuram rentabilizar a produção jornalística, ou seja, produzindo mais conteúdos informativos com custos menores (García Avilés *et al.*, 2009). A distribuição de conteúdos através de diversas plataformas é um bom exemplo de rentabilização de recursos. Para Henry Jenkins (2004, 2006), as empresas de *media* estão a distribuir os seus conteúdos através de multiplataformas para alargarem os seus mercados, aumentando as suas receitas, e para reforçar a relação com os seus consumidores.

2.1.3.3. Dimensão profissional

Na era da convergência noticiosa, as práticas jornalísticas também estão a passar por um processo de redefinição, visto que este fenómeno, o da convergência, está a provocar mudanças muito significativas na atividade dos profissionais da informação jornalística (Cottle e

⁹ A promoção cruzada (*cross-promotion*) é considerada como a mais simples forma de cooperação entre redações jornalísticas, visto que não pressupõe a produção de conteúdos jornalísticos em parceria, mas simplesmente a divulgação de conteúdos produzidos por outros órgãos de comunicação social, geralmente pertencentes ao mesmo grupo de *media*. Por exemplo, no final de um serviço noticioso televisivo, o Pivot pode informar os telespetadores que, sobre o tema que acabaram de ver, amanhã vai sair num jornal uma reportagem mais desenvolvida (Dailey *et al.*, 2005; Micó *et al.*, 2009).

Ashton, 1999; Pavlik, 2000, 2004; Deuze, 2004; Domingo *et al.*, 2007; Micó *et al.*, 2007; Salaverría, 2009, 2010; Agudo e Palomo Torres, 2010). Para Ramón Salaverría (2009, 2010), o denominador comum para todas as alterações verificadas no exercício da atividade profissional dos jornalistas poderia ser expressa por uma única palavra: *polivalência*.

Ainda há pouco tempo, nas diversas redações dos *media* noticiosos, as funções e/ou as tarefas de cada profissional da informação jornalística estavam bem definidas. Na imprensa, o jornalista, após contactar as diversas fontes de informação, escrevia o texto, o fotógrafo encarregava-se de registar as fotografias para acompanharem o texto e o paginador inseria o texto e a(s) fotografia(s) no ficheiro da publicação para, posteriormente, ir para a gráfica. Hoje, em muitas redações de publicações noticiosas, principalmente em órgãos de comunicação social de âmbito regional e local, os jornalistas, equipados com câmaras fotográficas digitais, tiram as fotografias para serem usadas nas suas peças informativas e, depois da notícia escrita e da escolha da(s) fotografia(s), colocam estes elementos informativos diretamente no ficheiro da publicação.

Em relação à rádio, o jornalista, através de um gravador analógico de áudio, que usa como suporte de gravação uma cassete ou uma microcassete, registava os depoimentos das fontes de informação e, quando chegava à redação, dava o material sonoro gravado a um técnico de áudio para, em conjunto, efetuarem a respetiva montagem. Na atualidade, os jornalistas radiofónicos fazem uso de gravadores digitais de áudio para recolherem os depoimentos das fontes de informação, e, já na redação, transferem os ficheiros de áudio do equipamento de gravação para o seu computador e editam, através de um *software* de edição de áudio, os seus conteúdos noticiosos, sem o apoio de qualquer técnico de som.

No que se refere à televisão, o processo tradicional de produção noticioso pode ser desenvolvido por uma equipa profissional, constituída por dois ou três indivíduos. Em redações de maiores dimensões, a equipa de reportagem é composta por três elementos, um jornalista, um repórter de imagem e editor de imagem. Cabe ao jornalista estruturar a notícia e chefiar a equipa, ao repórter de imagem compete a recolha audiovisual e o editor de imagem, com a colaboração do jornalista, tem por função editar em vídeo a informação noticiosa. Por outro lado, em redações mais reduzidas, como são tipicamente as das delegações regionais dos *media* internacionais e nacionais, a equipa de reportagem é composta, normalmente, por dois elementos, isto é, um jornalista e um repórter de imagem. Para além de efetuar a captação audiovisual, compete também ao repórter de imagem a edição em vídeo do conteúdo informativo (Canelas, 2008). No presente parece ser uma tendência os jornalistas televisivos assumirem a função/tarefa de editar em vídeo os seus conteúdos noticiosos (Pavlik, 2000; Crocomo, 2001; Croco-

mo e Lage, 2001; García Avilés, 2002, 2006a, 2006b, 2007b; García Avilés *et al.*, 2004; Rintala e Suolainen, 2005; Silcock, 2007; Cabral, 2008; Canelas, 2008; Salaverría e García Avilés, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Canavilhas, 2009a; Wallace, 2009, 2013; García Avilés, 2010; Waldman *et al.*, 2011; Filho e Correia, 2012; Henderson, 2012).

Retomando a polivalência jornalística, os autores Carlos Alberto Scolari *et al.* (2008) e Ramón Salaverría (2009, 2010) falam em três tipos, a saber: funcional; temática e mediática.

No que toca ao primeiro tipo, a polivalência funcional, a partir de uma perspectiva tecnológica, que na ótica de Salaverría (2009) também se poderia designar por multitarefa, verifica-se quando os jornalistas assumem funções e/ou tarefas que, ainda não há muito tempo, eram realizadas por outros profissionais, nomeadamente tarefas técnicas executadas por especialistas, como sejam a edição de áudio e vídeo (García Avilés, 2002, 2006a, 2006b, 2007b; Deuze, 2004; Rintala e Suolainen, 2005; Salaverría e García Avilés, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Micó *et al.*, 2009; Salaverría, 2009, 2010; Agudo e Palomo Torres, 2010). Tal como se viu anteriormente, alguns jornalistas, quer da rádio quer da televisão, editam os seus conteúdos informativos.

Ainda sobre a polivalência funcional, parece ser uma tendência, principalmente para os jornalistas mais jovens, considerados por Marc Prensky¹⁰ (2004) como os nativos digitais, o desempenho de diversas tarefas, especialmente nas redações noticiosas de *media* de pequenas dimensões, tal como nos regionais e locais e nas delegações regionais dos *media* internacionais e nacionais (Domingo *et al.*, 2007; Scolari *et al.*, 2008; Salaverría, 2009). Os atuais jornalistas, independentemente do órgão noticioso para o qual trabalham, recolhem e tratam informação em forma de texto, áudio e imagem (fotografia e vídeo).

Por seu turno, a polivalência temática diz respeito à especialização dos jornalistas em determinados temas. As redações noticiosas dos *media* informativos generalistas, sobretudo as de maiores dimensões, normalmente localizadas nas principais cidades, no caso português, situadas em Lisboa e Porto, estão organizadas por editorias, tais como: política; sociedade; economia; desporto; assuntos internacionais; cultura ou artes; saúde; entre outras editorias, variando as denominações de órgão para órgão (Canelas, 2008). Neste caso, os jornalistas são especializados em certos temas. No entanto, devido ao número reduzido de recursos, designadamente os relativos aos recursos humanos, muitas das redações informativas, por norma as que se encontram sedeadas nas delegações regionais, são compostas por jornalistas generalis-

¹⁰ Para Marc Prensky (2004), os indivíduos que viveram todas as suas experiências educativas, profissionais e lúdicas em ambientes digitais são considerados *nativos digitais*. Por sua vez, os indivíduos que nasceram antes do surgimento e, sobretudo, da proliferação das tecnologias digitais e que, deste modo, tiveram de adaptar-se a elas são vistos como *imigrantes digitais*.

tas, ou seja, profissionais que trabalham sobre diversas áreas temáticas (Canelas, 2008; Salaverría, 2010). Esta realidade não surgiu com a convergência jornalística, mas esta tendência está a ser reforçada nos últimos tempos e também está a chegar aos *media* de maior dimensões (Horton, 2007; Scolari *et al.*, 2008; Salaverría, 2009, 2010).

Por último, a *polivalência mediática* tem a ver com a capacidade dos jornalistas em conceberem conteúdos noticiosos para multiplataformas. Dito por outras palavras, para além dos jornalistas realizarem mais do que uma tarefa na produção de conteúdos noticiosos, a polivalência jornalística está, igualmente, relacionada com as competências do mesmo profissional em produzir conteúdos para outros *media*, mormente para o *online* (Dailey *et al.*, 2005; Dupagne e Garrison, 2006; Domingo *et al.*, 2007; García Avilés *et al.*, 2009; Salaverría, 2009). Para García Avilés *et al.* (2009), os jornalistas polivalentes produzem notícias para duas ou mais plataformas, usando ferramentas disponibilizadas pelas tecnologias digitais em todo o processo produtivo noticioso. Para além disso, os jornalistas têm a capacidade de adaptar as «estórias¹¹» a cada uma das plataformas, tendo em conta as especificidades de cada órgão de comunicação social, assumindo todas as etapas de produção. Num estudo efetuado, em 2008, pela Zogby International¹², a pedido da World Editors Forum e da Reuters, que contou com a participação de mais de 700 editores e coordenadores de informação noticiosa de *media* impressos de 120 países, 83% dos inquiridos acreditam que os jornalistas deverão ser capazes, no prazo de 5 anos, de produzir conteúdos noticiosos para qualquer *media* (Chainon, 2008).

Os níveis de polivalência variam de órgão para órgão e, dentro da mesma redação noticiosa, variam de jornalista para jornalista (García Avilés, 2002, 2006b; Domingo *et al.*, 2007; Scolari *et al.*, 2008; García Avilés *et al.*, 2009). Tal como ressaltam Carlos Alberto Scolari *et al.* (2008), a polivalência jornalística afeta tanto os *media* noticiosos de âmbito internacional ou nacional como os órgãos de comunicação social de âmbito regional e local, sejam públicos ou privados.

A priori, a polivalência jornalística parece apresentar vantagens importantes, como sejam: o jornalista adquire e desenvolve mais competências para serem postas em prática no processo de produção noticioso (Cottle e Ashton, 1999); o jornalista detém um maior controlo no processo produtivo informativo, possuindo o produto final, desta forma, maior unidade e coerência (Cottle e Ashton, 1999; Domingo *et al.*, 2007; Micó *et al.*, 2009; García Avilés, 2010);

¹¹ Tal como explica Nelson Traquina (1999: 43), «o termo “estória” é muito utilizado na gíria dos jornalistas norte-americanos, e cada vez mais em Portugal, para referir simultaneamente acontecimento e notícia».

¹² A Zogby International, fundada em 1984 por John Zogby, é uma empresa norte-americana que se dedica à pesquisa de opinião e aos estudos de mercados. Para mais informações sobre esta organização, consultar: <<http://www.zogby.com/index.cfm>>.

verifica-se um aumento da produtividade laboral e a redução dos respetivos custos de produção (Quinn, 2005; García Avilés, 2006b; Salaverría e García Avilés, 2008), ou seja, com a polivalência jornalística, os *media* noticiosos pretendem retirar o máximo rendimento dos seus recursos (materiais, tecnológicos e humanos).

Neste cenário, tal como alertam Josep Micó *et al.* (2009), a polivalência jornalística pode ser usada como desculpa, por parte das empresas noticiosas, para reduzir o número de recursos humanos, isto é, para despedir jornalistas e outros profissionais da informação noticiosa.

Por outro lado, como destacam Simon Cottle e Mark Ashton (1999), a polivalência contribuiu para uma sobrecarga laboral dos jornalistas e para um tratamento superficial do conteúdo da informação jornalística. Da mesma opinião, diversos autores (Pavlik, 2000; Deuze, 2004; Dupagne e Garrison, 2006; García Avilés, 2006b; Micó *et al.*, 2009; entre outros) pensam que a polivalência acarreta um aumento da carga de trabalho do jornalista, provocado pela automatização do sistema e pela concentração de funções e/ou tarefas que antes eram desempenhadas por diversos profissionais. Josep Micó *et al.* (2009) lembram que a sobrecarga de funções/ tarefas levadas a cabo pelos jornalistas pode diminuir o tempo que este profissional dedica à elaboração da notícia. Assim, os conteúdos noticiosos serão superficiais e incompletos.

Por conseguinte, se as organizações noticiosas tiverem como principal critério a dimensão económica, esta estratégia poderá resultar prejudicial para a qualidade do produto informativo (Pavlik, 2000; García Avilés, 2006b). Como assinala José Alberto García Avilés (2006b), a principal crítica da polivalência reside no facto das empresas noticiosas “espremerem” os seus jornalistas, o que contribui para a diluição e homogeneização do produto informativo.

Deste modo, outra grande desvantagem apontada à polivalência jornalística é a homogeneização dos conteúdos noticiosos distribuídos através de diversas plataformas (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e Benvenido, 2002; Huang *et al.*, 2004; Micó *et al.*, 2009). Nesta nuance, a polivalência noticiosa pode levar à homogeneização dos conteúdos jornalísticos, tanto no que diz respeito à forma como ao conteúdo, e à consequente perda de pluralismo, tanto mais que quando os jornalistas não têm em consideração as especificidades da linguagem de cada órgão noticioso e quando o imediatismo sobrepõe-se à análise e à reflexão, a qualidade dos conteúdos noticiosos produzidos também diminui.

Por sua vez, a polivalência temática também poderá apresentar desvantagens. Os jornalistas devem ser especialistas, ou pelo menos serem possuidores de bons conhecimentos em determinadas áreas e subáreas. Por exemplo, a cobertura noticiosa de um acontecimento des-

portivo só poderá ser efetuada de uma forma adequada se os jornalistas envolvidos nesta cobertura tiverem os conhecimentos suficientes sobre a modalidade desportiva em questão. Nesta situação, o profissional da informação noticiosa tem de conhecer as regras que regem a modalidade, ter informações sobre os intervenientes (jogadores, treinadores, ...), entre outros conhecimentos importantes. Se as organizações noticiosas optarem por jornalistas generalistas, em detrimento de jornalistas especializados, poderão pôr em causa a qualidade noticiosa dos conteúdos informativos.

Neste âmbito, a polivalência jornalística possui implicações na forma de se fazer jornalismo, visto que afeta a qualidade do trabalho dos jornalistas e dos conteúdos noticiosos (García Avilés, 2002). À parte disso, o jornalista polivalente corre o risco de ser um jornalista multiuso, “pau para toda a obra” (García Avilés, 2006b), e, apesar de os jornalistas começarem a exercer outras funções e/ou tarefas, este esforço não é, na maior parte dos casos, reconhecido e, sobretudo, recompensado, nomeadamente financeiramente (Domingo *et al.*, 2007; Salaverría, 2010).

No presente, os *media* noticiosos, quando pretendem recrutar novos profissionais, estão a valorizar a polivalência informativa, ou seja, procuram jornalistas que sejam capazes de desempenhar várias funções/ tarefas e que consigam produzir conteúdos noticiosos para multiplataformas, tendo em conta as especificidades da linguagem de cada plataforma (Scolari *et al.*, 2008; Salaverría, 2010). Todavia, a polivalência multimédia é mais uma exceção do que a regra (García Avilés *et al.*, 2009).

Noutra vertente, a polivalência jornalística exige, hoje, formação em diferentes áreas do jornalismo (Domingo *et al.*, 2007; Salaverría e García Avilés, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Canavilhas, 2009a). Para Carlos Alberto Scolari *et al.* (2008) é mais do que evidente que as competências adquiridas pelos jornalistas, aquando da sua formação inicial, não serão as suficientes para toda a sua vida profissional. Nesta lógica, os jornalistas deverão atualizar-se continuamente ao longo do seu trajeto profissional, quer nas áreas tecnológicas quer nos procedimentos laborais (Scolari *et al.*, 2008).

Nesta conjuntura, as atuais exigências fazem com que as organizações de ensino e/ou de formação de jornalistas formem profissionais polivalentes, o que pressupõe a inclusão de novas disciplinas e/ou unidades curriculares. Neste enquadramento, a captação e a edição digital audiovisual (imagem e áudio) devem ser conteúdos obrigatórios (Canavilhas, 2009a). Contudo, não basta que os jornalistas saibam usar os diversos programas informáticos de edição digital, sendo necessário que estes conheçam e dominem a linguagem audiovisual (Jespers, 1998; Barroso García, 2001; García Avilés, 2006d; Canavilhas, 2009a).

2.1.3.4. Dimensão dos conteúdos

Os *media* noticiosos são empresas que produzem conteúdos jornalísticos para serem distribuídos através de um ou mais canais. Por isso, as diversas alterações verificadas nas dimensões tecnológica, empresarial e profissional dos *media* informativos terão, obrigatoriamente, consequência nos conteúdos (Salaverría, 2009).

Assim, as novas formas de produção e de distribuição de conteúdos informativos fomentam aos meios noticiosos as condições necessárias para efetuar uma atualização permanente dos seus conteúdos jornalísticos. Se ainda há pouco tempo, um jornal diário tinha de esperar pelo dia seguinte para atualizar uma informação, hoje, através da sua versão *online*, pode atualizá-la na “hora”. Até os próprios meios noticiosos radiofónicos e televisivos, ainda que tenham a capacidade de apresentar atualizações dos seus conteúdos jornalísticos a qualquer momento, usam as novas plataformas digitais para atualizar informações noticiosas. Por sua vez, tal como já tinha sido esclarecido, os consumidores podem aceder aos conteúdos informativos atualizados através de diversos suportes de consumo a partir de qualquer lugar e em qualquer momento (Jenkins, 2006). Daí, os consumidores exigirem uma informação noticiosa constantemente atualizada.

Na atualidade, independente do tipo de órgão jornalístico, seja imprensa escrita, rádio, televisão ou cibernético, a grande parte dos meios noticiosos está a usar as novas plataformas digitais para distribuir conteúdos jornalísticos de cariz multimédia (García Avilés *et al.*, 2009). Os jornais não se limitam a proporcionar conteúdos textuais e de imagem estática, como se verifica na versão em papel, e a rádio não oferece somente conteúdos de áudio, ambos recorrem a todos os tipo de *media*. Por exemplo, diversos jornais e rádios, através das plataformas digitais, facultam vídeos às suas audiências.

Noutra vertente, a possibilidade de acesso aos conteúdos noticiosos recorrendo às multiplataformas digitais, nomeadamente através da *web*, permite aos consumidores acederem aos conteúdos informativos transmitidos pelos *media* jornalísticos tradicionais noutros momentos para além daqueles em que foram publicados, na situação da imprensa, e/ou emitidos, nos casos da rádio e da televisão. Além do mais, presentemente, os *media* noticiosos disponibilizam um verdadeiro e importante arquivo que poderá, na maior parte dos casos, ser acedido por qualquer pessoa.

Nos dias que correm, os conteúdos jornalísticos, que são distribuídos pelos *media* noticiosos através de multiplataformas, combinam diversos códigos comunicativos, como sejam: texto; imagem (estática ou em movimento); e som. Como faz questão de lembrar Ramón Sala-

verría (2009), a *multimedialidade* não é exclusiva dos novos *media*, uma vez que a imprensa usa texto e imagem e a televisão utiliza texto, imagem (estática e em movimento) e som para transmitir as suas mensagens. No entanto, os novos *media*, comparativamente com os *media* precedentes, podem permitir um maior nível de *multimedialidade*. Este termo deve ser entendido como uma confluência de distintas linguagens jornalísticas, particularmente a proveniente da imprensa e a da linguagem audiovisual, que originou uma nova linguagem multimédia (Salaverría, 2009).

2.1.3.5. Dimensão da audiência

Tendo em conta as dimensões anteriormente expostas, a convergência noticiosa está a ter implicações nas relações entre os *media* jornalísticos e as suas audiências (Pavlik, 2001, 2004; Jenkins, 2004, 2006; Deuze, 2008b, 2009; García Avilés *et al.*, 2009). A este propósito, John Pavlik (2001) destaca que a relação mais importante de qualquer órgão jornalístico é a que mantém com os seus públicos, uma vez que a sua rentabilidade económica está assente, na maior partes dos casos, em modelos de negócio que estão dependentes das audiências, ou melhor, dependem do número de indivíduos que consomem os seus conteúdos informativos. Além do mais, a questão da relação entre os meios de informação e os seus públicos torna-se pertinente, dado que os órgãos noticiosos tradicionais estão a perder audiências para os novos *media*, e nem sempre para os informativos (Deuze, 2008b; Quico, 2008). Por isso, os meios jornalísticos têm todo o interesse em dar a devida atenção à relação que mantém com os seus diversos públicos, de forma a fidelizá-los e, se possível, a angariar novos consumidores (Quinn, 2005; Jenkins, 2006; Deuze, 2009).

Não há dúvidas que a convergência jornalística está a ter implicações na forma como os públicos estão a consumir os conteúdos noticiosos (Jenkins, 2004, 2006; Deuze, 2009). Dito por outros termos, o consumo de conteúdos informativos, por parte das audiências, está a sofrer grandes mudanças (Quinn, 2005). Hoje, devido essencialmente à distribuição de conteúdos jornalísticos através de multiplataformas, as audiências exigem uma informação atualizada permanente, ou seja, 24 horas por dia durante os 7 dias da semana (Quinn, 2005; Huang *et al.*, 2006; Jenkins, 2006).

Para além disso, os consumidores de informação jornalística, especialmente os mais jovens, acedem, ao mesmo tempo, a diversos conteúdos noticiosos disponibilizados em diversas plataformas, isto é, o público consome diversos *media* em simultâneo (Quinn, 2005; Jen-

kins, 2006). Nesta medida, os hábitos de consumo de conteúdos informativos, por parte da audiência, modificaram-se consideravelmente (Micó *et al.*, 2009), já que as audiências dispõem de novas formas de consumir conteúdos jornalísticos (Quinn, 2005). Na realidade, os consumidores têm acesso aos conteúdos informativos a partir de diversas plataformas, através de vários suportes de consumo, em qualquer lugar e em qualquer momento (Dailey *et al.*, 2005; Deuze, 2006; Jenkins, 2006; Micó *et al.*, 2009). Daí, as audiências já não possam ser vistas como um mercado de massas, mas sim como um mercado fragmentado e segmentado (Deuze, 2009).

Por outra vertente, se é verdade que os consumidores possuem novas formas de aceder aos conteúdos informativos, também é verdade que dispõem de novas formas de eles próprios produzirem conteúdos (Bowman e Willis, 2003; Gillmor, 2005; Jenkins, 2006), deixando de ser sujeitos passivos para se converterem em sujeitos ativos (Jenkins, 2006). Esta realidade deve-se em muito à cultura da convergência (Jenkins, 2006; Deuze, 2009), especialmente às ferramentas disponibilizadas pela *Web 2.0* (Briggs, 2007), e ao desenvolvimento e à popularização das tecnologias móveis, particularmente das câmaras digitais fotográficas e de vídeo e dos telemóveis equipados com câmaras que permitem o registo de fotografia e vídeo (Bowman e Willis, 2003; Castells, 2007).

No que se refere às ferramentas disponibilizadas pela *Web 2.0*, Paul Anderson (2007) menciona que são um conjunto de tecnologias associadas aos termos: *blog*, *wiki*, *podcast*, *rss*, *feeds*, etc., que facilita uma conexão mais social da *web* e qualquer indivíduo pode produzir e difundir conteúdos. O termo *Web 2.0* foi apresentado por Tim O'Reilly (2005), no início do século XXI, defendendo que ela não tem limites rígidos, mas sim um núcleo gravitacional, na medida em que é encarada como uma plataforma, cujos utilizadores produzem e controlam os próprios conteúdos e que não dependem de *software* comercial mas de serviços que são acedidos através de *Browsers* e programas informáticos livres (*open source*). O lema da *Web 2.0* é a partilha, designado por O'Reilly (2005) como sendo uma “arquitetura de participação”, procurando atingir uma inteligência coletiva, ou mesmo, uma memória coletiva.

Na *Web 2.0*, tudo está sempre a ser reconstruído de uma forma colaborativa, no intuito de atender às necessidades dos seus utilizadores (Aquino, 2007). Para O'Reilly (2005), a *Web 2.0* possui alguns princípios, tais como: *rich user experience* (riqueza da experiência do utilizador) e *trust your users* (confie nos seus utilizadores). Em relação ao primeiro princípio, a riqueza da experiência do utilizador, quantos mais indivíduos usarem as ferramentas disponibilizadas pela *Web 2.0*, mais ela evolui e mais ela se apercebe das necessidades de adaptação.

Relativamente ao segundo princípio, diz respeito à importância que é atribuída à participação dos utilizadores da *Web* para o seu desenvolvimento.

Para além de permitir que os indivíduos comentem e colaborem com o conteúdo publicado, a *Web 2.0* possibilita também que os mesmos produzam e difundam conteúdos multimédia próprios e originais (Briggs, 2007). Nesta ótica, surge um novo paradigma, o consumidor como produtor de conteúdos, dando origem ao conceito de *Producers*, sendo este termo resultado da conjugação das palavras “produtores” e “utilizadores”. Assim, a *Web 2.0* disponibiliza diversos recursos, como por exemplo: *blog, wiki, podcast, videocast, flickr, messenger, skype, del.icio.us, twitter, software open source*, entre muitos outros, para que os seus utilizadores concebam e disseminem conteúdos multimédia (Richardson, 2006; Anderson, 2007; Solomon e Schrum, 2007).

Por outro lado, com a omnipresença de cidadãos equipados com câmaras digitais fotográficas e de vídeo e/ou com telemóveis com capacidade de registo de fotografia e vídeo, cada vez mais portáteis e apresentando maiores níveis de qualidade de imagem, os mesmos podem captar imagens de teor jornalístico. Assim, os *media* de informação divulgam, cada vez com maior frequência, conteúdos disponibilizados pelos próprios cidadãos.

Neste contexto, Henry Jenkins (2006) expõe o conceito de “cultura participativa”. Para o autor, esta expressão tem a ver com a forma e, principalmente, com a mentalidade como os novos consumidores de conteúdos noticiosos, em particular as gerações mais jovens, encaram o processo de produção e de consumo mediático. Este conceito contrasta com conceitos mais antigos, concretamente os que se referem à passividade dos espectadores dos meios de informação noticiosa. Neste seguimento, se ainda há pouco tempo, os papéis dos produtores e consumidores de *media* informativos estavam completamente separados, na atualidade, os consumidores podem ser considerados participantes, interagindo de acordo com um novo conjunto de regras (Jenkins, 2006).

Ainda que esta realidade não seja completamente nova, visto que sempre houve a possibilidade dos indivíduos enviarem conteúdos para os *media* informativos tradicionais, na verdade, nunca como agora as pessoas tiverem tantas condições para produzir e, sobretudo, para difundir conteúdos (Gillmor, 2005). Deste modo, os consumidores de informação jornalística podem, cada vez mais, participar no processo produtivo noticioso (Jenkins, 2004, 2006; Deuze, 2006, 2008a, 2009). Esta participação pode ser feita através de *blogs*, fóruns, artigos submetidos pelo público, envio de fotos e vídeos, entre outras formas (Lasica, 2004). Com isto não se quer dizer que os cidadãos venham substituir o trabalho dos jornalistas, mas sim que poderão ajudar os jornalistas a produzir conteúdos informativos com melhor qualidade. No entender de

Mark Deuze (2009), os *media* jornalísticos só terão a ganhar com o envolvimento da audiência no processo produtivo de conteúdos noticiosos. Portanto, os *media* de informação terão de encontrar estratégias para envolver o público. Já no final do século passado, Joseph Daniel Lasica (1999) referia que a participação das audiências nos processos de produção noticiosa é um aspeto essencial para o sucesso da informação jornalística no futuro.

Muito embora os indivíduos tenham a possibilidade de produzir conteúdos multimédia, obviamente uns com mais capacidades do que outros (Jenkins, 2006), a maioria das pessoas vai continuar a ser apenas consumidor de conteúdos noticiosos (Gillmor, 2005).

2.2. O jornalismo televisivo face à convergência noticiosa

2.2.1. A televisão como meio de produção e de difusão de conteúdos jornalísticos

2.2.1.1. Televisão, a caixa que mudou o mundo

A televisão continua a ser o meio de comunicação mais influente na sociedade, visto que «nenhum outro meio de comunicação atinge tanta gente, todos os dias» (Gomes, 2012: 73). Assim, o pequeno ecrã continua a ser o órgão de comunicação social mais presente na vida das pessoas, visto que, tendo como referência a realidade portuguesa, praticamente a totalidade dos indivíduos (99%) possui, pelo menos, um televisor em suas casas (OberCom, 2011). Daí, o dispositivo televisivo continuar a ter uma grande centralidade na vida social das pessoas (Cardoso *et al.*, 2011). Tanto mais que ver televisão continua a ser uma rotina diária da generalidade das pessoas, continuando a ocupar uma boa parte do tempo livre destas (Hartley, 2008) e afetando a organização do quotidiano das pessoas (Gomes, 2012). Assim sendo, o seu consumo televisivo é bastante elevado, já que, de acordo com os dados revelados pela CAEM/Mediamonitor (2013), em 2012, cada telespetador português viu em média aproximadamente 5 horas e meia por dia, mais especificamente 5 horas, 33 minutos e 34 segundos. O elevado consumo televisivo deve-se, em parte, à sua acessibilidade, à sua programação contínua, à sua oferta diversificada e progressivamente mais próxima do quotidiano (Lopes, 2008a). Para além do mais, o televisor faz parte dos objetos de primeira necessidade (Cádima, 1999), sendo olhado como um eletrodoméstico, tal como o frigorífico ou o fogão (Oliveira, 1989), e

ocupando um espaço importante em todas as casas (Correia, 1998), sem esquecer que a TV é a melhor companheira das pessoas solitárias (Wolton, 1994; Motta, 2000; Santos 2000; Gomes, 2012).

Ainda que as primeiras experiências de transmissões de televisão não regulares tenham sido feitas na segunda metade da década de 1920, primeiro nos Estados Unidos da América (1927) e seguidamente na Europa (1929) (Cádima, 1996), somente após a Segunda Guerra Mundial, é que a televisão se converteu num verdadeiro *mass media*, produzindo um grande impacto no mundo e, conseqüentemente, tendo tido mesmo a capacidade de o mudar. Em pouco tempo, o pequeno ecrã tornou-se o mais importante órgão de comunicação no que se refere às audiências, à influência política, social e cultural (Torres, 2011).

Contudo, passadas várias décadas, ainda não existe uma real reflexão sobre as implicações sociais, políticas, económicas, culturais e morais que daí advieram (Correia, 1998; Wolton, 2000). De qualquer forma, a história da segunda metade do século XX está associada à omnipresença da televisão (Correia, 1998; Cádima, 1999). A título de exemplo, segundo Francisco Rui Cádima (1999), a conquista pela população negra norte-americana do direito de voto, nos anos 60, o fim da Guerra do Vietname, na década de 70, a queda do muro de Berlim, no final da década seguinte, o fim do *apartheid* na África do Sul, na década de 90, entre muitos outros acontecimentos marcantes do século XX foram, em grande parte, obra da televisão. O pequeno ecrã transformou o mundo numa “aldeia global” (McLuhan 1988; Cádima, 1995, 1999), dado que as pessoas se orientam por modelos de vida muito idênticos e onde o conhecimento e a informação se disseminam de um modo praticamente instantâneo (Cádima, 1995). Poucos anos após o surgimento da televisão, Marshall McLuhan (1988) considerou-a como a mais recente e extraordinária extensão elétrica do sistema nervoso central dos indivíduos.

O dispositivo televisivo, tal como recorda Francisco Rui Cádima (1999), entrou na vida das pessoas como um dos mais poderosos instrumentos de informação e entretenimento. Com idêntica perspetiva, Dominique Wolton (1994) reforça que o pequeno ecrã ocupa um lugar de destaque na vida dos indivíduos, quer pela informação quer pelo entretenimento que oferecem aos indivíduos, sendo visto com a principal janela aberta sobre um mundo diferente do da vida de todos os dias.

No entender de Adriano Duarte Rodrigues (1989), para se perceber a televisão como dispositivo, deve-se entender por que razão esta não deve ser encarrada como um simples instrumento. O televisor, como instrumento, está preparado para uma certa função, nomeadamente a de dar a ver, a de mostrar imagens do mundo, tanto as coisas do mundo real, como as coisas do mundo imaginário. Por outra parte, na televisão existe uma dimensão ativa, a de dispor

ou a de tornar disponível, a de pôr as coisas que mostra ao alcance do telespetador, a de deixar ver aquilo que sem a sua intervenção permaneceria distante (Rodrigues, 1989). Nesta linha, Giovanni Sartori (2000: 26) sublinha que a televisão permite «ver tudo sem irmos ver», o que é visível entra em nossa casa, oriundo de qualquer parte do mundo. Deste modo, o mundo entra em casa das pessoas através da televisão (Wolton, 1999; Santos, 2000; Brandão, 2006). A este respeito, Dominique Wolton (1999: 102) menciona que «cada um a partir da sua cozinha, ou da sala de jantar, pode dar a volta ao mundo várias vezes por dia, com a televisão». A partir de semelhante ponto de vista, João de Almeida Santos (2000) entende que, através da televisão, o mundo entra diretamente em casa: «vemo-lo e reconhecemo-lo só pelo facto de o estarmos a ver» (Santos, 2000: 35). Por seu turno, Marshall McLuhan (1988) considera o pequeno ecrã como uma prótese, quer isto dizer, uma “extensão corporal” que permite aos telespetadores de ver mais além do alcance dos seus olhos.

A televisão ajuda a descodificar o mundo (Wolton, 2000). Não obstante, «(...) a intermediação da televisão entre o mundo e os seus públicos é de uma enorme complexidade» (Cádima, 2010: 97). Na opinião de Francisco Rui Cádima (2010: 97), este meio de comunicação social «potencia a difusão de um saber que mais não é do que uma recomposição rotineira, ritualizada, dos acontecimentos, dada através de um “instrumento de verdade” que não pode iludir, que não pode iludir-nos, sobre as suas práticas, os seus discursos, o seu dispositivo». Para este autor (Cádima, 1995), a televisão é, por excelência, uma máquina produtora de redundância, isto é, recicla continuamente no seu dispositivo e organiza no seu fluxo discursivo, um novo espaço-tempo, uma visão do mundo generalista e compósita. Para Jerry Mander (1999: 250), «ver televisão assemelha-se talvez a sonhar acordado, embora se trate do sonho de um estranho, vindo de um lugar distante, projectado no ecrã da nossa mente».

Ainda a este propósito, Francisco Rui Cádima (2006) sustenta que o pequeno ecrã oferece ao telespetador uma reprodução (in)verosímil do próprio real, na medida em que os seus relatos acerca do mundo e dos acontecimentos devolvem ao imaginário uma imagem hiperreal do mundo e das coisas, constituindo-se, desta forma, em imagem virtual da própria sociedade. O autor acrescenta que «a sua narrativa e o seu tem sequencial, a sua efabulação, as suas histórias, convergem como modalidades específicas de produção de telerealidade» (Cádima, 2006: 39). Neste sentido, o real surge recorrendo aos simulacros obscenos e sensacionais, e a verdade, de uma maneira geral, é a verdade da televisão (Cádima, 2006). A televisão apresenta uma «ilusória aproximação do real» (Penedo, 2003: 64). Em boa verdade, «(...) é um facto que o telespetador pensa estar diante da verdade absoluta, pois passa na televisão. No entanto, o que ele efectivamente está é perante a “verdade da representação”» (Brandão, 2010: 122).

Por isso, a televisão é um «instrumento de criação de realidade. Encaminhando-nos cada vez mais para universos em que o mundo social é descrito-prescrito pela televisão, em que esta se transforma no árbitro do acesso à existência social e política» (Bourdieu, 2005: 15). Assim, a TV procede a uma construção social da realidade e, através dessa mediação, aproxima os cidadãos de universos próximos ou longínquos, podendo, de certo modo, alargar o conhecimento da vida do mundo ou do mundo da vida (Lopes, 2007). «Porque têm a realidade como referente, os programas de informação, ou os formatos contíguos a esse campo, serão aqueles que reúnem, à partida, maiores potencialidades para dar múltiplas e pertinentes visões de variados assuntos» (Lopes, 2007: 37).

Para Dominique Wolton (1994, 1999), a televisão é um dos principais elos sociais da sociedade, sendo mesmo uma figura desse elo social. O autor sustenta que ver televisão é a única atividade partilhada por todas as classes sociais e por todos os grupos etários, combatendo, desta maneira, a exclusão social. Nesta direção, Nuno Goulart Brandão (2006) entende que o pequeno ecrã é um dos principais meios que contribui para o reforço do vínculo atual entre os indivíduos e a sociedade. Portanto, a televisão tem, obrigatoriamente, uma responsabilidade social, fruto da sua própria visibilidade. A televisão desempenha uma função essencial no estabelecimento de uma consciência comum e, desta maneira, a sua função não pode apenas confundir-se com estratégias comerciais com o único objetivo de conquistar audiência (Brandão, 2006). Posto isto, pode-se concluir que a televisão contribui para reforçar a coesão social nas sociedades e oferece a possibilidade ao cidadão de se informar, de se cultivar e de se divertir à escala do maior número (Wolton, 1999). Lorenzo Vilches (1989) frisa que a característica principal da televisão, como veículo de mensagens, é permitir o equilíbrio entre as classes sociais através de correlação informação e diversão, entre realidade e imaginário. Então, a televisão pode ser vista como um meio social de «valores que contribuem para formar um tecido de relações de produção da sociedade» (Brandão, 2006: 49).

Sobre as funções da televisão, como recorda Dominique Wolton (1994), esta deve desempenhar três funções: informar, educar e divertir. Porém, Felisbela Lopes (1999), parafraseando Yves Achille¹³ (1994), observa que as prioridades estabelecidas pelos operadores de televisão diferem se estes são públicos ou privados. Enquanto os operadores televisivos públicos devem ter como primordial função educar, de seguida informar e, por último, divertir, os operadores televisivos privados possuem como primeira função distrair, sendo a função educar remetida para o último lugar (Lopes, 1999). A proliferação dos canais de televisão privados

¹³ Referência completa da obra: Yves Achille (1994), *Les Télévisions publiques en Quête d'Avenir*, Presses Universitaires de Grenoble.

supôs um grande aumento da oferta de programas de entretenimento produzidos a partir de modelos internacionais comercializáveis, em detrimento de programas culturais, educativos e informativos (Villafãne e Mínguez, 1996). Por outra parte, a competição entre televisões públicas e privadas homogeneizou a oferta de conteúdos de entretenimento no período de maior audiência (Villafãne e Mínguez, 1996). Neste seguimento, para Giovanni Sartori (2000), a televisão, independentemente de ser pública ou privada, entretém, distrai e diverte.

Consciente da influência da televisão, o poder político sempre quis, de uma forma direta ou indireta, assegurar o controlo desta para alcançar os seus propósitos (Vilches, 1989; Cádima, 1996; Sorlin, 1997; Mander, 1999; Siegelman e Bullock, 2000; Serrano, 2006). Por um lado, de modo a impedir o surgimento de ideias subversivas à autoridade estabelecida (Sorlin, 1997). Por outro lado, todo o poder político precisa da televisão para dar visibilidade e credibilidade à sua política (Vilches, 1989). Após a Segunda Grande Guerra, o poder político recorreu ao pequeno ecrã como o seu prolongamento imprescindível, como um verdadeiro aparelho ideológico de Estado, verificando-se, concretamente na área da informação, uma orientação política clara, na ótica de dar a ver o poder da imagem televisiva enquanto imagem do poder político (Cádima, 1988). Aliás, tal como escreve Francisco Rui Cádima (1996: 14), citando Maurice Duverger, «o poder da televisão é tal que se não se adapta o seu regime às estruturas políticas do Estado, são as estruturas do Estado que se adaptarão ao regime da televisão», porque se o poder político não controlar a televisão, será ela inevitavelmente a apropriar-se desse campo (Cádima, 2001). Assim sendo, não é de estranhar que as campanhas eleitorais sejam projetadas tendo em conta a correspondente cobertura televisiva (Siegelman e Bullock, 2000; Serrano, 2006), levando os políticos a adaptarem-se à sua linguagem (Santos, 2000), condicionando, desta forma, o próprio poder político (Sartori, 2000). Tanto mais que, a televisão é, por norma, a principal fonte de informação dos eleitores acerca dos problemas do seu país, sobre as posições de cada partido e acerca da personalidade dos candidatos, em particular através da presença destes em entrevistas e debates (Serrano, 2006). Com efeito, a televisão influencia o comportamento do eleitorado (Serrano, 2006).

Não há qualquer dúvida de que o pequeno ecrã continua a gozar de um enorme poder no seio da democracia, considerado por alguns autores (Popper e Condry, 2007) como demasiado. No entanto, Jean-Louis Missika e Dominique Wolton (1983) chegam a considerar a televisão como o objeto mais democrático das sociedades democráticas. Neste contexto, para João de Almeida Santos (2000), a TV constitui, provavelmente, o mais poderoso centro de poder não institucional existente nas sociedades democráticas.

A televisão continua a ter uma vasta influência na sociedade portuguesa (Cádima, 2011). Na perceção de Francisco Rui Cádima (2011), esta influência deve-se, em grande parte, às características específicas do modelo educacional e cultural do antigo regime e do pós-25 de abril, designadamente no que concerne às suas mais diretas consequências, com implicações nos índices ainda elevados de analfabetismo e iliteracia. Ainda neste ponto, de acordo com Cádima (2011), entre outros fatores, deve-se esta influência a políticas pouco eficazes nas áreas da educação para os *media*, no incentivo da leitura, em especial da leitura de imprensa, na exigência perante ao exercício e à qualidade do serviço público de televisão.

2.2.1.2. Os conteúdos noticiosos transmitidos pela televisão

De acordo com Fernando Cascais (Mar de Fontcuberta, 1999), a notícia é um bem de primeira necessidade, sendo que o direito à informação, isto é, o direito à notícia, instituído por várias Constituições, como a portuguesa, pode ser comparado a outros, como a saúde ou a educação. Tanto mais que as sociedades modernas não podem progredir sem um fluxo contínuo de informações atualizadas, ou seja, não podem desenvolver-se sem notícias (Sorlin, 1997). Elas, as notícias, são socialmente importantes, sobretudo nas sociedades democráticas, onde o acesso à informação, mais do que um direito, pode ser encarado como uma necessidade que provém dos próprios fundamentos do sistema (Sousa, 2000).

As notícias são uma forma elementar de conhecimento, na medida em que ajudam o indivíduo a interpretar a realidade que o rodeia (Park, 2009). No entanto, as notícias são representações da realidade e não a própria realidade (Bird e Dardenne, 1988; Patterson, 2000; Traquina, 2007), quer dizer, as notícias são como uma realidade construída (Tuchman, 2009). Ainda que as notícias não sejam ficcionais, elas são “estórias” acerca da realidade e não a realidade (Bird e Dardenne, 1988). E porque as notícias são “estórias”, elas constroem uma realidade para lá da factualidade social (Lopes, 1999).

Por outro lado, as notícias proporcionam temas de diálogo entre os indivíduos. Neste contexto, as notícias são objetos de conversa, fomentam comentários e, possivelmente, dão início a discussões (Park, 2009). Para Robert E. Park (2009: 43), «(...) o que é singular nesse processo é que, no momento em que a discussão começa, o acontecimento em discussão deixa de ser notícia, e, enquanto interpretações divergentes de um acontecimento, as discussões deslocam-se da notícia que as motivou para as questões que originaram a própria notícia». Nesta linha, Doris Graber (2000: 192) escreve que «a partilha das notícias foi sempre um importante

vínculo nacional (...)). Desta forma, a circulação de notícias cria laços entre os indivíduos (Sorlin, 1997).

Neste âmbito, a televisão continua a ser para muitas pessoas a única ou a mais importante fonte de notícias (Bourdieu, 2005; Brandão, 2010; OberCom, 2011), tendo uma espécie de monopólio sobre a formação dos cérebros de uma parte significativa da população (Bourdieu, 2005). Muitas das crenças hoje existentes acerca do mundo advêm da televisão (Brandão, 2010). Parte da informação que os indivíduos absorvem é transmitida pelo pequeno ecrã e «o mundo lá vai redimensionando-se à medida daquilo que o audiovisual reconstrói» (Lopes, 2007: 13).

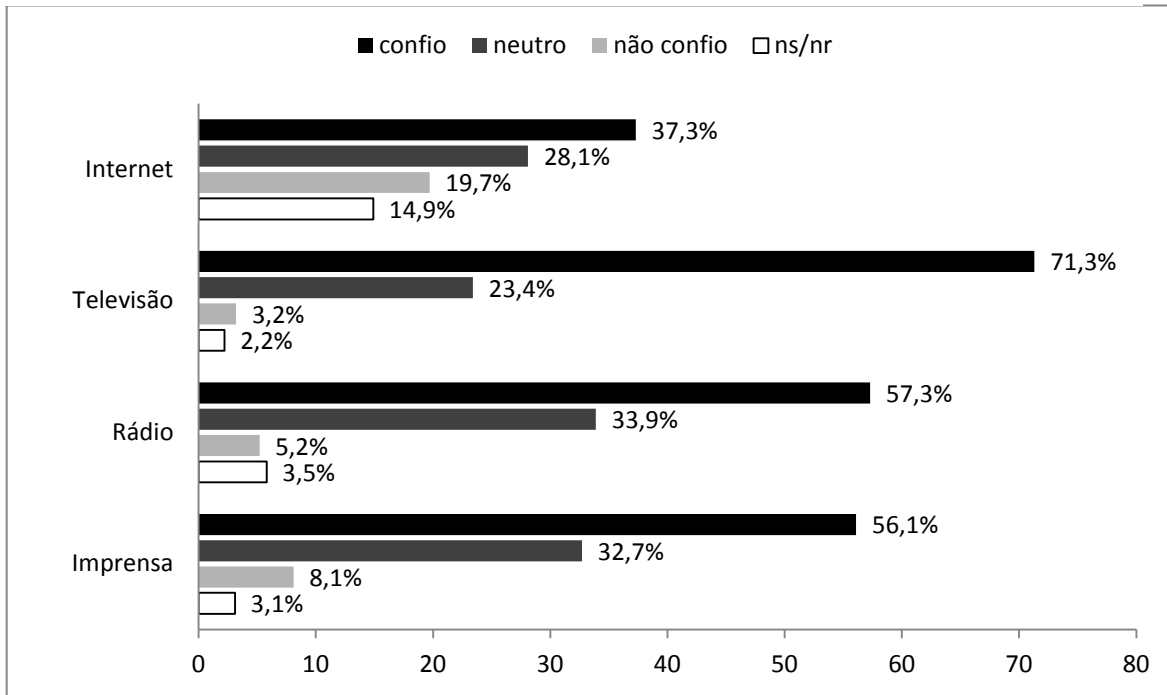
Neste seguimento, os acontecimentos convertidos em notícias pela TV dão «a percepção e o sentido das grandes questões do dia-a-dia aos cidadãos, estabelecendo a hierarquia e a prioridade dos temas da actualidade» (Brandão, 2006: 151). Este pressuposto está fundamentado no modelo de *Agenda-Setting*¹⁴, no sentido em que os conteúdos noticiosos adquirem um valor acrescentado, quer isto dizer, «ao chamarem a atenção para certos factos, hierarquizam os problemas e condicionam a percepção que os indivíduos têm das questões da actualidade» (Lopes, 1999: 70). Ainda a respeito do “*Agenda-Setting*”, José Rodrigues dos Santos (1992) aponta que os *media* jornalísticos, neste caso particular a televisão, é que diz ao cidadão quais são os temas importantes da actualidade.

A informação disseminada pelo pequeno ecrã é considerada a mais credível, pelo menos é o que se pode constatar pela consulta de um estudo levado a cabo pelo OberCom (2011)¹⁵, durante o ano de 2010, tendo como referência a realidade portuguesa. Na referida investigação (ver Gráfico 1), apurou-se que entre os *media* noticiosos, a televisão é o que merece a maior confiança sobre a informação que veicula (71,3%), face à rádio (57,3%), à imprensa (56,1%) e à *Internet* (37,3%).

¹⁴ Conceito proposto pelos teóricos americanos Malcolm McCombs e Donald Shaw num artigo com o título «*Agenda-Setting Function of Mass Media*», publicado no *Public Opinion Quarterly*, em 1972. Esta teoria, sendo elaborada a partir do estudo da campanha eleitoral para a Presidência dos Estados Unidos de 1968, sustenta que os *mass media* possuem a capacidade não intencional de agendar temas que são objeto de debate público em cada momento (Sousa, 2000).

¹⁵ O universo deste estudo foi composto por indivíduos com 15 e mais anos de idade, residentes em Portugal Continental, tendo sido constituída uma amostra de 1255 entrevistados (OberCom, 2011: 44).

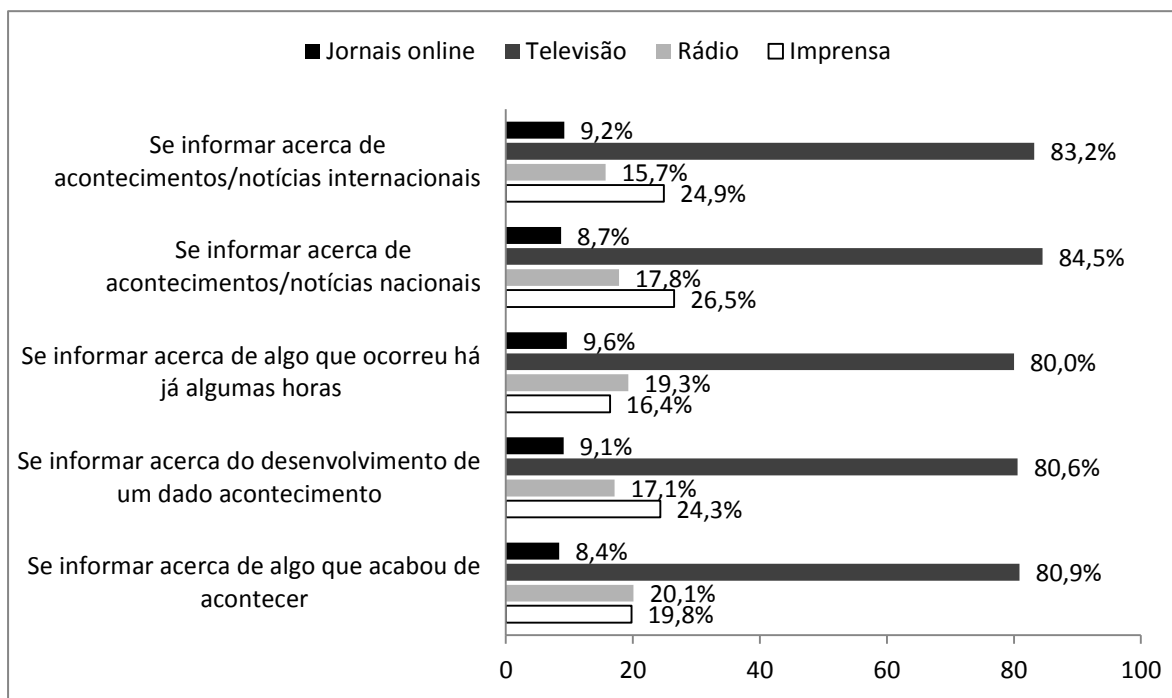
Gráfico 1 - Avalie o seu grau de confiança acerca da informação disponível



Fonte: OberCom, 2011: 36

Por outro lado, no mesmo estudo, é realçado que o pequeno ecrã continua a ser a plataforma preferida dos indivíduos para acederem a conteúdos informativos (ver gráfico seguinte). Todavia, o dispositivo televisivo poderá não ser o meio ideal para as pessoas obterem informação sobre o que realmente se passa (Lopes, 1999).

Gráfico 2 - Das seguintes plataformas, quais prefere para... (resposta múltipla)



Fonte: OberCom, 2011: 43

Os conteúdos noticiosos televisivos são considerados mercadorias e, como tal, estão sujeitos às regras do mercado, da oferta e da procura, que se sobrepõem a outras normas, designadamente às cívicas e às éticas (Ramonet, 1999). Assim, esses conteúdos são vistos pelos seus produtores não como um bem público, mas como uma mercadoria ou como um produto gerado mais para atrair e proporcionar audiências aos anunciantes do que informar os seus públicos (Patterson, 2002; Wolf, 2009). Os operadores televisivos, sobretudo os privados, são financiados por receitas publicitárias e, conseqüentemente, estas estão diretamente dependentes das audiências. Isto significa que somente com audiências é que os operadores de televisão conseguem vender espaços publicitários aos anunciantes. Porém, os conteúdos jornalísticos televisivos, convertidos em mercadoria, cumprem cada vez menos a sua função cívica (Ramonet, 1999; Brandão, 2006).

Por outra parte, os conteúdos informativos concebidos e difundidos pela televisão são encarados, por vários autores (Minc, 1994; Jaspers, 1998; Ramonet, 1999; Santos, 2000; Sartori, 2000; Fernandes, 2001; Penedo, 2003; Bourdieu, 2005; Brandão, 2006, 2010; Wolton, 2006), como informação-espetáculo. A TV transforma tudo em espetáculo, incluindo os seus conteúdos de cariz noticioso (Sartori, 2000). Na opinião de Dominique Wolton (2006), esses conteúdos resvalam para o espetáculo, para a exclusividade e para a dramatização. O autor vai ainda mais longe, sustentando que «a globalização da informação, a concorrência, as guerras, o terrorismo dão a imagem de uma “informação-circo”» (Wolton, 2006: 36). Para Cristina Penedo (2003), existe um esbatimento de fronteiras entre géneros que dá origem a uma programação híbrida como os *reality-show* ou a informação formatada em espetáculo, fórmulas que procuram aumentar audiências. Deste modo, os conteúdos informativos televisivos convertem-se em espetáculo, sendo o sensacional um produto de atração e a rapidez uma qualidade primordial (Minc, 1994). Também Ignacio Ramonet (1999) entende que esses conteúdos são essencialmente espetáculos, nutrindo-se principalmente de sangue, de violência e de morte. Assim, Nuno Goulart Brandão (2006) assinala o “impacto espetacular” como primordial critério da informação televisiva. De facto, a televisão privilegia os acontecimentos de maior espetacularidade em prejuízo de acontecimentos de maior significado político, cultural, social ou científico (Santos, 2000; Cruz, 2008; Brandão 2006, 2010).

Daí, o registo dramático ser o mais utilizado na cobertura jornalística efetuada pela televisão (Torres, 2006). Na grande parte das ocasiões, o principal não é o que se difunde, mas o que é realmente importante é que seja produtor de imagens-choque, dramáticas, que surpreendam os telespetadores (Brandão, 2006; Torres, 2006). Contudo, esta prática distorce a perceção que os cidadãos têm da própria realidade e dos mais relevantes acontecimentos que sucedem

na sociedade (Brandão, 2006). Nuno Goulart Brandão (2006: 201), após uma investigação feita aos telejornais da televisão generalista, diz que «(...) estamos em face de uma informação assente em valores negativos, que acentuam os acontecimentos espectaculares geradores de notícias dramáticas e cheias de emoção». Para o autor, a grande questão da informação-espetáculo é que ela “rouba” o lugar a outras notícias, ou seja, retira a inclusão de outros conteúdos jornalísticos ou relega-as para segundo plano. Ora, tal como conclui Nuno Goulart Brandão (2006), no jornalismo televisivo, as notícias são selecionadas em função da sua capacidade de chamar a atenção do telespectador, acompanhando-as especialmente com imagens e sons que apelam à emoção e que dramatizam os conflitos. Como parece ser mais do que evidente, cresce o domínio de uma informação-espetáculo, tendo como principal função entreter os telespetadores.

Na verdade, o jornalismo televisivo está influenciado pela lógica do entretenimento vigente nos programas televisivos de ficção, da publicidade, dos concursos e das variedades (Mesquita, 2003). Neste cenário, surge o *infotainment*, cuja palavra deriva da contratação das palavras *information* (informação) e *entertainment* (entretenimento), significando «a combinação da reportagem factual com as convenções normalmente associadas ao entretenimento ficcional» (Hartley, 2004: 145). Este termo, podendo também ser designado em português por *infodivertimento* (Mesquita, 2000), representa o meio pelo qual o dispositivo televisivo transmite conhecimento sob forma de entretenimento (Hartley, 2004). Portanto, os conteúdos noticiosos televisivos entretêm e divertem os telespetadores, com o propósito de os operadores televisivos aumentarem as suas audiências (Curran e Seaton, 2001).

Não obstante, no entendimento de John Hartley (2004), os conteúdos informativos não devem afastar-se da necessidade de entreter e de atrair os telespetadores, já que a captação de audiências é a grande prioridade para qualquer estação de televisão, independentemente do tipo de programa, seja factual ou de entretenimento. Então, não é de estranhar que os conteúdos jornalísticos tenham ido buscar características aos formatos não noticiosos. Ainda a este respeito, John Hartley (2004) identifica que elementos como a narrativa, o espetáculo, as personalidades como apresentadores, a banda sonora não diegética e o discurso personalizado são essenciais para a transmissão de conteúdos noticiosos de forma divertida.

Para Nuno Goulart Brandão (2010), os conteúdos informativos televisivos devem ter em conta as reais necessidades dos cidadãos, dirigida fundamentalmente para as grandes questões da vida social. Então, esses conteúdos devem afastar-se das atuais tendências de valorização do impacto afetivo e da imagem choque; do conteúdo como mercadoria e do espetáculo sobrepostos ao bem social; da encenação dos efeitos sobre a análise das suas causas; da cres-

cente encenação da informação que tem substituído a sua contextualização; e das visões simplistas da realidade onde a “forma” se sobrepõe ao “conteúdo” informativo (Brandão, 2010).

2.2.2. A produção, a distribuição e a receção de conteúdos noticiosos televisivos no contexto da convergência jornalística

2.2.2.1. Produção de conteúdos informativos televisivos

Nos últimos anos, tal como foi evidenciado anteriormente, a convergência noticiosa tem vindo a exercer uma grande influência em todas as áreas dos *media* informativos, tendo provocado alterações significativas em todas as fases dos processos de produção de conteúdos jornalísticos (Pavlik, 2000, 2001; Salaverría, 2003, 2009; Jenkins, 2004, 2006; Deuze, 2008b; Salaverría e García Avilés, 2008; Salaverría, 2009; Canavilhas, 2009a; García Avilés, 2010, Salaverría *et al.*, 2010).

No caso do jornalismo televisivo, os processos de produção de conteúdos noticiosos sofreram e continuam a sofrer diversas mutações devido à implementação das “redações digitais integradas” (Powell, 1998; García Avilés e León, 2002; García Avilés *et al.*, 2004; García Avilés, 2006b, 2006c, 2007b; Aguilar-Gutiérrez e López-De-Solís, 2010). Esta expressão, como explica Peter Powell (1998), pode ser entendida como um sistema digital baseado no armazenamento de informações (textos, gráficos, imagens, sons, ...) em servidores centrais, através dos quais os profissionais da informação, sobretudo os jornalistas, têm acesso, em simultâneo, a partir dos computadores disponibilizados nas redações, para serem usadas nos processos de produção noticiosa. Através dos sistemas digitais de produção e de difusão de conteúdos noticiosos, os jornalistas podem realizar, em algumas situações, todas as tarefas de conceção de conteúdos noticiosos a partir dos seus próprios computadores (Bandrés *et al.*, 2000; García Avilés, 2002; García Avilés, 2007b).

Estes sistemas digitais começaram a ser instalados nas redações televisivas a partir da segunda metade da última década do século XX, encontrando-se já implementados num grande número de emissoras televisivas mundiais (García Avilés e Leon, 2002; García Avilés *et al.*, 2004; García Avilés, 2007b; Salaverría e Negredo, 2008).

Os sistemas digitais de produção e difusão de conteúdos informativos estão baseados em servidores de vídeo, também denominados por *video servers*, sendo considerados depósitos de material audiovisual, com grande capacidade de armazenamento mas limitada, pelo que a

sua boa gestão poderá ser a diferença entre o sucesso e o fracasso de aplicação de uma tecnologia cara (Henriques, 2002). A implementação de servidores de vídeo nas redações televisivas permitiu retirar parcialmente as cassetes de vídeo de circulação, permitindo otimizar os fluxos de trabalho (García Avilés, 2006c; Nye, 2007; Austerberry, 2009, 2011). Assim sendo, a utilização de servidores de vídeo no âmbito da produção noticiosa televisiva apresentam diversas vantagens.

Quando os repórteres de imagem usam câmaras de vídeo que registam o material audiovisual em bruto em discos magnéticos ou óticos, este material é “ingestado” no servidor de vídeo, ou seja, os diversos ficheiros de vídeo contidos nos discos magnéticos ou óticos são copiados, em poucos minutos, para um servidor de vídeo, ficando imediatamente disponíveis para serem usados na edição de vídeo. Porém, no caso dos repórteres de imagem que ainda utilizam câmaras de vídeo que gravam o material audiovisual em bruto em cassetes de vídeo, tais como cassetes Betacam SX ou DVCam, a transferência do material audiovisual em bruto para o servidor de vídeo é mais demorada, visto que, nesta situação, o processo de captura decorre em tempo real, dito de outra forma, se o material audiovisual em bruto captado pelo repórter de imagem tiver uma duração de 30 minutos, este processo demora os 30 minutos. Contudo, a partir do momento em que os ficheiros de vídeo estejam alojados no servidor de vídeo, o acesso às imagens e ao respetivo áudio, por quem vai editar em vídeo, pode ser feito de forma aleatória, isto é, tem acesso imediato a cada ponto desejado, facilitando a localização dos planos que se pretende utilizar na conceção de conteúdos noticiosos televisivos (Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001; Henriques, 2002; Grant *et al.*, 2010).

Outra grande vantagem do uso dos servidores de vídeo prende-se com a possibilidade de vários profissionais da informação televisiva, como sejam os editores de imagem e os jornalistas, poderem ter acesso simultaneamente ao(s) mesmo(s) ficheiro(s) de vídeo, quer isto dizer que mais do que um profissional pode estar a trabalhar, ao mesmo tempo, com as mesmas imagens e sons (García Avilés e León, 2002; Henriques, 2002; García Avilés, 2006c, 2007b; Piveta, 2010; Austerberry, 2011). Tanto mais que, quando os servidores de vídeo estão ligados em rede, os profissionais da informação televisiva podem aceder aos servidores de vídeo de outras delegações e vice-versa. Na altura em que se usavam apenas cassetes de vídeo, só um profissional é que tinha acesso ao material audiovisual em bruto (Austerberry, 2009). Para que outros profissionais tivessem acesso ao mesmo material audiovisual em bruto teriam de ser feitas cópias, o que era moroso, já que, tal como já foi referido, as cópias eram efetuadas em tempo real e, sem esquecer que, quando a cassete de vídeo original estava a ser copiada, esta não podia ser utilizada na edição de vídeo. Por outra parte, a cópia de cassete de vídeo para

outra cassete de vídeo significava quase sempre perda de qualidade, quer de imagem quer de áudio (Austerberry, 2011). Para além do mais, o uso constante das cassetes de vídeo, degradava a fita, assim como os equipamentos de reprodução e gravação de cassetes de vídeo, ao fim de inúmeras horas de funcionamento.

Por outro lado, devido ao uso de servidores de vídeo, os jornalistas, a partir dos computadores que têm disponíveis na redação para editar em vídeo conteúdos informativos televisivos, têm acesso de imediato aos *feeds* enviados pelas agências noticiosas internacionais (García Avilés e León, 2002; Martins, 2005; García Avilés, 2006d), podendo de imediato editar em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos.

O acesso ao material de arquivo também é mais fácil, graças aos metadados inseridos nos ficheiros de vídeo, a sua recuperação, por parte dos profissionais da informação, é simples e, sobretudo, menos demorada (Crocomo, 2001; García Avilés *et al.*, 2004; Martins, 2005; García Avilés, 2006d).

Em termos de supervisão, os coordenadores e/ou os editores executivos podem ter acesso, em qualquer momento, aos conteúdos noticiosos televisivos sobre os quais os jornalistas estão a trabalhar, de forma a acompanhar o desenvolvimento da sua construção e de modo a detetar possíveis erros antes dos conteúdos informativos televisivos serem transmitidos (García Avilés e León, 2002; García Avilés *et al.*, 2004; García Avilés 2006c; Silcock, 2007).

A interligação dos servidores de vídeo de produção aos de emissão evita a maçadora operação de cópia para cassetes e respetivo transporte manual até à *régie* de produção, onde está a ser realizado o programa informativo, e posteriormente passagem à *régie* de continuidade de emissão (Crocomo, 2001; Henriques, 2002; García Avilés *et al.*, 2004; García Avilés, 2006d; Boni, 2010). Além do mais, tal como refere Fernando Crocomo (2001), com a utilização de servidores de vídeo, diminuem as probabilidades de erro como o posicionamento inicial dos conteúdos noticiosos televisivos.

Os custos operacionais dos servidores de vídeo são mais baixos do que o uso de inúmeros equipamentos de vídeo, dado que o sistema está automatizado, necessitando de poucos recursos humanos para funcionar (Nye, 2007; Austerberry, 2009; Grant *et al.*, 2010).

Devido aos servidores de vídeo e à ligação em rede, os jornalistas podem realizar diversas tarefas a partir de um único posto de trabalho, isto é, através de um computador, tais como: investigar recorrendo à *Internet*; visionar o material audiovisual em bruto captado pelo repórter de imagem e/ou enviado por agências noticiosas; elaborar o texto noticioso, que irá dar origem à voz-off, num processador de texto; e montar o conteúdo informativo televisivo num editor de vídeo (Nye, 2007).

A priori, as “redações digitais integradas” permitem uma produção mais ágil e necessitam de menos recursos humanos, contribuindo, deste modo, para a redução dos custos de produção (García Avilés e León, 2002). Por outra parte, possibilitam aos coordenadores da informação jornalística uma melhor supervisão do trabalho dos seus subordinados, podendo verificar em qualquer momento o ponto de situação de cada conteúdo noticioso (García Avilés *et al.*, 2004).

Contudo, a tecnologia digital por si só não garante uma melhor qualidade do produto jornalístico. Portanto, a tecnologia não deve controlar a capacidade produtiva e nem sequer deve ser encarada como o fator determinante das transformações verificadas na atividade jornalística (García Avilés, 2007b). Tal como sublinha João Canavilhas (2009a: 51), «olhar para esta tecnologia na sua perspectiva meramente instrumental é reduzir drasticamente o seu potencial», acrescentando «mais do que o “como funciona?”, interessa saber “para que serve?”, “porque se utiliza?” e “em que circunstâncias a sua utilização é a melhor opção?”» (Canavilhas, 2009a: 51). Para José Alberto García Avilés (2007b), o principal fator das mudanças no campo do jornalismo não é a tecnologia, mas sim fatores sociais, humanos e económicos. Ainda assim, John Pavlik (2000), Niina Rintala e Sanna Suolanen (2005) sublinham que a tecnologia digital influenciou e continuará a influenciar as diversas áreas do jornalismo. Todavia, como faz questão de lembrar García Avilés (2006b), os operadores televisivos não são empresas de tecnologias, mas organizações que produzem e emitem conteúdos. Nesta ótica, a tecnologia está ao serviço dos conteúdos e não o inverso.

No entanto, se a tecnologia digital for usada de uma forma adequada pelos profissionais da informação noticiosa, esta ajuda a melhorar a produtividade e a rentabilidade dos recursos, quer os humanos quer os técnicos (García Avilés, 2007b). Por outro lado, a tecnologia digital pode facilitar o trabalho do jornalista televisivo, na medida em que as decisões sobre o teor dos diversos conteúdos noticiosos podem ser tomadas mais perto do início da emissão dos inúmeros programas jornalísticos e, caso seja necessário, é mais fácil e mais rápido introduzir modificações de última hora (Pavlik, 2000; Deuze 2004; García Avilés, 2007b).

Uma das consequências apontadas à digitalização das redações televisivas é que os jornalistas começaram a desempenhar outras funções/ tarefas que eram executadas por profissionais altamente especializados, como seja a edição de imagem (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés, 2002, 2006a, 2006b, 2007b; García Avilés e León, 2002; Hemmingway, 2005; Rintala e Suolanen, 2005; Fernandes e Cascais, 2006; Salaverría e García Avilés, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Micó *et al.*, 2009; Agudo e Palomo Torres, 2010; Aguilar-Gutiérrez e López-De-Solís, 2010; Piveta, 2010, Souza e Piveta, 2011a, 2011b, 2011c).

Por outro lado, também surgiram novas funções, como sejam o *media manager* ou o *system manager*, ligadas à operacionalização e manutenção dos sistemas digitais de produção e de difusão de conteúdos noticiosos (García Avilés, 2006d; Aguilar-Gutiérrez e López-De-Solís, 2010). O *media manager* é o profissional que gere os conteúdos e administra os servidores de vídeo de produção e de emissão (Aguilar-Gutiérrez e López-De-Solís, 2010), enquanto o *system manager* tem a responsabilidade de garantir o bom funcionamento técnico do sistema (García Avilés, 2006d).

Com o surgimento dos operadores televisivos privados e, posteriormente, com a proliferação dos canais temáticos noticiosos (emitindo 24 horas de informação televisiva por dia) e, sem esquecer, a concorrência dos novos *media*, sobretudo os disponibilizados na *web*, a produção jornalística noticiosa televisiva aumentou consideravelmente nos últimos tempos. Deste modo, os *media* noticiosos televisivos veem-se obrigados a emitir conteúdos jornalísticos em intervalos temporais cada vez mais curtos. Esta constatação, obriga a que, por um lado, os jornalistas televisivos aumentem a sua produção informativa e, por outro, diminuam o tempo dispensado na conceção de cada conteúdo jornalístico, sem que haja perda de qualidade no produto noticioso (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c). Assim, as redações televisivas optaram por implementar as “redações digitais integradas” com o propósito de produzir mais conteúdos noticiosos, encurtando o tempo de conceção, ao menor custo possível (García Avilés, 2006c).

De acordo com uma investigação desenvolvida, por Simon Cottle e Mark Ashton (1999), no canal televisivo inglês *BBC News Centre*, os jornalistas concordam, de uma forma generalizada, com a utilização da tecnologia digital na execução da sua atividade profissional. Porém, criticam o aumento do trabalho e a pressão laboral que acompanhou a implementação das novas tecnologias nas redações noticiosas (Cotte e Ashton, 1999).

Para além da revolução tecnológica, as redações televisivas foram reorganizadas, quer no que toca às suas estruturas físicas, como a organização do espaço, quer no que respeita à redistribuição dos seus profissionais por este espaço (García Avilés, 2006b; Salaverría e García Avilés, 2008; Meier, 2007, 2010; Verweij, 2009). As paredes entre secções foram retiradas para tornarem as redações amplos espaços abertos, com o propósito de melhorar as condições de trabalho, permitindo facilitar a comunicação entre os profissionais da informação e os fluxos de trabalho e a colaboração entre meios (televisão, *online*, rádio e jornal) (García Avilés, 2006b; Meier, 2007; Verweij, 2009). Várias classes e hierarquias profissionais laboram no mesmo espaço físico, como sejam: coordenadores; editores executivos; produtores; jornalistas; editores de imagem; infografistas; ... (Meier, 2007; Verweij, 2009). Com este novo conceito

de redação pretende-se fomentar um novo modelo de organização e uma nova forma de pensar e atuar em termos jornalísticos (Meier, 2010).

2.2.2.2. Distribuição e receção dos conteúdos informativos televisivos

As redações televisivas continuam a produzir os conteúdos para serem difundidos pelas formas tradicionais (hertziana, cabo e/ou satélite) e, por consequência, para serem consumidos da maneira habitual, ou seja, para serem vistos pelos telespetadores através dos televisores, dado que ainda é aí que concentram o maior número de audiências.

Porém, alguns anos a esta parte, os conteúdos noticiosos televisivos não são apenas consumidos pelos telespetadores pelo método tradicional, ou seja, pelo televisor. Isto é, os telespetadores podem aceder às emissões e/ou aos conteúdos televisivos a partir de diversos dispositivos de receção, tais como: computadores; telemóveis; *smartphones*; *tablets*; consolas de jogos; *media-centers*; entre outros equipamentos fixos e portáteis. Daí que, atualmente, não é mais necessário um televisor para se ver televisão (Cardoso *et al.*, 2011). Como é evidenciado por Gustavo Cardoso, Jorge Vieira e Sandro Mendonça (2011), verifica-se a independência do consumo de televisão face à disponibilidade do televisor, permitindo aos telespetadores cada vez mais consumirem, onde e quando quiserem, conteúdos de acesso em plataformas com grande capacidade de armazenamento (*Youtube*, *Vimeo*), usando aparelhos leves e pessoais, mas com ecrãs relativamente grandes em proporção ao seu tamanho (*smartphones* e *tablets*).

No contexto da distribuição dos conteúdos noticiosos produzidos pelas redações televisivas, após a sua transmissão via tradicional, estes são disponibilizados noutras plataformas. Por norma, nos *websites* oficiais das estações de televisão existe uma secção onde os cibernautas podem aceder aos conteúdos informativos. Nos últimos anos, a quantidade de conteúdos noticiosos disponibilizados pelos *media* informativos, nos seus *websites*, aumentou consideravelmente (Micó e Masip, 2008), e os utilizadores da *web* valorizam o seu uso na informação jornalística (Canavilhas, 2009b).

Nos primeiros tempos, os operadores televisivos limitavam-se a estar presente na *web* através de uma simples página (Lerma, 2011), pois os seus responsáveis não viam com bons olhos a disponibilização dos seus conteúdos em ambiente *online*, temendo que esta prática pudesse contribuir para a perda de audiência (Meso Ayerdi e Larrondo Ureta, 2011). Nessa altura, as televisões usavam a *web* para expor informação, geralmente em suporte escrito, que complementasse os programas televisivos transmitidos na emissão tradicional. Mais tarde, o

pequeno ecrã considerou a *web* como uma mera plataforma de difusão de conteúdos audiovisuais, encarando-a como uma estratégia de expansão (Meso Ayerdi e Larrondo Ureta, 2011). Os operadores televisivos ainda não se tinham apercebido das mudanças que se estavam a verificar na forma de se consumir os conteúdos televisivos e, sobretudo, os novos hábitos da audiência, principalmente dos mais jovens.

Na verdade, a *web* proporcionou o surgimento de novas formas de distribuição e, conseqüentemente, de receção de conteúdos audiovisuais. Perante esta realidade, os operadores de televisão, e não só os generalistas, facultam o acesso, nos respetivos *websites*, aos conteúdos noticiosos veiculados na emissão televisiva tradicional, quer as edições integrais dos noticiários quer os conteúdos jornalísticos apresentados de forma individualizada e independente organizados em galerias de vídeo (Canelas, 2012). No entanto, os conteúdos informativos em formato vídeo que são colocados nos *websites* não foram sujeitos a qualquer tipo de tratamento com o propósito de adaptá-los ao meio *online* (Canavilhas, 2008, 2009b; Loureiro, 2008; Micó e Masip, 2008; Canelas, 2012). Deste modo, como lembra João Canavilhas (2009b), nestes casos, não se pode falar de uma linguagem nova, pois os conteúdos oferecidos aos cibernautas são os mesmos que foram difundidos na emissão tradicional, mantendo a linguagem jornalística e televisiva original. De qualquer maneira, com esta prática, os operadores de televisão dão a possibilidade a qualquer pessoa de ver ou rever os seus noticiários, em qualquer momento, em qualquer lugar e através de diversos suportes de receção.

Por outro lado, a televisão de hoje, designadamente a disponibilizada pelos serviços de televisão paga, oferece novas funcionalidades, como sejam: *Timewarp*, funcionalidade baseada na tecnologia *Advanced Personal Cloud Recordings*, permite aos telespetadores recuperar as emissões já transmitidas relativas a um certo período de tempo; *Restart TV*, que dá a oportunidade aos telespetadores, mesmo que o programa que pretendem ver já tenha iniciado, de poderem começar a visioná-lo do início; *Pausa Tv*, que possibilita aos telespetadores parar a emissão e retomá-la, mais tarde, do ponto em que a transmissão foi interrompida; *gravação* de vários programas em simultâneo, entre outras funcionalidades. Estas funcionalidades libertam os telespetadores da tirania dos alinhamentos impostos pela televisão tradicional.

A efetivação do serviço de televisão nunca foi tão independente das variáveis tempo e espaço em que o consumo tem lugar (Cardoso *et al.*, 2011). Na opinião de Gustavo Cardoso, Jorge Vieira e Sandro Mendonça (2011), «a experiência televisiva é pensada, cada vez mais, pelos consumidores em função da possibilidade de atingirem uma navegação em rede e se moverem, sem obstáculos, pelas diversas plataformas – conforme a sua conveniências ou preferência». Na mesma linha de raciocínio, Francisco Rui Cádima (2011: 9) escreve que «a televi-

são será cada vez mais um híbrido pós-televisivo, emergente através de um novo conceito e interface ubíquo de multimédia interativo, em diferentes formatos e suportes, um mero ecrã nómada, como uma espécie de nova extensão da mente».

Face ao exposto, assiste-se a uma maior possibilidade de libertação dos telespetadores face aos conteúdos pré-programados e temporalidades impostas pela lógica centrada na oferta das estações (Cardoso *et al.*, 2011).

2.3. Os jornalistas televisivos e a edição de imagem de conteúdos noticiosos

2.3.1. A importância da edição de imagem na produção de conteúdos jornalísticos televisivos

A informação jornalística televisiva é “escrita” como imagens e sons, estando sustentada por uma linguagem audiovisual (Viches, 1989; Cebrián Herreros, 1992). Esta “escrita” denomina-se por edição de imagem ou por edição de vídeo ou, ainda, por montagem. Usualmente, as expressões “edição de imagem” ou “edição de vídeo” são mais utilizadas no campo da Televisão e do Vídeo, enquanto o termo “montagem” é mais usado no campo do Cinema (Raimondo Souto, 1993).

A grande parte da informação veiculada pelos programas noticiosos dos canais televisivos generalistas portugueses continua a passar pelo processo de montagem (Brandão, 2006, 2010; Lopes, 2007; Cruz, 2008; Belo e Santos, 2010; Belo e Sendin, 2010; Cardoso e Neto, 2010; Cardoso e Telo, 2010a, 2010b; Negreiros e Gonçalves, 2010; Negreiros e Souto, 2010; Sendin e Brandão, 2010; Silveira e Brandão, 2010).

Sendo uma das fases mais importantes da produção de conteúdos informativos (Canelas, 2008; Piveta, 2010; Souza e Piveta, 2011b, 2011c), a edição de vídeo é entendida como o processo de construção de narrativas audiovisuais, onde as notícias ganham a forma de um produto noticioso (Vizeu e Cabral, 2009; Cabral *et al.*, 2009). É também na edição de imagem que é definido «o quê e como determinado assunto será visto pelo telespetador» (Souza e Piveta, 2011b: 1).

Com efeito, as práticas da edição de imagem da informação televisiva têm interferido na construção social da realidade, permitindo modificações mais sofisticadas nos programas noticiosos televisivos, por dispor de recursos mais completos, ao aumentar o grau de manipulação quando o profissional da edição de imagem altera o material audiovisual captado pelo

repórter de imagem ou quando cria imagens virtuais, para representar e reconstruir os factos reais (Cabral, 2008). É através do recurso da montagem que a televisão faz uso da sua força persuasiva e do seu potencial manipulatório (Vilches, 1989).

É o profissional que executa a edição de imagem quem decide quais as imagens (de entre as disponíveis) que ilustram a “estória”, tentando que tanto as imagens como o texto contem a mesma estória (Souto, 2002).

Deste modo, a edição de imagem tem um impacto na informação televisiva, já que ela «(...) envolve a seleção de certos fragmentos filmados de um assunto e o seu arranjo numa ordem que aparente uma representação coerente de um acontecimento. O mesmo conjunto de imagens pode, contudo, apresentar diferentes visões coerentes, dependendo da forma como forem editadas» (Epstein, 1973: 174, *apud* Souto, 2002: 116).

Após a recolha do material audiovisual em bruto por parte de um ou vários repórteres de imagem, existe a necessidade de atribuir às imagens e ao correspondente áudio uma significação. Assim, a edição de imagem permite dar ao material audiovisual em bruto «um conjunto de recortes descontextualizados da realidade – uma linguagem visual coerentemente estruturada, baseada numa recontextualização das percepções que o jornalista e o repórter de imagem fizeram da realidade» (Cruz, 2008: 179). Na mesma linha de raciocínio, Mauro Wolf (2009: 244) escreve «(...) se todas as fases anteriores funcionam no sentido de descontextualizar os factos do quadro social, histórico, económico, político e cultural em que acontecem e em que são interpretáveis, nesta última fase produtiva, executa-se uma operação inversa: recontextualizam-se esses acontecimentos mas num quadro diferente, dentro do formato do noticiário».

2.3.2. A edição de vídeo

2.3.2.1. A técnica

2.3.2.1.1. O vídeo

O vídeo está umbilicalmente ligado à televisão, já que, com o surgimento da caixa que iria mudar o mundo, isto é, da televisão, houve a necessidade de se inventar um método fiável de registo e de armazenamento de imagens e do correspondente áudio que, por um lado, possibilitasse a difusão imediata e, por outro, a retransmissão de programas televisivos em diferentes horários (White, 1988; Almeida, 1990; Henriques, 1994; Moran, 1995; Martinez Abadía, 1997). A título de exemplo, nos Estados Unidos da América, derivado ao fuso horário verificado em alguns Estados, as cadeias de televisão precisavam de retransmitir os programas em diversos horários (White, 1988; Almeida 1990; Martinez Abadía, 1997). Tanto mais que, durante muito tempo, os programas televisivos eram emitidos em direto e caso fosse preciso gravá-los, para serem retransmitidos e/ou para serem preservados em arquivo, tinham de ser registados em película, ou seja, usando o mesmo suporte de gravação do cinema. Contudo, o uso do filme, como suporte de registo por parte das estações de televisão, era dispendioso e moroso, visto que, após a captação das imagens, havia a necessidade da sua revelação num laboratório e, uma vez revelado o filme, este não poderia ser reutilizado no registo de outro programa televisivo (Henriques, 1994). Nestas circunstâncias, tornou-se urgente a invenção de um meio que possibilitasse o armazenamento de imagens e sons em simultâneo, assim como permitisse a sua imediata transmissão (Henriques, 1994).

Neste sentido, a empresa norte-americana Ampex Corporation apresentou, no dia 14 de março de 1956, no encontro da Associação de Radiotelevisão, que teve lugar na cidade de Chicago, o primeiro gravador de vídeo (*VTR = videotape recorder*) destinado ao campo televisivo, o *Ampex VRX-1000*, mais tarde renomeado *Mark IV* (White, 1988; Browne, 1989, 2002; Almeida, 1990; Rowlands, 2000; Ampex Corporation, 2012). O primeiro *VTR* profissional foi inventado por uma equipa de engenheiros composta pelos seguintes nomes: Alex Maxey, Charles E. Anderson, Charles Ginsburg, Fred Pfost, Ray Dolby e Shelby Henderson (White, 1998; Browne, 1989, 2002).

O *Ampex VRX-1000* utilizava o sistema de gravação transversal, designando-se por quadroplex, dado que este estava equipado com quatro cabeças. Este equipamento de registo

de imagens e sons em fita de vídeo cumpria todos os requisitos de qualidade exigidos, na época, para radiodifusão (Martinez Abadía, 1997). Tal como recorda Steven E. Browne (2002), nos primeiros tempos, os gravadores de vídeo eram usados essencialmente para registar programas televisivos veiculados em direto para serem retransmitidos algumas horas mais tarde. Deste modo, o sistema de gravação em fita de vídeo de imagens e respetivos sons revolucionou a indústria da televisão, na medida em que, a partir da sua criação, existiu a possibilidade de registar programas televisivos para serem difundidos e retransmitidos a qualquer hora, evitando os erros que sucediam com alguma frequência nos diretos, e proporcionou o intercâmbio e a comercialização de programas audiovisuais entre operadores televisivos (White, 1988; Browne, 1989, 2002; Martinez Abadía, 1997).

Não obstante, os primeiros equipamentos de reprodução e gravação de vídeo apresentavam grandes dimensões e, à par disso, devido a sua utilização complexa, só podiam ser operados por pessoal altamente especializado (Henriques, 1994). Consequentemente, as grandes dimensões e o preço dos primeiros *VTRs* restringiram o seu uso pelas estações de televisão (Martinez Abadía, 1997). Porém, estas limitações levaram os fabricantes a concentrar os seus esforços no desenvolvimento de equipamentos mais leves, mais económicos e que pudessem ser utilizados não só a nível profissional, mas também no campo industrial, na reportagem jornalística e, inclusive, no uso doméstico (Martinez Abadía, 1997).

Desde do início se percebeu que, em comparação com a utilização da película, o uso da fita de vídeo como suporte de gravação de imagens e correspondentes sons apresentava benefícios importantes. Possivelmente a mais relevante refere-se à possibilidade de se visionar e transmitir de imediato o que foi registado, já que, ao contrário do filme, a fita de vídeo não precisava de ser revelada através de processos laboratoriais (Robinson e Beards, 1981; Henriques, 1994; Martinez Abadía, 1997; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999).

Ao invés da película que apenas regista a imagem, na fita de vídeo são gravados simultaneamente a imagem e o respetivo áudio, facilitando o processo de edição (Robinson e Beards, 1981; Henriques, 1994; Martinez Abadía, 1997; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999).

Outras vantagens relevantes eram os custos muito inferiores das fitas de vídeo comparativamente ao filme e a reutilização destas em novas gravações, isto é, ao contrário da película, as fitas de vídeo podiam ser regravadas (Robinson e Beards, 1981; Giacomantonio, 1986; Henriques, 1994).

Todavia, tal como é sublinhado por Joseph F. Robinson e Peter H. Beards (1981), a película também apresentava algumas vantagens face ao registo na fita de vídeo, como por

exemplo a qualidade imagem. Por outra parte, a película podia ser usada em câmaras de filmar portáteis, enquanto os equipamentos de registo de imagem em fita de vídeo eram muito volumosos e, por conseguinte, pesados (Robinson e Beards, 1981). Por este motivo, durante muito tempo, quando era preciso captar imagens em exteriores, optava-se por utilizar uma câmara de filmar.

Outra vantagem evidenciada por Robinson e Beards (1981) refere-se às cópias, visto que as efetuadas a partir das películas não perdiam qualidade, ao contrário da fita de vídeo em que cada geração havia perda de qualidade, quer de imagem quer de som. Por último, os formatos de película são universais, algo que não sucedeu nos primeiros tempos da gravação em fita de vídeo (Robinson e Beards, 1981).

Com a invenção do cinematógrafo nos finais do século XIX, a película foi, durante várias décadas, o principal suporte de gravação e de armazenamento de imagens em movimento. Até aos anos 1950, a película não teve qualquer concorrente, até que surgiu o primeiro gravador de vídeo destinado às emissoras de televisão (Henriques, 1994). No entanto, apesar da expansão da televisão e dos vários formatos de gravação em fita de vídeo, desenvolvidos a partir de então, a película não foi substituída de uma forma generalizada até aos anos 1970.

Até aos finais dos anos 1960, as imagens captadas em exteriores para serem usadas na conceção de conteúdos jornalísticos televisivos eram registadas através de câmaras de filmar, tendo como formato de gravação a película (Martinez Abadía, 1997). Estas câmaras, caracterizadas pela portabilidade, começaram a chegar a sítios inacessíveis aos carros com câmaras de vídeo. Contudo, para além do registo em película ser mais dispendioso do que em fita de vídeo, outro grande inconveniente da utilização do filme, tal como já foi referido, era que este necessitava de ser carregado em estúdio e processado quimicamente em laboratório, o que levava várias horas antes que pudesse ser emitido na televisão (Henriques, 1994).

Neste cenário, um consórcio formado pelas empresas JVC, Matsushita (presentemente designada por Panasonic) e Sony desenvolveu, nos finais da década de 1960, o formato analógico de vídeo designado por *U-Matic* (Austerberry, 2005). Neste seguimento, em 1971, a Sony lançou a primeira câmara de vídeo, tendo como formato de gravação o *U-Matic* (Medoff *et al.*, 2007; Rea e Irving, 2010). Este formato analógico de vídeo usava uma fita de apenas $\frac{3}{4}$ polegada, correspondendo a aproximadamente 2 cm de largura, inserida numa cassette (Browne, 1989; Jones, 2003; Austerberry, 2005). Este sistema de gravação vídeo foi apelidado ENG (Electronic News Gathering), dado que este começou a ser usado na captação de imagens e sons em exteriores para a produção de notícias televisivas (Henriques, 1994; Luff, 2005; Medoff *et al.*, 2007). Porém, isso só foi possível em virtude da redução do tamanho e, por conse-

quência, peso das câmaras de vídeo, bem como o aumento da qualidade de imagem (Martinez Abadía, 1997).

A grande vantagem dos equipamentos ENG é a sua imediatez, ou seja, as imagens e os correspondentes sons podem ser difundidos de imediato, por exemplo através de satélite (Ward, 2001; Medoff *et al.*, 2007).

Com o surgimento do formato *U-Matic*, as televisões começaram a deixar de utilizar a película como formato de gravação (Luff, 2005). Dito por outras palavras, este formato analógico de vídeo veio substituir a película no contexto da recolha de imagens em exteriores para a informação televisiva, uma vez que realizava a gravação de imagens mais rápida e facilmente (Browne, 2002).

Na década de 1980, a empresa Sony desenvolveu os seus próprios formatos de vídeo destinados ao mercado audiovisual profissional (Wright, 2010). Assim, consciente de que o mercado de trabalho da área do audiovisual necessitava de câmaras de vídeo portáteis que registassem imagens e sons com uma boa qualidade, a Sony lançou, em 1982, um novo formato analógico de vídeo profissional denominado por *Betacam*, com uma fita de ½ polegada, correspondendo a 12,7 mm (Ward, 2001; Jones, 2003; Rea e Irving, 2010). Este formato tornou-se muito popular no contexto do jornalismo televisivo, devido à portabilidade das câmaras de vídeo que usavam este formato e pela boa qualidade de imagem, superior à oferecida pelo formato *U-Matic* (Ward, 2001; Browne, 2002; Jones, 2003; Austerberry, 2005; Wright, 2010).

Neste seguimento e por forma a aperfeiçoar ainda mais a qualidade de imagem, a Sony apresentou, em 1987, o formato analógico de vídeo nomeado *Betacam SP*, em que as siglas SP significam “*Superior Performance*” (Ward, 2001; Jones, 2003; Austerberry, 2005; Wright, 2010). Os equipamentos e o formato de vídeo *Betacam SP* eram compatíveis com os equipamentos e o formato *Betacam* (Ward, 2001; Rea e Irving, 2010). Por outra vertente, tal como o primeiro formato de vídeo da família *Betacam*, o formato *Betacam SP* foi muito bem aceite pelos profissionais da produção jornalística televisiva (Ward, 2001; Austerberry, 2005; Rea e Irving, 2010).

Não obstante, um ano antes, isto é, em 1986, a Sony patenteou o primeiro formato digital de vídeo, designado *DI* (Browne, 2002; Rea e Irving, 2010). A evolução verificada na gravação magnética de vídeo levou ao surgimento, inevitável, do registo digital (Henriques, 1994). As vantagens eram claras, tais como a qualidade superior das imagens obtidas, o elevado número de cópias possível sem perda de qualidade e, ainda, a preservação do material audiovisual a arquivar (Henriques, 1994). Formatos como o *DI* (Sony, em 1986), *D2* (Sony, em 1988), *D3* (Panasonic, em 1991) e *D5* (Panasonic, em 1994) foram alguns dos primeiros for-

matos digitais de vídeo a surgirem no mundo profissional de televisão (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Rowlands, 2000; Browne, 2002; Jones, 2003; Austerberry, 2005; Rea e Irving, 2010; Wright, 2010).

Durante a segunda parte da década de 1990, continuaram a surgir novos formatos digitais de vídeo e/ou o aperfeiçoamento dos existentes, como sejam: *Betacam Digital* (Sony, em 1995), *DVC PRO* (Panasonic, em 1995), *D9* ou *DIGITAL-S* (JVC, em 1995); *DVCam* (Sony, em 1996), *Betacam SX* (Sony, 1996) ou *DVC PRO 50* (Panasonic, em 1997) (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Jones, 2003; Rowlands, 2000; Ward, 2001; Browne, 2002; Austerberry, 2005; Rea e Irving, 2010; Wright, 2010). Muito embora todos estes formatos de vídeo sejam digitais, estes são gravados em fitas de vídeo.

No entanto, a partir de 2000, começaram a surgir novos formatos digitais de vídeo registados em discos magnéticos ou óticos, tal como o formato *XDCam*, lançado pela Sony, em 2003 (Owens e Millerson, 2012).

Durante várias décadas, o vídeo foi um recurso quase exclusivo da televisão no que se refere ao seu uso pelos *media*. Porém, na década de 1990, outro meio de comunicação começou a usar esta tecnologia, a *Internet*. Ainda que a *Internet* tenha surgido na década de 1960, nos Estados Unidos da América, estando a sua origem associada a um projeto intitulado ARPANET, no âmbito da investigação militar, só com a conceção da *World Wide Web* (*www*), no início da década de 1990, é que este novo meio se converteu num verdadeiro meio de comunicação e de informação de escala global (Castells, 2004). Todavia, muito rapidamente, a *Internet* consolidou o seu papel como fonte de informação e de entretenimento (Micó e Masip, 2008).

No seguimento desta ideia, os *media* noticiosos tradicionais têm usado algumas das potencialidades da *web* para veicularem os seus conteúdos informativos. Assim, a *Internet* foi, desde muito cedo, encarada pelos órgãos de informação, principalmente pelos *media* impressos, como uma nova plataforma de disseminação dos seus conteúdos jornalísticos (Bastos, 2000; Salaverría, 2003a).

Por outra vertente, nos últimos tempos, o vídeo foi, provavelmente, o “meio expressivo” que maior desenvolvimento teve na *Internet*¹⁶ (López García, 2008). Tanto mais que os conteúdos em vídeo são os que têm um maior impacto na satisfação dos utilizadores da *web*, uma vez que são considerados os mais atrativos e, conseqüentemente, mais interessantes (Cannavilhas, 2008).

¹⁶ Sobre a popularidade do vídeo na *Internet*, recomenda-se o visionamento de duas infografias, uma disponível em: <<http://www.digitalbuzzblog.com/infographic-24-hours-on-the-internet/>> e a outra em: <<http://www.ubergizmo.com/2012/03/minute-on-internet/>>.

Pese embora o recurso ao vídeo não seja uma novidade na *web*, nunca como hoje o vídeo foi tão “popular” e usado (Micó e Masip, 2008). Neste particular, as novas plataformas *web* de distribuição de conteúdos em vídeo, como o *YouTube* ou o *Vimeo*, têm fomentado esta realidade. A título exemplificativo, o surgimento do *YouTube*, em 2005, marcou decisivamente a proliferação do vídeo na *web*. Este serviço gratuito de partilha de vídeos, possibilitando o armazenamento e a difusão de conteúdos audiovisuais através da *web*, por parte de qualquer utilizador, contribuiu para o aparecimento de uma geração de indivíduos mais interessados em visionar vídeos em ecrãs de computador do que em ecrãs de televisão, não se sujeitando à tirania dos alinhamentos da programação das televisões tradicionais (Meso Ayerdi e Larrondo Ureta, 2011).

Vários foram os fatores tecnológicos que contribuíram para a “popularização” do vídeo na *web*. Um dos mais importantes foi o aparecimento e aperfeiçoamento de novas normas de compressão de vídeo, permitindo criar ficheiros de vídeo com melhor qualidade de imagem e áudio, diminuindo o tamanho dos ficheiros (Wes, 2006; López García, 2008). Segundo Nuno Ribeiro e José Torres (2009), as normas de compressão de vídeo são necessárias por duas razões, por um lado, para limitar o espaço de armazenamento consumido pelos conteúdos audiovisuais e, por outro, para possibilitar a transferência destes conteúdos sobre as redes de comunicações. Na prática, as normas de compressão de vídeo permitem a redução do tamanho dos ficheiros, possibilitando o aumento da velocidade de acesso ao conteúdo audiovisual (Ribeiro e Torres, 2009). Outro fator, que tem de ser obrigatoriamente evidenciado, foi o desenvolvimento verificado nas redes de comunicação, especialmente no que se refere à largura de banda, permitindo o aumento de fluxo de informação (Wes, 2006; López García, 2008). Por último, a diminuição dos custos dos equipamentos audiovisuais e dos equipamentos informáticos democratizaram a produção audiovisual.

Nos últimos anos, a quantidade de conteúdos jornalísticos disponibilizados em vídeo na *web*, pelos próprios *media* informativos, aumentou consideravelmente (Micó e Masip, 2008), e os utilizadores da *web* valorizam o seu uso na informação noticiosa (Canavilhas, 2009b). Nesta linha, até os meios impressos jornalísticos e as estações de rádio, através dos seus *websites*, facultam conteúdos noticiosos em vídeo. Portanto, se durante décadas, o vídeo, no que toca à produção e à difusão de conteúdos informativos, foi um recurso quase exclusivo da televisão, na atualidade, todos os *media* jornalísticos, tanto os tradicionais como os novos, utilizam-no para veicular as suas mensagens noticiosas, usando como meio de transmissão a *Internet*.

2.3.2.1.2. A técnica da edição de vídeo

Em termos técnicos, o processo de edição de vídeo passa pela execução de operações de seleção, ordenação e ajustes do material audiovisual em bruto registado através da câmara de vídeo, isto é, os profissionais, que realizam a montagem, têm de escolher e ordenar os planos¹⁷ captados, assim como ajustar a duração dos mesmos, com o propósito de construir cenas¹⁸ e/ou sequências¹⁹ que formem, por sua vez, uma narrativa audiovisual lógica e coerente (Watts, 1990; Ward, 2000, 2001; Thompson, 2001; Damásio, 2002; Thompson e Bowen, 2009; Zettl, 2012).

Nesta linha de pensamento, Herbert Zettl (2012) atribui quatro funções à edição de vídeo, a saber: combinar, ordenar, corrigir e construir. Na primeira função, Zettl (2012) entende que a forma mais simples de montar é *combinar* os planos captados, unindo-os de maneira a obter uma sequência adequada de acordo com os objetivos do vídeo. Quanto à função *ordenar*, muitas das operações técnicas de edição de vídeo passam pela seleção e ordenação dos planos registados e, conseqüentemente, pela rejeição dos planos que não vão ser utilizados. Ainda nesta função, na maior parte das situações, a ordem de captação de imagens e correspondentes sons, devido a questões essencialmente práticas, não é a disposição que terá quando forem apresentadas, por isso, as imagens e os respetivos sons têm de ser organizados (Zettl, 2012). No que respeita à terceira função, outras das operações de edição é a *correção* de falhas na captação, por exemplo corrigir a cor de planos quando o balanço dos brancos não tenha sido efetuado corretamente (Zettl, 2012). Por último, a função de *construir* é aquela que exige mais do editor, não em termos de conhecimentos técnicos mas sobretudo em termos criativos, sendo com certeza a mais satisfatória, pois é nesta fase que o profissional de edição pode dar asas à sua criatividade e à sua veia artística (Zettl, 2012).

¹⁷ O plano é uma imagem e o correspondente som que são registados por uma câmara de vídeo. Assim, o plano é tempo e espaço, sendo que o tempo está relacionado com a duração do plano e o espaço diz respeito ao enquadramento, geralmente seguindo uma escala de planos (exemplo de uma escala de planos: plano muito geral; plano geral; plano geral médio; plano americano; plano médio; plano próximo; grande plano; muito grande plano; plano de detalhe ou de pormenor) (Rocha de Sousa, 1992).

¹⁸ A cena é composta por um ou mais planos que deixam intacta a continuidade temporal e espacial (Parent-Altier, 2009: 22).

¹⁹ A sequência é uma sucessão de cenas que possuem igualmente uma unidade temática, temporal e espacial, sendo uma unidade de ação determinável formada por cenas (Parent-Altier, 2009: 22).

2.3.2.1.3. O nascimento da edição de vídeo

Nos primeiros tempos da gravação de vídeo não foi possível editar na fita de vídeo (Raimondo Souto, 1993). Tal como nos esclarece Mario Raimondo Souto (1993), os antecedentes da gravação magnética de som fizeram supor que fosse possível montar na fita de vídeo como se editava a fita de áudio, mas rapidamente se percebeu que isso não era possível, sendo a montagem física da fita de vídeo a primeira solução. Deste modo, a edição de vídeo teve a sua origem dois anos após a introdução do registo magnético de vídeo no mercado profissional, isto é, em 1958, começando por ser uma edição física, tal como se fazia na montagem cinematográfica (Browne, 1989, 2002; Almeida, 1990; Raimondo Souto, 1993; Henriques, 1994; Watkinson, 2008; Musburger, 2010). Assim, neste ano, a Ampex Corporation apresentou um equipamento que permitia cortar e colar a fita de vídeo (Browne, 1989, 2002). Porém, este processo era muito muito crítico, porque as imagens não podiam ser vistas a olho nu, pelo que a probabilidade de não se efetuar o corte no ponto certo era muito alta (Almeida, 1990; Henriques, 1994; Fernández Casado e Tirso Nohales Escribano, 1999; Musburger, 2010).

Finalmente, em 1963, a Ampex Corporation introduziu o processo de edição eletrónica com o lançamento do dispositivo *EDITEC* (Browne, 2002; Luff, 2005; Ampex Corporation, 2012). Tal como é evidenciado pela empresa criadora do primeiro sistemas de edição eletrónica (Ampex Corporation, 2012), esta foi a base para todos os sistemas de edição linear de vídeo que se seguiram (os sistemas de edição de vídeo serão abordados seguidamente).

O processo de edição eletrónica ainda é hoje utilizado, obviamente com as devidas evoluções, pelos profissionais que ainda utilizam os sistemas de edição linear de vídeo. Este processo de edição supôs uma mudança radical na atividade de montar um programa televisivo, visto que, pela primeira vez, o profissional já não estava em contacto físico com o material audiovisual (Raimondo Souto, 1993).

A gravação e a edição de vídeo permitiram ocultar os erros ocorridos nas transmissões televisivas difundidas em direto, e produzir programas com a duração exata do seu tempo de antena, o que antes só era possível registando os programas em película (Almeida, 1990; Henriques, 1994).

Outro grande avanço para a edição de vídeo foi o desenvolvimento do *time code*, isto é, do código do tempo, através do qual os profissionais que editam em vídeo acedem com precisão a um determinado quadro²⁰ da fita de vídeo gravada (Browne, 1989, 2002; Ebersole, 1993;

²⁰ No cinema, a cada quadro dá-se o nome de fotograma, correspondendo a 24 fotogramas por segundo. Em televisão e vídeo, os quadrados são geralmente designados por *frames*. Em países com a norma de televisão

Luff, 2005). Desta forma, em 1967, a empresa norte-americana EECO (The Electronic Engineering Company) apresentou um sistema de identificação exata dos *frames* da fita de vídeo, começando a comercializar equipamentos de edição de vídeo baseados neste sistema de codificação altamente preciso (Browne, 1989, 2002; Raimondo Souto, 1993). Até então, a fita de vídeo não dispunha de um sistema de identificação até ser desenvolvido o código de tempo, sinal em forma de horas, minutos, segundos e *frames* (00:00:00:00). O impacto foi de tal ordem que vários fabricantes seguiram o exemplo, mas cada um exponha o seu próprio código de tempo (Browne, 1989, 2002). Sendo assim, em 1972, a SMPTE (Society of Motion Picture and Television Engineers) estabeleceu um formato *standard* do código de tempo (Browne, 1989, 2002).

Esta invenção permitiu um grande avanço no campo da edição de vídeo, porque não só permitia a identificação dos *frames*, como também facilitava o seu acesso na hora da montagem (White, 1988; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999). Para José Martínez Abadía (1997), as vantagens deste sistema são essencialmente três, a saber: primeira, a duração de um plano, cena, sequência ou programa pode ser determinada com precisão de quadro (*frame*); segunda, por meios eletrónicos é possível o intercâmbio entre sistemas através do código de tempo; e, por último, os *VTRs* podem ser sincronizados com uma precisão absoluta no processo de montagem.

2.3.2.1.4. Os sistemas de edição de vídeo

Os sistemas usados na edição de vídeo são *lineares* ou *não lineares*. A denominação *linear* refere-se, por um lado, ao modo como os profissionais que executam a montagem têm acesso ao material audiovisual em bruto e, por outro, da forma como este material vai ser ordenado e ajustado no vídeo editado. Para melhor se compreender esta explicação, torna-se importante caracterizar estes sistemas em relação aos equipamentos audiovisuais utilizados.

Os sistemas de edição linear de vídeo são compostos, pelo menos, por: um leitor de cassetes de vídeo, que pode ser designado por fonte; um gravador de cassetes de vídeo, geralmente do mesmo suporte e formato do leitor, que regista os planos selecionados, bem como a sua disposição e duração, numa nova cassete, tradicionalmente denominada por *master*; dois monitores de vídeo, um para visionar o material audiovisual em bruto reproduzido pelo leitor e o outro para visualizar o vídeo que está a ser montado na fita de vídeo *master*. A interconexão

NTSC (*National Television Standard Committee*), como os Estados Unidos da América, tem 30 (29,97) *frames* por segundo; o sistema PAL (*Phase Alternate Line*), como Portugal, possuiu 25 *frames* por segundo.

entre o equipamento de reprodução e de gravação, com vista a facilitar o trabalho dos profissionais que efetuam a edição de vídeo, é feita recorrendo a uma consola, designada por controlador de edição (Browne, 1989, 2002; Raimondo Souto, 1993; Mollison, 2003; Musburger, 2010; Owens e Millerson, 2012; Zettl, 2012). Assim, no leitor é inserida a cassete de vídeo que contem o material audiovisual em bruto, cujo visionamento é realizado através de um monitor de vídeo, com o intuito de os planos selecionados serem transcritos, por uma determinada ordem, para outra cassete, a *master*, registados pelo equipamento de gravação (Cardoso, 2003; Musburger, 2010; Owens e Millerson, 2012). Para além disso, as operações de montagem, como por exemplo a definição dos pontos de entrada e de saída dos planos, isto é, identificar quais os códigos de tempo de início e final dos planos, são dadas através do controlador de edição (Raimondo Souto, 1993; Musburger, 2010; Owens e Millerson, 2012). Importa ainda referir que todos os sistemas de edição de vídeo que usam fitas de vídeo para reprodução e gravação, sejam os sinais de vídeo e áudio gravados analogicamente ou digitalmente, são lineares (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Zettl, 2012).

Por sua parte, os sistemas de edição não linear de vídeo são formados por *software* e *hardware*, dito de outra forma, estes sistemas estão instalados em “potentes” computadores, disponibilizando um programa informático de edição de vídeo, habitualmente denominado por editor de vídeo, e onde o material audiovisual em bruto é alojado, em forma de ficheiro de vídeo, em discos rígidos com grande capacidade de armazenamento (Watkinson, 2008; Owens e Millerson, 2012; Schenk e Long, 2012; Zettl, 2012). Deste modo, todas as operações de montagem são dadas a partir de uma interface de um editor de vídeo.

As interfaces dos editores de vídeo dos sistemas de edição não linear apresentam, por norma, uma janela onde os profissionais que exercem a montagem importam os ficheiros de vídeo, assim como outros ficheiros (som: músicas, efeitos de som, voz, ...; fotografias; elementos gráficos; ...) que devem estar armazenados nos discos rígidos do computador e/ou em servidores de vídeo; dois monitores, um permite visionar os ficheiros de vídeo que contém o material audiovisual em bruto, utilizado para se definir os pontos de entrada e de saída dos planos, para serem inseridos na *timeline*, enquanto o outro monitor é usado para visualizar o vídeo editado; uma *timeline* (linha de tempo) em que são dispostos pela ordem cronológica os vários planos com a intenção de construir sequências e/ou cenas de forma a produzir uma narrativa audiovisual; uma janela *Effects*, na qual estão disponíveis efeitos de vídeo (efeitos de transição entre planos e efeitos especiais de vídeo) e de áudio; uma barra de ferramentas (*tools*), onde se pode encontrar uma série de ferramentas de seleção, corte, ajustes, *zoom*, entre outras (Damásio, 2002; Wolsky, 2005; Owens e Millerson, 2012; Schenk e Long, 2012).

Retomando a explicação do uso do termo *linear*, no processo técnico da edição de vídeo, uma das operações a realizar pelos profissionais que executam a montagem passa pela seleção do material audiovisual em bruto captado por uma ou mais câmaras de vídeo, ou seja, a escolha dos planos que irão ser incluídos no vídeo editado. Neste contexto, estes profissionais têm de visionar o material audiovisual em bruto, com vista a decidir quais os planos que irão ser utilizados e qual a ordem e a duração que estes terão no vídeo editado (Browne, 2002). Este ponto, o do visionamento e/ou do acesso ao material audiovisual em bruto, é uma das grandes diferenças entre os dois sistemas de edição de vídeo (Ohanian, 1998; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Browne, 2002; Zettl, 2012).

Através dos sistemas de edição linear de vídeo, os profissionais que efetuam o processo de montagem, para terem acesso ao terceiro plano registado, têm de passar obrigatoriamente pelo primeiro e segundo plano, já que, estes sistemas de edição de vídeo usam cassetes de vídeo, nas quais os planos são gravados, analogicamente ou digitalmente, em fita de vídeo de forma sequencial. Com efeito, nestes sistemas, a procura dos planos é também ela realizada de modo sequencial, retrocedendo ou avançando a fita de vídeo consoante a sua localização (Browne, 1989; Ebersole, 1993; Raimondo Souto, 1993; Zettl, 2012). Ainda que o material audiovisual em bruto seja captado segundo uma determinada ordem, na edição de vídeo, independentemente do sistema de edição utilizado, esta ordem pode ser completamente alterada, em função da narrativa audiovisual que se pretende construir.

No caso dos sistemas de edição não linear de vídeo, se os referidos profissionais tiverem conhecimento do posicionamento do terceiro plano, conseguem localizá-lo de uma forma praticamente instantânea, sem terem a necessidade de passar pelos planos que o antecedem, dado que o material audiovisual em bruto encontra-se convertido num ou vários ficheiros de vídeo (Ohanian, 1998; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Browne, 2002; Zettl, 2012). Mesmo quando o material audiovisual em bruto é captado por uma câmara de vídeo que grava as imagens e os respetivos sons em cassete de vídeo, os sistemas de edição não linear, aquando da captura, quer isto dizer, da cópia do mencionado material para o disco rígido do computador onde se irá montar ou para um servidor de vídeo, geram um ou vários ficheiros de vídeo. Ora, a partir do momento em que os ficheiros de vídeo são criados, os profissionais que executam a edição têm acesso aos planos de forma aleatória, isto é, podem aceder e/ou visionar qualquer plano de um modo quase imediato, sem terem de esperar pelos rebobinamentos da fita de vídeo, tal como sucede nos sistemas de edição linear (Ohanian, 1998; Browne, 2002; Zettl, 2012).

Relativamente à forma como o material audiovisual em bruto é ordenado no vídeo editado, ou seja, na versão final, recorrendo aos sistemas de edição linear, os planos selecionados têm de ser dispostos seguindo uma ordem pré-estabelecida pelos profissionais que realizam o processo de montagem. Por outros termos, as sequências e as cenas, formadas pelos planos elegidos, têm de ser construídas pela ordem temporal da fita de vídeo (Browne, 1989; Ebersole, 1993; Raimondo Souto, 1993; Owens e Millerson, 2012; Zettl, 2012). Para um mais fácil entendimento, podemos fazer uma analogia da edição de vídeo com a escrita, isto é, o profissional a montar em vídeo num sistema de edição linear equivale a um escritor a digitar o seu texto numa máquina de datilografia. Quando os textos eram datilografados nas antigas máquinas de escrever, o escritor tinha de pensar muito bem o que iria escrever, tendo de seguir uma determinada ordem.

Por seu turno, nos sistemas de edição não linear de vídeo, os profissionais podem iniciar a montagem por qualquer parte do vídeo, uma vez que, devido a filosofia de trabalho dos editores de vídeo, os planos, as cenas e as sequências podem ser ordenados e alterados em qualquer momento com facilidade (Ohanian, 1998; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Browne, 2002; Owens e Millerson, 2012; Zettl, 2012). Voltando a analogia da edição de vídeo com a escrita, o profissional a montar num sistema de edição não linear equivale a um escritor a elaborar o seu texto num processador de texto, como o *Microsoft Word*, instalado num computador, podendo realizar todas alterações que pretender, como por exemplo, alterar a ordem do parágrafos, apagar ou acrescentar outros, retificar uma gralha, entre outras operações, com pouco esforço.

Assim sendo, a montagem realizada em sistemas de edição linear de vídeo requer uma maior planificação por parte dos profissionais que exercem a montagem, sendo mais difícil introduzir modificações na versão editada (Ebersole, 1993; Raimondo Souto, 1993; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Watts, 1999; Cardoso, 2003; Owens e Millerson, 2012; Zettl, 2012). Por exemplo, se um profissional pretender acrescentar um plano no vídeo já montado, este tem de seguir um dos seguintes caminhos: ou o profissional insere o novo plano na localização pretendida e refaz, a partir do novo plano incluído, toda a edição; ou, para não refazer toda a montagem, o profissional, antes de ser introduzir o novo plano, copia os planos que lhe irão suceder para uma terceira cassete de vídeo, e após incluir o novo plano na cassete de vídeo que contem a montagem, a *master*, é recopiado o conteúdo da terceira cassete (Ebersole, 1993; Raimondo Souto, 1993; Cardoso, 2003; Owens e Millerson, 2012). Ainda que trabalhoso, este último caminho é mais prático e rápido, mas, quando as fitas de vídeo só registavam analogicamente as imagens e sons, cada cópia significava perda de qualidade, quer de

imagem quer de áudio, ao contrário das cópias digitais que são sempre iguais ao original (Cardoso, 2003; Owens e Millerson, 2012). De qualquer forma, a introdução de modificações no material audiovisual já montado através dos sistemas de edição lineares é uma tarefa deveras complicada.

Por parte dos sistemas de edição não linear, embora também seja importante planificar a montagem, os profissionais que a efetuam podem fazer as alterações que bem entenderem com a maior facilidade, pois a filosofia de trabalho dos editores de vídeo permite mudar a qualquer momento a ordem dos planos, acrescentar ou retirar planos em qualquer ponto do programa, sem ter a necessidade de refazer tudo de novo (Damásio, 2002; Owens e Millerson, 2012). Deste modo, os sistemas de edição não linear de vídeo são muito mais flexíveis do que os sistemas de edição linear (Ohanain, 1998; Musburger, 2010; Owens e Millerson, 2012). Esta flexibilidade fomenta a criatividade, no sentido em que, para além de ser muito mais fácil inserir alterações, os profissionais que desempenham a montagem têm à sua disposição muitas mais ferramentas e recursos, como sejam efeitos de transição de planos ou efeitos especiais de imagem e som (Ohanain, 1998; Owens e Millerson, 2012).

Neste seguimento, através dos sistemas de edição não linear de vídeo, os profissionais podem fazer várias experimentações de montagem, podendo criar várias versões, sem no entanto despender grandes esforços, com o intuito de aperfeiçoar a versão final (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Musburger, 2010). Em contrapartida, os sistemas de edição linear de vídeo desencorajam as experimentações (Watts, 1999).

Por norma, o processo de montagem recorrendo a sistemas de edição não linear de vídeo é mais rápido do que em sistemas de edição linear de vídeo (Ebersole, 1993; Ohanian, 1998; Browne, 2002; Owens e Millerson; 2012 Zettl, 2012).

Em virtude da não linearidade e das suas interfaces, os sistemas de edição não linear de vídeo são mais fáceis de operar do que os sistemas lineares de vídeo, não sendo necessário possuir tantos conhecimentos técnicos (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999).

As diferenças operativas entre estes dois sistemas revolucionaram por completo o processo técnico da edição de vídeo (Raimondo Souto, 1993; Ohanian, 1998; Browne, 2002; Zellt, 2006; Owens e Millerson, 2012). A este propósito, Herbert Zellt (2012) sublinha que a edição de vídeo linear é basicamente uma seleção de planos que são copiados de uma ou várias cassetes de vídeo para uma nova cassete segundo uma determinada ordem, sendo o seu princípio operativo a cópia. Enquanto, a edição não linear de vídeo permite reorganizar os planos, sendo o seu princípio operativo a reorganização de ficheiros de vídeo (Zellt, 2012).

Tal como já foi destacado, o primeiro sistema de edição linear de vídeo foi apresentado, em 1963, quando a Ampex Corporation lançou o dispositivo EDITEC (Browne, 2002; Luff, 2005; Ampex Corporation, 2012). Ainda que alguns operadores televisivos ainda usem os sistemas de edição linear de vídeo, estes sistemas estão progressivamente a ser desmantelados e, conseqüentemente, estão a ser substituídos por sistemas de edição não linear de vídeo (Owens e Millerson, 2012).

Presentemente, todos os sistemas de edição não linear de vídeo são computadores, *software* e *hardware* (Owens e Millerson, 2012; Zellt, 2012). Muito embora os sistemas de edição de vídeo não linear tenham tido a sua origem na década de 1970²¹, apenas em 1989, foi lançado, pela empresa norte-americana Avid Technology, o primeiro sistema digital de edição não linear de vídeo, designado por *Avid / 1*, implementado numa plataforma Macintosh (Luff, 2005; Avid Technology, 2012). Este sistema permitia que, por um lado, o material audiovisual fosse armazenado em discos rígidos e, por outro, as operações de edição fossem executadas a partir de um editor de vídeo. Até aqui, nos sistemas de edição não linear de vídeo, os computadores eram usados para controlar a edição, visto que o material audiovisual em bruto encontrava-se armazenado em cassetes de vídeo e/ou em *laserdiscs* e o material selecionado tinha como destino o mesmo suporte de gravação, ou seja, a cassete de vídeo e/ou em um *laserdisc* (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999). Com efeito, só em meados dos anos 1990, é que estes sistemas se impuseram no mercado da edição de vídeo, fruto da evolução verificada no campo da informática (Rubin, 2000; Case, 2001; Zettl, 2012). Todavia, nesta altura, os sistemas digitais de edição de vídeo não linear eram muito caros e ainda não tinham dado provas suficientes da sua eficiência e, para além disso, exigiam pessoal com outro tipo de qualificação (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999). Não obstante, os sistemas de edição não linear transformaram a natureza do meio no qual se armazena o material audiovisual registado e a forma como se tem acesso. Esta é uma grande diferença, dado que este sistema é uma combinação dos métodos tradicionais e dos avançados processamentos digitais, todo ele controlado a partir de uma *interface* informática (Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999).

Manuel José Damásio (2002) aponta quatro características que os sistemas digitais de edição não linear de vídeo, independentemente do fabricante ou tipo, partilham. Primeiros, são sistemas que estão instalados em plataformas digitais. Segunda, são sistemas que permitem o acesso aleatório ao material audiovisual, possibilitando desta forma o acesso imediato a qualquer ponto do material audiovisual em bruto. Terceira, são sistemas de edição de vídeo não

²¹ Em 1971, a empresa norte-americana CMX Corporation apresentou o primeiro sistema de edição não linear de vídeo, denominado por *CMX 600* (Browne, 1989, 2002; Ohanian, 1998; Fernández Casado e Nohales Escribano, 1999; Rubin, 2000; Damásio, 2002; Luff, 2005).

destrutivos, na medida em que os profissionais que efetuam a montagem não executam nenhuma operação que afete fisicamente o material audiovisual em bruto. Por exemplo, na edição de vídeo linear, o uso constante da fita de vídeo vai, por um lado, desgastar o próprio equipamento de reprodução e/ou gravação de vídeo e, por outro, a própria fita vai-se deteriorando fruto das sucessivas utilizações, seja em gravação ou em reprodução. A última característica, são sistemas que possuem, pelas características dos seus *interfaces*, potencialidades híbridas de edição no espaço e no tempo.

2.3.2.2. A estética

Quando a edição de vídeo surgiu nos finais da década 50 do século XX, já a montagem cinematográfica se encontrava amadurecida, visto que, até aos finais dos anos 1920, tinham sido instituídas e teorizadas as técnicas clássicas de montagem. Daí, a edição de vídeo, em termos estéticos, ter sido fortemente influenciada pela montagem de filmes. Assim, a edição de vídeo para televisão rege-se pela maior parte das técnicas clássicas da montagem do cinema apresentadas e desenvolvidas nos Estados Unidos da América, mais concretamente por Edwin S. Porter e, sobretudo, por David W. Griffith, cujas técnicas foram teorizadas, no final da década 1910 e durante a década seguinte, pela escola soviética, onde se evidenciaram os nomes de Lev V. Kuleshov, Vsevolod I. Pudovkin, Sergei M. Eisenstein e Dziga Vertov (Villain, 1991; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010). Nos primeiros 30 anos do cinema, ainda antes do surgimento do cinema sonoro, foram estabelecidas as técnicas de montagem que presentemente são usadas, quer em cinema quer em televisão (Martin, 2005; Wolsky, 2005; Kellison, 2007).

Desde do nascimento da sétima arte, isto é, do cinema, em 1895, até 1903, os planos eram filmados a partir de um único lugar, o do espetador e o trabalho do técnico de montagem passava, na maior parte dos casos, por dispor os planos uns a seguir aos outros pela ordem cronológica da história narrada (Joly, 2003). Deste modo, considera-se que a montagem propriamente dita só surgiu com a “libertação” da câmara de filmar do lugar do espectador (Viveiros, 2005).

2.3.2.2.1. A escola norte-americana

Apesar da montagem cinematográfica ter surgido, em 1900, pelas mãos da Escola de Brighton, na Inglaterra (Sadoul, 1983), o atual cinema narrativo teve a sua génese na montagem exposta e desenvolvida nos Estados Unidos da América, tendo como grandes impulsionadores os cineastas Edwin S. Porter e, principalmente, David W. Griffith (Crittenden, 1995; Eisenstein, 2002a; Martin, 2005; Dancyger, 2010; Marner, 2010; Reisz e Millar, 2010).

2.3.2.2.1.1. Edwin S. Porter

Ainda que não tenha inventado a montagem cinematográfica, o norte-americano Edwin S. Porter (1870-1941) foi o primeiro cineasta a fazer um real uso dela em termos narrativos, com a realização dos filmes *Life of an American Fireman* e *The Great Train Robbery*, ambos exibidos no ano de 1903 (Crittenden, 1995; Martin, 2005; Wolsky, 2005; Marner, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010).

No filme *Life of an American Fireman* é contada a história de um corpo de bombeiros que vão resgatar mãe e filha que se encontram encurraladas num edifício em chamas. Este filme é composto por planos retirados de um filme documental sobre bombeiros e por planos resultantes de encenação, os referentes à mãe e filha, gravados em estúdio. A conjugação desses planos, que inicialmente não tinham qualquer relação entre si, criou a história do salvamento (Viveiros, 2005; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010). Pela análise deste filme, concluiu-se que o sentido do plano não é necessariamente independente, podendo ser alterado e subordinado a outros planos (Reisz e Millar, 2010). Dito por outras palavras, dois planos filmados em lugares diferentes, com objetivos distintos, podem, quando ligados, significar algo maior do que a mera soma das duas partes (Dancyger, 2010). Nesta medida, a justaposição podia gerar uma nova realidade, maior do que a de cada plano individual (Dancyger, 2010). Pela primeira vez na curta história do cinema, o plano não possuía significado próprio, dependia da relação com os restantes planos (Reisz e Millar, 2010).

Desta forma, Porter estabeleceu o princípio básico da montagem, ao demonstrar que o plano é a unidade a partir da qual os filmes devem ser produzidos (Wolsky, 2005; Reisz e Millar, 2010) e que a combinação de planos provoca um sentido diferente da soma de cada plano (Goliot-Leté *et al.*, 2011).

No filme *The Great Train Robbery*, cuja história passa pelo relato de um assalto a um comboio, Porter expôs uma narrativa ainda mais refinada (Dancyger, 2010). Filmando planos

em interiores e exteriores, Porter uniu-os de modo a criar uma determinada identidade de imagem/tempo (Marner, 2010). Dentro do plano, deu atenção também ao espaço e estabeleceu relações entre distintos elementos e, para além disso, relacionou imagens individuais entre si, alcançando a continuidade temporal, espacial e emocional (Marner, 2010). Este filme é considerado o primeiro realmente cinematográfico devido à fluidez e coerência da narrativa (Sánchez-Biosca, 1996; Martin, 2005; Carvalho, 2007).

Em síntese, o grande contributo dado por Porter à montagem cinematográfica foi a organização dos planos com o propósito de expor uma continuidade narrativa (Crittenden, 1995; Dancyger, 2010). Porter foi quem instituiu a forma narrativa ao ser o primeiro a utilizar uma série de artifícios e efeitos visuais que mais tarde se converteriam em convenções específicas do género e que, ainda hoje, são fundamentais para que o público compreenda a sequência narrativa das ações presentes nas produções cinematográficas (Marner, 2010).

Porém, se Porter inventou a montagem narrativa, foi outro norte-americano, David W. Griffith, que a desenvolveu, ficando o seu nome registado para sempre como uma das grandes referências da montagem cinematográfica e, por consequência, do cinema (Sánchez-Biosca, 1996; Eisenstein, 2002a; António, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010).

2.3.2.2.1.2. David W. Griffith

Tendo iniciado a sua vida como realizador em 1908, David W. Griffith (1875-1948) é considerado o pai da montagem cinematográfica no sentido moderno, tendo sido o grande impulsionador do cinema, quer nos Estados Unidos da América, quer no resto do mundo (Crittenden, 1995; Eisenstein, 2002a; Dancyger, 2010). Tal como sublinha Sergei Eisenstein (2002a), o nascimento da montagem estará eternamente associado ao nome de Griffith. Tanto mais que, sendo reconhecido como o primeiro grande mestre do cinema norte-americano (Pinel, 2004), Griffith foi um dos pioneiros da linguagem cinematográfica (Bazin, 1991; Amiel, 2010).

Os contributos de Griffith, para a evolução da montagem cinematográfica e, consequentemente, do cinema, foram inúmeros, destacando-se: a variação de planos para criar impacto emocional nos espetadores; o grande plano; o *insert* (plano de pormenor de um objeto); a câmara subjetiva (o ponto de vista da personagem); o *travelling* (deslocação da câmara de filmar no espaço); a montagem alternada; a montagem paralela; o *flashback* (recuos no tempo); a variação de ritmo; entre outras grandes contribuições (Bazin, 1991; Crittenden, 1995; Goscio-

la, 2003; Deleuze, 2004; Pinel, 2004; Martin, 2005; Viveiros, 2005; Wolsky, 2005; Amiel, 2010; António, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010). Todos estes procedimentos são atribuídos a Griffith, muito embora a grande parte destes não tenha sido descoberto por ele (Sadoul, 1983; Crittenden, 1995; Martin, 2005; Mazzoleni, 2005; Amiel, 2010; António 2010; Dancyger, 2010). A este propósito, Georges Sadoul (1983) e Vicent Amiel (2010) enaltecem que o grande mérito do génio de Griffith foi o de assinalar as descobertas dispersas de várias escolas e realizadores e sistematizá-las. Na verdade, Griffith foi o primeiro cineasta a organizar estas descobertas e transformá-las num “meio de expressão” (Martin, 2005; Amiel, 2010; António, 2010). O próprio Griffith reconhecia que não tinha sido o inventor da montagem, mas um pioneiro na sua aplicação, abrindo novos caminhos no cinema (Eisenstein, 2002a).

Com o recurso à montagem, Porter pretendeu incutir uma maior clareza nas narrativas cinematográficas, enquanto Griffith procurou criar um maior impacto dramático nos espetadores, recorrendo à justaposição de planos (Dancyger, 2010). Desta forma, as diferenças entre a montagem apresentada por Porter e a desenvolvida por Griffith são mais do que evidentes. A título de exemplo, quando Porter mudava de plano era quase sempre por razões físicas, enquanto Griffith alterava de plano por razões dramáticas, mostrando um novo pormenor ao espectador que permitisse aumentar o interesse do drama em determinado momento (Reisz e Millar, 2010). Ainda a este respeito, Griffith demonstrou que, através da montagem, uma cena podia ser constituída por planos gerais, planos médios e planos próximos com o intuito de o público sentir progressivamente a sua emoção (Dancyger, 2010).

Outra grande diferença era que Griffith estruturava a ação em diversos planos que, através da montagem, eram reagrupados para construir cenas (Reisz e Millar, 2010). Esta prática apresentava duas grandes vantagens em relação ao método usado por Porter (Reisz e Millar, 2010). Primeira, o realizador podia atribuir sentido à narração cinematográfica com maior profundidade, ou seja, apresentar uma maior variedade de pormenores. Segunda, o realizador podia usufruir de uma posição mais vantajosa para provocar as reações emocionais no espectador, na medida em que podia escolher tanto os detalhes que este devia ver, como o momento mais adequado para os mostrar.

Ainda que o grande plano já tinha sido usado por outros cineastas (Sadoul, 1983; Martin, 2005), Griffith foi o primeiro a aproximar a câmara de filmar dos atores com propósitos dramáticos, realçando as emoções e as expressões dos atores, o que reforçava a ligação emocional dos espetadores com as personagens representadas pelos atores (Carvalho, 2007). Com os seus filmes, Griffith pretendia que o público se envolvesse emocionalmente com a história narrada (Crittenden, 1995; Dancyger, 2010).

No filme *The Lonely Villa*, exibido em 1909, Griffith expôs a montagem alternada, com o objetivo de criar suspense (Pinel, 2004; Mazzoleni, 2005; Dancyger, 2010). A montagem alternada intercala os planos de duas ou mais cenas e/ou sequências, apresentando ações que se desenrolam ao mesmo tempo em locais diferentes, mas que estão diretamente relacionadas (Journot, 2005; Mazzoleni, 2005). Neste filme, Griffith apresentou alternadamente cenas de uma família, mãe e filhas, que está a ser assaltada na sua própria casa por um grupo de ladrões, com cenas do pai, que, encontrando-se fora de casa, que vem em seu auxílio (Dancyger, 2010). Através da montagem alternada, Griffith procurou que o espetador percebesse que não há somente sucessão entre as cenas, mas simultaneidade (Amiel, 2010). A par disso, Griffith apresentou cenas compostas com planos com uma duração cada vez mais curta, acelerando o ritmo, para aumentar a dramaticidade (Dancyger, 2010). Dito por outros termos, a duração dos planos vai ficando mais curta à medida que a tensão aumenta, o que reforça as potencialidades dramáticas da situação (Carvalho, 2007). Tal como é evidenciado por Ken Dancyger (2010), o tempo dramático passa a substituir o tempo real como critério para a montagem.

Em 1915, com o filme *The Birth of a Nation* e, em 1916, com *Intolerance*, Griffith fez uso de todos os procedimentos de montagem desenvolvidos até então, que converteram estas duas obras fílmicas em dois marcos históricos da montagem cinematográfica e, por consequência, do cinema (Pinel, 2004; Carvalho, 2007; António, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010).

A obra cinematográfica *The Birth of a Nation*, com uma duração aproximadamente de três horas, marcou a história do cinema, tendo revolucionado a produção do cinema norte-americano (Crittenden, 1995; Carvalho, 2007). Este filme teve um sucesso nunca visto até essa altura, tanto em termos de bilheteira como em termos de críticas (António, 2010). Todavia, este filme causou uma enorme polémica, devido às referências racistas (António, 2010).

No filme *Intolerance*, Griffith produziu uma outra conceção de montagem, não unicamente por narrar histórias mais complexas e potenciar emoções, mas por relacionar ideias. Ao associar quatro histórias (contemporânea, massacre de S. Bartolomeu no século XVI, vida de Cristo e queda da Babilónia) teve-se acesso a um novo nível de abstração que permitiu extrair do paralelo um conceito: a intolerância (Viveiros, 2005). Nestes quatro episódios mostrados alternadamente, Griffith atribui um valor estético e dramático à montagem paralela. A montagem paralela alterna sequências e/ou cenas que não têm entre si qualquer relação de simultaneidade, sendo discursiva e não narrativa, podendo ser usada com fins retóricos de simbolização, para criar efeitos de comparação ou de contraste (Journot, 2005).

Em forma de síntese, o génio de Griffith destacou-se fundamentalmente pelas suas qualidades narrativas e o seu grande contributo foi a aplicação de modos de montagem que aumentaram e enriqueceram as possibilidades do relato cinematográfico (Reisz e Millar, 2010). Tanto mais que os filmes de Griffith tiveram grandes repercussões mundiais, nomeadamente nos realizadores da então União Soviética (Crittenden, 1995; Sánchez-Biosca, 1996; Pinel, 2004; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010).

2.3.2.2.2. A escola soviética

Os filmes de Griffith chegaram à União Soviética imediatamente após a Revolução de 1917 e foram muito bem recebidos pelo público, pelos políticos e, principalmente, pelos novos cineastas (Crittenden, 1995; Sánchez-Biosca, 1996; Pinel, 2004). Lev V. Kuleshov, Vsevolod I. Pudovkin, Sergei M. Eisenstein e Dziga Vertov foram os cineastas mais famosos que estudaram as obras fílmicas realizadas por Griffith com vista a formularem as teorias da montagem cinematográfica. Assim, para além de cineastas, todos eles foram teorizadores da montagem no cinema, tendo apresentado e defendido diversas teorias sobre esta temática (Kuleshov, 1974; Granja, 1981; Ramos, 1981; Villain, 1991; Crittenden, 1995; Sánchez-Biosca, 1996; Eisenstein, 2002a, 2002b; Pinel, 2004; Viveiros, 2005; Amiel, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010).

2.3.2.2.2.1. Lev V. Kuleshov

Pese embora sendo o mais jovem dos cineastas e teorizadores soviéticos que serão abordados, Lev Kuleshov (1899-1970) foi o pioneiro de toda a estética da montagem soviética (Gillespie, 2000; Viveiros, 2005; Grilo, 2008; Aumont e Marie, 2009a). Para além disso, Kuleshov foi um dos primeiros professores da Escola Estatal de Cinema de Moscovo, fundada em 1919, tendo sido professor de Vsevolod I. Pudovkin e Sergei M. Einstein (Aumont e Marie, 2009a, 2009b).

Para Kuleshov, um filme é construído na mesa de montagem, através da qual o realizador se assume como o seu verdadeiro e único autor (Grilo, 2008). A este propósito, João Mário Grilo (2008: 87) cita o próprio Kuleshov:

O meio de expressão específica do cinema é a sucessão rítmica dos planos, ou de curtos fragmentos imóveis, o que produz a expressão do movimento, facto que, tecnicamente,

se chama montagem. A montagem no cinema corresponde à organização das cores na pintura ou à sucessão harmónica dos sons na música. Os planos devem ser simples, legíveis, expressivos, aptos a poderem ser correctamente percebidos pelo espectador. O ritmo é o verdadeiro conteúdo do filme; é ele que decide das reacções e dos pensamentos do público.

Entre as várias experiências efetuadas por Kuleshov no campo da montagem cinematográfica, uma é destacada, ficando conhecida por “efeito- Kuleshov” e/ou “efeito K”. Esta experiência de montagem consistiu na intercalação de um plano de um ator soviético, Lev Mosjukhin, com uma expressão neutra, isto é, inexpressiva, com três planos distintos. No entanto, as descrições dos três planos distintos usados nesta experiência apresentam imprecisões, visto que vários autores (Sadoul, 1983; Villain, 1991; Stephen e Hensley, 1992; Crittenden, 1995; Gosciola, 2003; Pinel, 2004; Viveiros, 2005; Grilo, 2008; Dancyger, 2010; Nogueira, 2010; Reisz e Millar, 2010) mencionam que o plano do ator foi alternado com um prato de sopa colocado sobre uma mesa, um caixão com uma mulher morta e uma criança a entreter-se com um brinquedo; outros (Ramos, 1981; Journot, 2005; Carvalho, 2007; Aumont e Marie, 2009b) referem que o plano de Mosjukhin foi intercalado com um prato de sopa, uma criança morta e uma mulher seminua ou, mesmo, nua; outros (Betton, 1987; Gardies, 2008; Goliot-Leté *et al.*, 2011) expõem outras descrições e, por fim, alguns preferem não descrever os planos utilizados na experiência (Bazin, 1991; Sánchez-Biosca, 1996). Ainda a cerca da realização desta experiência, alguns autores (Prince e Hensley, 1992; Pinel, 2004; Journot, 2005; Aumont e Marie, 2009b) sublinham que existem poucas ou nenhuma provas que tenha realmente existido, outros (Sánchez-Biosca, 1996; Joly, 2003; Gardies, 2008) consideram-na lendária.

De qualquer forma, os resultados apurados através desta experiência são praticamente os mesmos. Os autores (Sadoul, 1983; Villain, 1991; Stephen e Hensley, 1992; Crittenden, 1995; Gosciola, 2003; Pinel, 2004; Viveiros, 2005; Dancyger, 2010; Nogueira, 2010; Reisz e Millar, 2010) salientam que, nas três sequências do plano do ator alternado com um prato de sopa colocado sobre uma mesa, um caixão com uma mulher morta e uma criança a entreter-se com um brinquedo, o público viu na expressão do ator, na primeira sequência, a fome, na segunda, a tristeza e, na terceira, alegria ou a felicidade. Por sua parte, os autores (Ramos, 1981; Journot, 2005; Carvalho, 2007; Aumont e Marie, 2009b) evidenciam que, nas três sequências do plano do ator intercalado com um prato de sopa, uma criança morta e uma mulher seminua ou mesmo nua, os espetadores consideraram que o ator expressava, na primeira sequência, fome, na seguinte, tristeza e, na última, desejo. Assim sendo, vários autores (Joly, 2003; Journot, 2005; Reisz e Millar, 2010) enaltecem que esta experiência pretendeu demonstrar que um plano não tem sentido por si só, mas é através da montagem que os planos ganham signifi-

cado. Nesta perspectiva, Martine Joly (2003: 221) escreve: «(...) que quando se justapõem dois planos, ou se introduz um plano entre outros dois, faz-se nascer uma ideia ou exprime-se algo que não estava contido em nenhum dos planos tomados separadamente», acrescentando «o resultado semântico é, assim, um produto (e não uma soma) incluído entre a alucinação e abstracção» (Joly, 2003: 221).

Com a concretização da referida experiência, Kuleshov mostrou que a significação de uma sequência pode depender exclusivamente da relação subjetiva que o espectador faz de diversos planos que, separadamente, a não possuem nem sequer parcelarmente (Ramos, 1981; Carvalho, 2007; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010), provando que um dos fatores com maior influência na reação dos espetadores é a justaposição dos planos resultantes do processo de montagem (Tudor, 2009). Tanto mais que, segundo Anne Goliot-Leté, Martine Joly, Thierry Lancien, Isabelle-Cécile Le Mée e Francis Vanoye (2011), Kuleshov pretendeu sobrestimar os poderes da montagem, negligenciando o contributo específico do espetador, designadamente das suas projeções, na interpretação da sequência proposta. Neste sentido, a simples justaposição de planos leva os espetadores a acrescentarem sentido às imagens (Gardies, 2008), «como se a mesa de montagem fosse uma espécie de lugar de derrame do plano e do seu sentido» (Grilo, 2008: 89). É a montagem que produz o sentido (Goliot-Leté *et al.*, 2011). De acordo com Karel Reisz e Gavin Millar (2010), a experiência levada a cabo por Kuleshov permitiu entender a montagem com algo mais do que um simples recurso para narrar uma história em continuidade.

A partir desta experiência, Kuleshov começou a defender que a matéria cinematográfica é composta pelos fragmentos de película, e que o método de composição consiste em unilos descobrindo uma ordem criadora (Reisz e Millar, 2010). A arte cinematográfica não está na rodagem do filme, nem na direção dos atores, etc., mas na montagem (Reisz e Millar, 2010). A verdadeira arte do cinema inicia-se quando o realizador começa a unir os diversos fragmentos de película (Reisz e Millar, 2010). As ideias de montagem de Kuleshov eram parecidas às de Vsevolod Pudovkin, isto é, os planos são “blocos” ou “tijolos” para a construção de uma cena (Viveiros, 2005).

2.3.2.2.2. Vsevolod I. Pudovkin

Vsevolod I. Pudovkin (1893-1953), ex-aluno e colega de Kuleshov, tendo participado na experiência “efeito- Kuleshov”, defendia que a montagem cinematográfica é a base estética

do filme (Villafañe e Mínguez, 1996; Viveiros, 2005; Aumont e Marie, 2009a, 2009b; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010). Para provar esta tese, Pudovkin recorreu à analogia entre o cinema e a literatura. Para o escritor, as palavras são a matéria-prima, mas o significado final das palavras depende da sua composição, no sentido em que só na relação com outras palavras cada uma delas recebe vida e realidade artística (Villafañe e Mínguez, 1996). Pudovkin sustentava que no cinema ocorria algo similar, afirmando que: «tal como a língua, também a montagem tem a palavra (a imagem) e a frase (a combinação das imagens) e, deste modo, acreditava que o poder do cinema vinha da montagem como gramática» (Viveiros, 2005: 55).

Tal como outros cineastas e teorizadores soviéticos, Pudovkin estudou exaustivamente o trabalho de David W. Griffith, tentando aperfeiçoar a teoria e a prática da montagem do filme. Tal como é realçado por Ken Dancyger (2010), Pudovkin procurou desenvolver uma teoria da montagem que permitisse aos cineastas ultrapassar a clássica montagem intuitiva de Griffith. Nesta medida, Pudovkin formulou uma teoria da montagem, denominada por montagem construtiva (Villafañe e Mínguez, 1996; Einstein, 2002a, 2002b; Viveiros, 2005; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010).

A teoria da montagem construtiva expõe uma sistematização de alguns princípios gerais, que podem ser resumidos da seguinte forma (Reisz e Millar, 2010): primeiro, a matéria-prima do realizador são os fragmentos de película, ou seja, os planos, que correspondem aos vários pontos de vista em que foi segmentada a ação; segundo, o realizador só trabalha os referidos fragmentos onde estão filmados os factos e não opera os factos reais; terceiro, estes fragmentos encontram-se sujeitos, no processo de montagem, à vontade do realizador que pode eliminar quantos pontos de intervalo considerar pertinentes para concentrar a ação do público durante um determinado período de tempo. Deste modo, Pudovkin entendia que o realizador através da montagem devia seleccionar e relacionar o que é mais intenso nessa continuidade, sempre do ponto de vista dos espetadores (Viveiros, 2005).

A montagem no cinema deve ser usada para seleccionar os fragmentos que temporalmente e espacialmente são mais relevantes, construindo com detalhes significativos e omitindo os restantes (Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010). Desta forma, Pudovkin ostentava que o plano é como o “tijolo” da construção fílmica e que o material, ao ser ordenado, pode gerar qualquer resultado pretendido, da mesma maneira que um escritor utiliza as palavras para criar uma percepção da realidade, o realizador de cinema usa os planos como seu material em bruto (Dancyger, 2010).

A teoria apresentada e defendida por Pudovkin tem como base as experiências do seu ex-professor e colega Kuleshov, e, também, em parte, às suas próprias experiências como realizador (Reisz e Millar, 2010). Tal como já foi frisado, a célebre experiência de Kuleshov mostrou que o processo de montagem não pode ser encerrado com um simples recurso para narrar histórias. Pudovkin viu que, perante uma adequada justaposição, alguns planos poderiam adquirir um significado que nunca tinha tido isoladamente. Pudovkin dizia que, ligando um plano de um ator sorrindo com outro de um revólver pronto a disparar e seguindo com um terceiro plano do mesmo ator aterrorizado, a personagem expressaria cobardia, invertendo a ordem dos planos, a mesma personagem transmitiria heroísmo (Reisz e Millar, 2010). Consequentemente, montando numa ordem diferente os mesmos planos, obtém-se um efeito emocional diferente.

Ao pôr em prática a sua teoria, Pudovkin conseguiu obter notáveis resultados, dado que, comparando os seus filmes com os de Griffith, encontram-se as diferenças assinaláveis (Reisz e Millar, 2010). A título de exemplo, enquanto Griffith se expressa através das suas personagens, Pudovkin exprimiu-se por uma série de pormenores e mediante a justaposição, estando mais concentrado nos efeitos do que na personificação do próprio conteúdo (Reisz e Millar, 2010). Para Pudovkin, a função essencial da montagem é a determinação de processos psicológicos no público (Viveiros, 2005). Desta maneira, o realizador não deveria apresentar toda a realidade, mas reduzi-la ao essencial, surgindo um tempo e um espaço fílmico (Viveiros, 2005). Aliás, o material cinematográfico são imagens do real e não o próprio real, podendo ser encurtadas, modificadas e, principalmente, montadas (Aumont e Marie, 2009b).

2.3.2.2.2.3. Sergei M. Eisenstein

Ainda que não tenha sido o inventor da montagem cinematográfica, Sergei M. Eisenstein (1898-1948) foi um dos seus mais importantes teorizadores, para não dizer o principal (Ramos, 1981; Villain, 1991; Pinel, 2004; Carvalho, 2007; Aumont e Marie, 2009b; Amiel, 2010; Nogueira, 2010). Tanto mais que, da vasta obra publicada por Eisenstein, a boa parte é consagrada à montagem cinematográfica (Eisenstein, 2002a, 2002b; Pinel, 2004).

A par disso, Marcel Martin (2005) considera que foi Eisenstein que proporcionou a melhor classificação de montagem, já que comporta, ainda que a sua compreensão seja um pouco difícil, todos os métodos de montagem, dos mais elementares aos mais complexos. Sendo assim, Eisenstein (2002a) classificou a montagem em cinco categorias, a saber: métrica, rítmica, tonal, harmónica e intelectual.

Na montagem métrica, «o critério fundamental desta construção são os *comprimentos absolutos* dos fragmentos» (Eisenstein, 2002a: 79). Dito por outras palavras, este método de montagem tem em consideração a duração de cada plano, onde o seu conteúdo é determinado pela sua extensão (Viveiros, 2005). Os fragmentos são os únicos de acordo com os respetivos comprimentos, numa fórmula esquemática correspondente à do compasso musical, sendo que a realização encontra-se na repetição desses “compassos” (Eisenstein, 2002a). Através do método da montagem métrica, as sequências e/ou cenas são montadas fazendo sucederem-se planos que têm como comprimento uma proporção simples (1/2, 2/3, 3/4, etc.) (Aumont e Marie, 2009b). O método de montagem em análise é considerado uma forma primitiva de montagem que atende mais a fatores mecânicos do que a outro tipo de preocupações (Ramos, 1981; Grilo, 2008; Tudor, 2009). Porém, através da montagem métrica, a duração dos planos pode ser encurtada para aumentar a tensão da sequência/ cena (Eisenstein, 2002a; Tudor, 2009; Dancyger, 2010).

Relativamente à montagem rítmica, para além da duração, «o conteúdo dentro do quadro é um fator que deve ser igualmente levado em consideração» (Eisenstein, 2002a: 80), ou seja, este método de montagem baseia-se no comprimento dos planos e no movimento dentro do enquadramento (Martin, 2005). Escrito ainda de outra forma, este método de montagem tem em conta parte do conteúdo visual dos planos envolvidos, nomeadamente o padrão do movimento no interior do plano (Tudor, 2009). Na montagem rítmica, verificam-se dois géneros de movimentos, o dos “cortes” de montagem e o “real” no interior dos planos (Ramos, 1981). Eisenstein explorou não unicamente as concordâncias desses dois movimentos como, principalmente, os conflitos entre eles (Ramos, 1981). A este respeito, Paulo Viveiros (2005: 60) afirma que «a transição do métrico para o rítmico efectua-se no conflito entre a duração do plano e do seu movimento interno». Na mesma linha, Ken Dancyger (2010) frisa que esse tipo de procedimento tem considerável potencial para demonstrar conflitos, porque a oposição pode ser representada a partir de diferentes direções dos elementos no quadro, assim como por diferentes enquadramentos de uma mesma imagem.

No que concerne à montagem tonal, este método expressa uma etapa mais avançada da montagem rítmica (Eisenstein, 2002a). Na montagem tonal, o movimento deve ser visto num sentido *mas lato*, uma vez que «o conceito de movimentação engloba *todas as sensações do fragmento* de montagem» (Eisenstein, 2002a: 82). Neste método, a montagem baseia-se no som emocional do fragmento (Eisenstein, 2002a), ou seja, na ressonância emocional do plano (Martin, 2005). Tal como explica Paulo Viveiros (2005: 61), o método de montagem tonal «valoriza o tom (fotográfico, musical, etc.) geral do plano, que resulta da conjugação de tudo

aquilo que compõem o plano, e como esse conjunto produz um efeito global – o tom emocional (...)». Como exemplo ilustrativo da montagem tonal, é habitual referir-se a “sequência do nevoeiro” do filme *O Couraçado Potemkine* (Ramos, 1981: 24; Eisenstein, 2002a: 82; Viveiros, 2005: 61; Tudor, 2009: 37). Neste caso, a montagem baseia-se exclusivamente no “tom” emocional dos fragmentos (Eisenstein, 2002a: 82). A montagem tonal está presente nas «“vibrações luminosas” dos planos não esquecendo porém a sua componente rítmica (expressa pela suave agitação das águas, pelo ligeiro movimento dos barcos, pelo vapor em lenta ascensão, pelas gaivotas em sossegado voo)» (Ramos, 1981: 24). Em síntese, a montagem tonal diz respeito à qualidade emocional derivada da organização dos planos numa sequência (Nogueira, 2010).

Já em relação ao quarto método, a montagem harmónica, também denominada por sobretonal, é organicamente o desenvolvimento mais adiantado da montagem tonal, distinguindo-se desta pelo cálculo coletivo do que cada fragmento requer (Eisenstein, 2002a). Conforme refere José Leitão Ramos (1981: 25), «das dissonâncias da montagem tonal (isto é, dos conflitos entre dois tons dominantes numa mesma cena) nasce a montagem harmónica». Aqui, Eisenstein incluiu como fatores decisivos da montagem, “todos os recursos dos fragmentos” (Ramos, 1981). Neste método, a montagem é «construída com base em todos os estímulos oferecidos por um plano e não nas dominantes particulares» (Tudor, 2009: 38). A montagem harmónica conjuga os métodos de montagem métrica, rítmica e tonal, manipulando a duração do plano, ideias e emoções com o propósito de provocar o efeito pretendido no público (Dancyger, 2010).

Finalmente, no último método, «a montagem intelectual é a montagem não de sons atonais geralmente fisiológicos, mas de sons e atonalidades de um tipo intelectual, isto é, conflito-justaposição de sensações intelectuais associativas» (Eisenstein, 2002a: 86). Dito de outra forma, a montagem intelectual trata da inserção de ideias numa sequência com uma enorme carga emocional (Dancyger, 2010). Um exemplo que demonstra este tipo de montagem encontra-se no filme *Outubro*, realizado por Eisenstein, em 1928 (Tudor, 2009: 39; Dancyger, 2010: 20). O líder menchevique da primeira Revolução Russa, George Kerensky, sobe as escadas tão depressa quanto sobe na linha do poder após a queda do Czar. Intercalados com planos da sua ascensão, existem planos de um pavão mecânico a ajeitar as suas penas. Eisenstein apresenta uma interpretação de Kerensky como político (Dancyger, 2010).

Eisenstein acreditava que o impacto da montagem podia ser maior quando existisse um choque entre planos, estando esta crença fundamentada no pensamento filosófico de que a existência só pode continuar se houver mudança constante (Viveiros, 2005). Assim, Eisenstein

pensava que a montagem podia ser usada simultaneamente para apresentar conflitos, para os afirmar e para os ultrapassar (Amiel, 2010). Além do mais, Eisenstein (2002a) entendia que, com a colisão de fatores determinados, nascia um conceito. Eisenstein (2002a) afirmava que a montagem é conflito, visto que «é uma ideia que nasce da colisão de planos independentes – planos até opostos um ao outro: o princípio “dramático”» (Eisenstein, 2002a: 52).

Nestes contornos, Eisenstein defendia uma montagem de oposições, isto é, uma montagem de saltos qualitativos (“montagem saltitante”) (Deleuze, 2004). Toda a teoria eisensteiniana tem presente o efeito do filme na mente do espectador, através da atração/ choque, mas também a forma como o espectador recebe esses estímulos (Viveiros, 2005). Tanto mais que Eisenstein acreditava que a continuidade cinematográfica ideal era aquela em que cada mudança de plano desse lugar a um novo choque, com vista à obtenção de novas ideias (Reisz e Millar, 2010). Nos filmes realizados por Eisenstein não se encontra a menor intenção de transição suave, ou seja, o relato cinematográfico progride mediante uma série de colisões. A este tipo de montagem, Eisenstein designou-a por montagem de atrações (Pinel, 2004; Viveiros, 2005; Grilo, 2008; Amiel, 2010). Através da montagem de atrações, Eisenstein pretendia desencadear uma forte emoção nos espetadores através da união de planos poderosos, em princípio sem vínculo contextual, sem relação narrativa (Pinel, 2004). Em outros termos, a montagem de atrações consiste «na inserção de elementos heterogéneos ao universo representado na narrativa com o intuito de criar um choque emocional ou intelectual» (Nogueira, 2010: 112). Ora, na teoria de Eisenstein, a montagem é caracterizada pela colisão de atrações, o conflito de duas peças contíguas (Gosciola, 2003).

Nas palavras de Eisenstein (2002a: 43),

Se a montagem deve ser comparada a alguma coisa, então uma legião de trechos de montagem, de planos, deveria ser comparada à série de explosões de um motor de combustão interna, que permite o funcionamento do automóvel ou trator: porque, de modo semelhante, a dinâmica da montagem serve como impulsos que permitem o funcionamento de todo o filme.

Eisenstein (2002a) rejeitou a ideia defendida por Kuleshov e Pudovkin que o plano é um elemento da montagem, acreditando que um plano é uma célula ou uma molécula. A este respeito, Eisenstein (2002a: 42) argumentou a sua ideia da seguinte forma: «Exatamente como as células, em sua divisão, formam um fenómeno de outra ordem, que é o organismo ou embrião, do mesmo modo no outro lado da transição dialéctica de um plano há montagem».

Para além da oposição a Kuleshov e Pudovkin, Eisenstein também se opôs às ideias de Dziga Vertov.

2.3.2.2.4. Dziga Vertov

Se as teorias de montagem ostentadas por Eisenstein procuravam a reformulação da realidade com a intenção da população apoiar a revolução, Dziga Vertov (1896-1954) entendia que apenas a verdade documentada poderia ser honesta o suficiente para conduzir à verdadeira revolução (Dancyger, 2010).

De acordo com Vasco Granja (1981: 18), Vertov teve sempre presente as palavras de Tolstoi, proferidas pouco tempo após a invenção do cinema: «o cinematógrafo deve exprimir a verdade russa sob todas as suas formas e da maneira mais exata: deve registar a vida tal como ela é». Assim sendo, Vertov repensou o cinema como «cine-decifração comunista do mundo» (Journot, 2005: 26; Aumont e Marie, 2009b: 258).

Neste contexto, partindo da ideia de que a matéria-prima do cinema é a realidade, Vertov desenvolveu o *anti-estúdio* e o *cine-olho*, tendo como propósito apresentar a realidade tal como ela é, rejeitando a ficção, os atores, a encenação, a reconstituição, entre outros artifícios usados para representar o real (Crittenden, 1995; Deleuze, 2004; Viveiros, 2005; Hicks, 2007; O'Mahony, 2008).

O *cine-olho*, em russo *Kino-glaz*, é o termo que está no centro de toda a teoria de Vertov, desenvolvida na década de 20 do século passado (Journot, 2005: 26; Hicks, 2007; Aumont e Marie, 2009b: 258). Partindo do pressuposto de que o cinema é um instrumento de análise do mundo, mas que para se mostrar é necessário ter visto realmente, Vertov apresentou o operador da câmara de filmar, o *kinok*, como uma espécie de super-olho (Granja, 1981; Crittenden, 1995; Journot, 2005; Hicks, 2007; Grilo, 2008; Aumont e Marie, 2009b). Nesta perspetiva, no entender de Vertov, a câmara de filmar é mais perfeita do que o olho humano, obtendo uma força sobre-humana, e tudo o que o cineasta tinha de fazer era ordenar judiciosamente, na montagem, o material fílmico registado (Granja, 1981; Hicks, 2007; Grilo, 2008). Assim, o principal objetivo da teoria de Vertov passou pelas possibilidades da câmara de filmar em registar a “verdade” e o mundo sem a mediação do homem, porque era mais perfeita do que o olho humano (Viveiros, 2005).

O filme *Man with the Movie Camera*, realizado por Vertov em 1929, exemplifica a sua teoria (Granja, 1981; Crittenden, 1995; Journot, 2005; Hicks, 2007; Dancyger, 2010). Este filme relata a história de um dia na vida de um operador de câmara, em Moscovo, em que Vertov continuamente recorda a artificialidade e o não realismo do cinema. Com efeito, falta de realismo, manipulação e todos os elementos técnicos do filme fazem parte de uma autorreflexão (Dancyger, 2010). Com a realização deste filme, Vertov procurou mostrar a dualidade

entre a vida, tal como ela é, na realidade do olho humano, instrumento imperfeito devido à sua natureza, e a realidade tal como é observada pelo olho da câmara (Granja, 1981).

2.3.3. A edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos desempenhada por jornalistas

Tal como já foi sobejamente sublinhado, os jornalistas televisivos tiveram de começar a desempenhar a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos. Tradicionalmente, esta função/ tarefa era realizada por profissionais especializados na área da imagem, como sejam os editores de imagem e os repórteres de imagem. Nesta linha, inúmeros estudos (Ramonet, 1999; Pavlik, 2000, 2001; Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001; García Avilés e León, 2002; Deuze, 2004; Martins, 2005; Rintala e Suolanen, 2005; García Avilés, 2006a; 2006b, 2006c, 2006d, 2010; Nye, 2007; Silcock, 2007; Cabral, 2008; Salaverría e García Avilés, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Canavilhas, 2009a; García Avilés *et al.*, 2009; Filho e Correia, 2012; Pérez Navarro, 2012; entre outros) constataam que, cada vez com maior frequência, os jornalistas cumprem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos a serem veiculados nos programas informativos televisivos.

Esta prática profissional generalizou-se a partir do momento em que as redações televisivas foram digitalizadas, ou seja, quando foram implementados os sistemas digitais de produção e de difusão de conteúdos jornalísticos (Boucher, 1999; Cottle e Ashton, 1999; Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001; Lage, 2001; García Avilés e León, 2002; Rintala e Suolanen, 2005; García Avilés, 2006a, 2006b, 2006c, 2006d, 2010; Curzon, 2007; Silcock, 2007; Cabral, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Boni, 2009, 2010; García Avilés *et al.*, 2009; Vizeu e Cabral, 2009; Aguilar-Gutiérrez e López-De-Solís, 2010; Piveta, 2010; Souza e Piveta, 2011a, 2011b; Waldman *et al.*, 2011; Filho e Correia, 2012; Pérez Navarro, 2012). Os referidos sistemas digitais disponibilizam editores de vídeo (Sony, 2000a, 2000b; 2009; 2011; s.d.), uns mais vocacionados para os profissionais da montagem, principalmente para os editores de imagem, dispendo de ferramentas e recursos avançados, e outros editores de vídeo para serem usados sobretudo por jornalistas, oferecendo as ferramentas e recursos básicos de montagem. Isto não significa que alguns jornalistas não montassem em vídeo os seus conteúdos nos sistemas de edição de vídeo linear, baseados em tecnologia analógica ou digital, mas apenas que não era uma prática corrente, tal como demonstra um estudo desenvolvido por José Alberto García Avilés e Bienvenido León (2002), às redações centrais dos canais televisivos comerciais espanhóis *TeleCinco* e *Antena 3*, ambas situadas em Madrid. Os investigadores verificaram que, antes da imple-

mentação dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo na principal redação da *Antena 3* eram muito poucos os jornalistas que montavam os próprios conteúdos e, no caso da redação central da *TeleCinco*, nenhum jornalista editava em vídeo os seus conteúdos.

Por norma, nas redações centrais dos operadores televisivos, os conteúdos noticiosos eram montados pelos editores de imagem nas salas de montagem (Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001; Silcock, 2007; Canelas, 2008; Schaefer e Martinez III, 2009; Pérez Navarro, 2012). Com a mudança profissional em análise, os conteúdos são editados em vídeo pelos jornalistas na própria redação (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d; Curzon, 2007; Souza e Piveta, 2011c). Deste modo, os jornalistas montam os seus conteúdos através de editores de vídeo que estão instalados em computadores que se encontram na redação, por vezes, nos mesmos computadores que usam para realizar outras tarefas noticiosas, tais como: consultar o serviço a efetuar; pesquisar na *web*; contactar as fontes de informação; escrever o texto informativo que irá dar origem à voz-off; entre outras tarefas (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c).

No contexto da produção noticiosa televisiva, os fabricantes dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo procuram proporcionar editores de vídeo com interfaces amigáveis e de uso simples, cada vez mais intuitivas, nomeadamente os que se destinam aos jornalistas (García Avilés, 2006c; Canavilhas, 2009a). Neste sentido, diversos editores de vídeo foram desenvolvidos para serem usados por jornalistas, entre os quais: o *ClipEdit* da Sony (Sony, 1998, 2000b); o *sQ Cut* da Quantel; ou o *Avid NewsCutter* (Curzon, 2007; Pérez Navarro, 2012). A grande preocupação destes fabricantes é que os jornalistas aprendam a usá-los de uma forma rápida e eficiente.

No início deste processo, ainda que os jornalistas acompanhassem o processo de montagem dos seus conteúdos, observando os editores de imagem a realizar as respetivas operações, os conhecimentos acerca da utilização dos editores de vídeo eram nulos, uma vez que os profissionais da edição de imagem operavam em sistemas lineares, e tal como já foi destacado, a filosofia de trabalho destes sistemas é completamente diferente dos sistemas de edição não linear. Daí, os editores de imagem terem de se adaptar aos novos métodos de trabalho. Em diversas estações de televisão, os editores de imagem e os jornalistas começaram a montar em sistemas digitais de edição não linear de vídeo praticamente na mesma altura (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c; García Avilés, 2006d).

Os jornalistas para ouvirem o som, quer o do material audiovisual em bruto quer o do conteúdo editado, usam auscultadores, de forma a escutar bem o som e para não perturbar os outros profissionais que se encontram à sua volta. Devido a esta prática, uma das consequên-

cias «é a perda do diálogo antes tão presente nas redações que vão ficando mais silenciosas à medida que cada jornalista está ligado somente à sua máquina, ao universo de *sua notícia*» (Boni, 2009: 8). Para além disso, este trabalho passou a ser mais solitário, porque, antes, os jornalistas debatiam as suas ideias com os editores de imagem, procurando encontrar a melhor maneira de transmitirem as mensagens pretendidas (Rintala e Suolanen, 2005). Todavia, outros investigadores (Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001) pensam o contrário, dado que os jornalistas ao montarem os seus conteúdos na redação, devido à sua organização num espaço aberto, podem trocar mais ideias entre eles.

Para além destes fatores, outros, como sejam os organizacionais, económico-financeiros, concorrenciais e os referentes às audiências, contribuem decisivamente para que os jornalistas desempenhem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos.

Os canais televisivos de 24 horas de notícias surgiram com a missão de satisfazer as necessidades informativas das suas audiências, que procuram o acesso à informação jornalística em qualquer momento e em qualquer lugar (García Avilés, 2006c). A consolidação da informação instantânea interativa, que caracteriza a *Internet*, fomentou esta tendência (García Avilés, 2006c). Deste modo, as redações televisivas tiveram de ser reorganizadas, tanto em termos de espaço físico como em métodos de trabalho, para responder às exigências dos seus públicos. Assim, os operadores de televisão tiveram a necessidade de aumentar a produção de conteúdos jornalísticos, de maneira a “alimentar” os serviços informativos regulares. Com os jornalistas a editar em vídeo conteúdos noticiosos, as redações aumentam a sua produtividade, quer da informação diária quer da informação não diária (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e León, 2002; Fernandes e Cascais, 2006; García Avilés, 2006c, 2006d; Curzon, 2007).

Por outra vertente, uma vez que os jornalistas editam em vídeo através dos computadores que dispõem na redação e, conseqüentemente, não estão dependentes da disponibilidade das salas de montagem e dos editores de imagem, estes, os jornalistas, podem começar a montar logo que cheguem à redação, podendo disponibilizar os seus conteúdos num mais curto espaço de tempo (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006d; Silcock, 2007; Boni, 2009, 2010; Canavilhas, 2009a; Souza e Piveta, 2011b). Desta forma, há uma eliminação, ou, pelo menos, uma grande redução dos tempos de espera despendidos pelos jornalistas para que os seus conteúdos noticiosos fossem editados em vídeo nas salas de montagem pelos editores de imagem (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c; García Avilés, 2006d; Curzon, 2007; Pérez Navarro, 2012). Quando os jornalistas não editavam em vídeo, estes profissionais tinham obrigatoriamente de se dirigir às salas de montagem, onde os editores de imagem faziam a respetiva montagem. Porém, como o número de salas de montagem é muito inferior ao

número de jornalistas, estas salas encontravam-se constantemente ocupadas e os jornalistas perdiam muito tempo na espera da desocupação de uma sala. Se os jornalistas editarem em vídeo o seus próprios conteúdos noticiosos, nos seus computadores, agilizam o processo de montagem, podendo conceber outras versões e atualizações dos mesmos conteúdos informativos destinados aos diversos serviços jornalísticos (García Avilés, 2006d). Ora, os jornalistas podem atualizar os seus conteúdos com uma maior frequência, já que os editores de vídeo permitem introduzir alterações de uma forma simples (Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001; García Avilés e León, 2002; Boni, 2009, 2010; Souza e Piveta, 2011b).

Com efeito, os jornalistas ganham mais autonomia (García Avilés e León, 2002; Rintala e Suolanen, 2005; Canavilhas, 2009a; Filho e Correia, 2012), na medida em que deixam de estar dependentes de terceiros para montar os seus conteúdos informativos. No fundo, os jornalistas passam a deter um maior controlo do processo de produção informativo, o que poderá contribuir para uma maior coerência, no que se refere à conjugação da componente visual e da componente sonora, dos conteúdos noticiosos (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d). Todavia, adicionalmente, a responsabilidade dos jornalistas sobre o produto final aumenta (García Avilés, 2006d).

Uma das grandes críticas apontadas à mudança profissional em estudo é que os jornalistas passam mais tempo “fechados” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à sua atividade profissional (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d; Waldman *et al.*, 2011). Dito por outras palavras, pelo facto de despendem parte do seu tempo na tarefa de edição de imagem, os jornalistas deixam de ter tempo para investigar e confrontar as fontes de informação. No estudo desenvolvido por José Alberto García Avilés e Benvenuto León (2002), a grande maioria dos jornalistas que participaram no preenchimento de um questionário (78% dos jornalistas da TeleCinco e 89,7% dos jornalistas da Antena 3) aponta que, por desempenhar a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos, dispõe de menos tempo para concretizar as referidas tarefas de campo. Por consequência, os jornalistas dão um tratamento superficial aos conteúdos informativos, contribuindo para a diminuição de qualidade destes (Cottle e Ashton, 1999). Por outro lado, os jornalistas não procuram, com a frequência desejável, novos temas informativos, dando primazia aos acontecimentos de agenda e aos facultados pelas agências noticiosas nacionais e internacionais (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c).

Ainda neste ponto, José Alberto García Avilés (2006d), numa investigação realizada nas redações dos canais de 24 horas de notícias da *BBC*, no Reino Unido, e da *RAI*, na Itália, mais concretamente nas redações da *BBC News 24* e da *Rainews*, constatou que os jornalistas

estão a converter-se em “empacotadores” de notícias, tendo menos tempo para contactarem as suas fontes de informação e recorrendo constantemente às técnicas de “cortar e colar” o material audiovisual em bruto disponibilizado, afetando, deste modo, a qualidade dos conteúdos jornalísticos. Assim sendo, a perda de qualidade dos conteúdos editados em vídeo pelos jornalistas em comparação com os montados pelos editores de imagem também é evidenciada por alguns estudos (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006d; Waldman *et al.*, 2011; Pérez Navarro, 2012). Tanto mais que os jornalistas não estão devidamente preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos (Pérez Navarro, 2012).

Por outra parte, quando são os jornalistas a editar em vídeo os seus conteúdos informativos, perde-se o último filtro antes da exibição do conteúdo, ou seja, o olhar do editor de imagem (Boni, 2009; Piveta, 2010; Souza e Piveta, 2011b, 2011c), deixando, igualmente, de ser o primeiro telespetador (Canelas, 2008). A perspetiva do editor de imagem aproxima-se mais à do telespetador, dado que as imagens lhe são cedidas via “perspetiva da câmara” e não “perspetiva do olho/cérebro humano” (Canelas, 2008). Na opinião de Ángel Pérez Navarro (2012), os conteúdos noticiosos montados pelos jornalistas deveriam ser visionados por um editor de imagem antes da sua difusão, de maneira a detetar falhas, quer em termos técnicos quer em termos estéticos, que afetam a qualidade dos conteúdos noticiosos.

No início deste processo, os jornalistas sentiram-se inseguros e, conseqüentemente, os níveis de *stress* aumentaram (García Avilés e León, 2002; Rintala e Suolanen, 2005; Souza e Piveta, 2011a), contribuindo para a perda de qualidade dos conteúdos noticiosos (García Avilés e León, 2002).

Vários estudos indiciam que os jornalistas, ao executarem a função/ tarefa em examinação, ficam mais sobrecarregados de trabalho (Cottle e Ashton, 1999; Pavlik, 2000; García Avilés e León, 2002; Deuze, 2004; Rintala e Suolanen, 2005; García Avilés, 2006a, 2006b, 2006c, 2006d, 2010; Salaverría e García Avilés, 2008). Neste seguimento, ainda que os jornalistas desempenhem mais funções/ tarefas não são compensados financeiramente (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006a, 2006c, 2010; Rintala e Suolanen, 2005; García Avilés, 2006c; Fernandes e Cascais, 2006). As chefias mostram-se confiantes na falta de necessidade de tais estímulos, crendo que a escassez de emprego é um fator suficiente para manter os trabalhadores disponíveis para aderirem ao que as organizações ditarem (Fernandes e Cascais, 2006).

Com os jornalistas a assumir a função/ tarefa de edição de imagem, diversos estudos preveem a extinção do editor de imagem (Lage, 1999; Crocomo, 2001; Boyd, 2001; Piveta, 2010; Scolari *et al.*, 2008; Piveta, 2010; Kneipp e Maciel, 2011; Souza e Piveta, 2011a,

2011c). Para Nilson Lage (1999), em poucos anos, será mais fácil encontrar um repórter de imagem cego a exercer a sua atividade numa redação televisiva do que um editor de imagem. Nesta direção, Fernando Crocomo e Nilson Lage (2001: 2) escrevem que:

Na verdade, tal como ocorreu com a categoria dos gráficos, as equipas de profissionais de nível técnico que operavam os equipamentos analógicos desaparecem. Serão substituídos por técnicos em computação, em menor número, e por jornalistas e produtores que tomam para si tarefas antes atribuídas às equipas de suporte (editores de imagem, operadores de VT, etc).

Ainda sobre esta possibilidade, Florentina Souza e Patrícia Piveta (2011c: 5) afirmam que, no âmbito da produção da informação diária, «a tarefa desempenhada pelo editor de imagem não é mais necessária», uma vez que o jornalista passa a ser responsável pela edição de vídeo. Nalgumas estações de televisão, designadamente nas de pequenas dimensões, os editores de imagem estão a desaparecer (Scolari *et al.*, 2008).

Pelo lado oposto, outros estudos (Rintala e Suolinen, 2005; García Avilés, 2006b) destacam que a profissão de editor de imagem não está em via de extinção. Com os jornalistas televisivos a editar em vídeo conteúdos informativos televisivos mais simples, os editores de imagem dedicam-se à montagem de média e grandes reportagens, ou seja, conteúdos jornalísticos mais exigentes em termos de montagem (García Avilés e León, 2002; Rintala e Suolinen, 2005; Fernandes e Cascais, 2006; García Avilés, 2006b, 2006c, 2006d), onde estes profissionais possam efetivamente aplicar os seus conhecimentos técnicos e, sobretudo, artísticos.

Em termos económico-financeiros, com a implementação desta medida profissional, os operadores de televisão conseguem aumentar a rentabilidade dos seus recursos, nomeadamente os humanos e os técnicos, sem aumentar consideravelmente os custos de produção (García Avilés e León, 2002; Rintala e Suolinen, 2005; García Avilés, 2006c). No que concerne aos recursos humanos, principalmente no contexto dos canais de 24 horas, se os jornalistas não editassem em vídeo uma parte dos conteúdos produzidos pela redação, os operadores de televisão teriam de contratar muitos mais editores de imagem (García Avilés e León, 2002). No que toca aos recursos técnicos, com os jornalistas a editar em vídeo uma parte dos conteúdos noticiosos a partir dos seus computadores, deixa de ser necessário instalar mais salas de montagem (Crocomo, 2001; Crocomo e Lage, 2001).

3. Processo Metodológico

3.1. Introdução à investigação empírica

Tal como foi mencionado no capítulo introdutório deste documento, o presente estudo tem como objetivos gerais determinar e perceber as causas e as consequências de serem os próprios jornalistas televisivos a desempenhar a função e/ou a tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos transmitidos pela televisão.

Neste seguimento, este estudo procura concretizar os seguintes objetivos específicos:

- apurar e entender quais as principais causas que contribuem para que os jornalistas de televisão executem a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos;
- averiguar e compreender as consequências, tanto as positivas como as negativas, desta mudança profissional;
- identificar e perceber as dificuldades dos telejornalistas quando assumem a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, com vista a assinalar as suas necessidades de formação neste domínio;
- verificar a forma como os alunos dos cursos superiores, que formam jornalistas (*Jornalismo* ou afins), estão a ser preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos;
- propor algumas recomendações, no campo do ensino e da formação da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, que possam conduzir a uma melhoria do desempenho dos jornalistas de televisão no exercício desta função/ tarefa.

De forma a alcançar os objetivos gerais e específicos elencados nos parágrafos anteriores, realizou-se uma investigação empírica, já que foi necessário efetuar observações para entender melhor o fenómeno em análise (Hill e Hill, 2002).

Nas secções seguintes, descreve-se o processo metodológico seguido para se desenvolver esta investigação empírica.

3.2. Entrevistas exploratórias

Através da revisão da literatura, embora se tenham encontrado diversos estudos que abordam a temática em análise, verificou-se que não existem muitos que a aprofundem. Por isso, foi necessário preparar e, posteriormente, realizar várias entrevistas exploratórias a profissionais da informação televisiva, nomeadamente a sujeitos que estão diretamente envolvidos na produção de conteúdos informativos televisivos, ou seja, jornalistas, repórteres de imagem e

editores de imagem. Assim, tal como as leituras, as entrevistas exploratórias devem auxiliar o investigador na construção da problemática de investigação, incluindo a conceção dos instrumentos de recolha de dados (Quivy e Campenhoudt, 1998).

Neste âmbito, as entrevistas exploratórias revelam aspetos do fenómeno a investigar em que o investigador não teria espontaneamente refletido por si próprio e, por consequência, complementam as pistas de trabalho resultantes da revisão da literatura (Quivy e Campenhoudt, 1998). Tal como aconselham os autores Raymond Quivy e LucVan Campenhoudt (1998), as entrevistas exploratórias devem decorrer de uma forma muito aberta e flexível. Para além disso, os mesmos autores acrescentam que «as entrevistas exploratórias servem para encontrar pistas de reflexão, ideias e hipóteses de trabalho, e não para verificar hipóteses preestabelecidas» (Quivy e Campenhoudt, 1998: 70). À luz destas recomendações, após alguns contactos informais e preparação das entrevistas exploratórias, entrevistaram-se, nos meses de março e abril de 2011, os seguintes profissionais da informação televisiva: Alberto Frago (jornalista da SIC); Alexandre Leandro (chefe dos editores de imagem da RTP); Ismael Marcos (repórter de imagem da RTP); Jorge Esteves (jornalista da RTP); Jorge Pelicano (repórter de imagem da SIC); Marcelo Sá Carvalho (editor de imagem da RTP); Pedro Coelho (jornalista da SIC, docente universitário e investigador) e Rui Sá (jornalista da RTP).

3.3. Modelo de análise

Após a revisão da literatura e da preparação, realização e análise das entrevistas exploratórias, construiu-se um modelo de análise. O trabalho exploratório teve como propósito alargar a perspetiva de estudo, conhecer a opinião de profissionais da informação televisiva e revelar aspetos da temática e/ou problemática nas quais o investigador não teria pensado por si próprio (Quivy e Campenhoudt, 1998).

A construção de um modelo de análise «é um processo de selecção teórica crucial em qualquer investigação» (Sousa e Baptista, 2011: 48), na medida em que «o seu maior contributo é proporcionar um enfoque teórico e permitir que não haja dispersão do investigador quanto aos conceitos a estudar e respectiva recolha de dados» (Sousa e Baptista, 2011: 48).

De acordo com Raymond Quivy e LucVan Campenhoudt (1998), na conceção de um modelo de análise, o investigador tem de definir os conceitos a utilizar na investigação, com a intenção de evitar as incompreensões e os mal-entendidos. Então, especificam-se os conceitos

expostos na pergunta de partida: **Quais as causas e as consequências de os telejornalistas executarem a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos?:**

Causas entendidas como os fatores que contribuem para que os telejornalistas executem a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos.

Consequências compreendidas como as implicações positivas e negativas provocadas pelo facto de os jornalistas de televisão editarem em vídeo conteúdos informativos televisivos, nos seguintes domínios: nos conteúdos jornalísticos televisivos; na atividade dos profissionais da informação noticiosa, designadamente dos jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem e na entidade empregadora.

Jornalistas televisivos (jornalistas de televisão ou telejornalistas) são considerados, no âmbito desta investigação, os jornalistas que, exercendo a sua atividade profissional numa redação televisiva, produzem conteúdos informativos a serem veiculados nos serviços jornalísticos do(s) canal(ais) de televisão. Todavia, nas redações televisivas, há jornalistas que não concebem conteúdos noticiosos, exercendo outras funções/tarefas, como, por exemplo, apresentadores dos programas jornalísticos (Pivôs), os coordenadores, os editores executivos, entre outros. Por outro lado, existem jornalistas que, embora exerçam a sua profissão numa redação de televisão, dedicam-se à conceção de conteúdos informativos para as versões *online* e não concebem conteúdos jornalísticos para serem emitidos nos blocos informativos dos canais de televisão.

Tal como explicado anteriormente, ainda que os repórteres de imagem e os editores de imagem sejam detentores de carteira profissional de jornalista, nesta investigação quando se menciona jornalista está-se a referir unicamente aos jornalistas redatores.

Edição de imagem, também denominado por **edição de vídeo** e/ou por **montagem**, passa pela execução das operações técnicas e estéticas, quer de imagem quer de som, executadas num sistema de edição de vídeo, com vista à conceção de conteúdos jornalísticos televisivos.

Conteúdos noticiosos televisivos são os conteúdos jornalísticos produzidos por profissionais da informação nas redações televisivas, com o intuito de estes serem veiculados

nos programas informativos dos canais de televisão. No contexto da informação diária, estes conteúdos podem revestir diversas formas²², como sejam: *talking head*, *clip off*, pequena peça noticiosa e reportagem.

Talking head ou, simplesmente, **TH**, também designada por “**boca**”, é uma curta intervenção, declaração ou depoimento, na íntegra ou parte, de uma personalidade que é “lançado” pelo próprio apresentador do programa jornalístico, não havendo desenvolvimento da notícia.

Clip off, também denominado por *off 2* (porque o termo *off* é usado para nomear a voz-off), é uma sequência de imagens geralmente com o correspondente som ambiente, não atingindo um minuto de duração, cuja narração é feita pelo próprio apresentador do programa informativo, ou seja, o texto jornalístico que acompanha as imagens é lido, em direto, pelo Pivô. Este tipo de conteúdo informativo pode ser usado para transmitir uma informação noticiosa com a maior brevidade possível. Por outra parte, tal como refere Carla Cruz (2008: 224), recorre-se ao *clip off* «quando não há material informativo suficiente para construir uma notícia ou quando o evento em causa não suscita mais interesse».

Pequena peça noticiosa, que usualmente não ultrapassa os dois minutos de duração, tem como propósito transmitir uma notícia, tentando responder às seis questões básicas ou, pelo menos, a uma, a saber: o quê, quem, quando, onde, como e porquê (Barroso García, 2001). Porém, este tipo de conteúdo informativo nem sempre exige uma grande investigação nem trabalho de exterior (Oliveira, 2007). Aliás, há pequenas peças jornalísticas televisivas que são construídas unicamente com material fornecido por agências noticiosas, como frequentemente acontece com muitos dos conteúdos informativos referentes à política internacional ou ao desporto.

Reportagem, sendo o género nobre do jornalismo (Sousa e Aroso, 2003), trata os acontecimentos de atualidade com maior profundidade do que a pequena pe-

²² Os termos *talking head* e *clip off* são termos técnicos não oficiais, sendo usados, no contexto da gíria profissional, na redação central da SIC, sediada em Carnaxide. Uma vez que esta redação é o principal objeto de estudo desta investigação, optou-se por se usar esta terminologia.

ça informativa (Jespers, 1998; Barroso García, 2001; Neto, 2009). Assim sendo, uma das principais diferenças entre a pequena peça noticiosa e a reportagem encontra-se na amplitude de tratamento dada aos acontecimentos e aos respetivos factos, verificando-se um maior desenvolvimento e/ou aprofundamento no caso das reportagens (Barroso García, 2001; Neto, 2009). «A reportagem é uma notícia avançada, na medida em que a sua importância é projetada em múltiplas versões, ângulos e indagações» (Vilas Boas, 1996²³, *apud* Neto, 2009: 19). Por norma, uma pequena peça jornalística descreve os factos e, no máximo, as suas consequências. Por seu lado, partindo da própria notícia, a reportagem procura ir mais longe, desenvolvendo uma investigação mais exaustiva. Com efeito, a reportagem apura não unicamente as origens dos acontecimentos, mas as suas causas e consequências (Martins, 1997²⁴, *apud* Neto, 2009). Todavia, presentemente, segundo Jacinto Godinho (2011: 53), «a notícia passou a comandar os ritmos da pequena “reportagem”», acrescentando que «a “reportagem curta” segue a notícia, ilustra-a, testemunha-a e é por esta justificada» (Godinho, 2011: 53).

Para além destes tipos de conteúdos jornalísticos, existem outros tipos, nomeadamente no que diz respeito ao contexto da informação não diária, tais como as médias e as grandes reportagens ou as reportagens especiais. Contudo, como se irá ver mais adiante, os jornalistas televisivos não editam em vídeo estes tipos de conteúdo informativos. Por esse motivo, descreve-se unicamente os tipos de conteúdos noticiosos montados pelos telejornalistas.

²³ Referência completa da publicação: Sérgio Vilas Boas (1996), *O Estilo Magazine: o texto em revista*, São Paulo: Summus.

²⁴ Referência completa do livro: Eduardo Martins (1997), *O Estado de S. Paulo: manual de redação e estilo*, São Paulo: Moderna, 3.^a edição.

Quadro 1 - Modelo de análise

Pergunta de partida: Quais as causas e as consequências de os telejornalistas executarem a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos?		
conceitos	dimensões	variáveis/ indicadores
causas	tecnológica	implementação de sistemas digitais de edição não linear de vídeo nas redações televisivas
	organizacional	melhoria da qualidade dos conteúdos jornalísticos
		surgimento dos canais de 24 horas de informação
	económico-financeira	redução dos custos de produção noticiosa
		otimização dos recursos existentes
	relacionadas com as audiência	atuais necessidades informativas
	concorrencial	outros canais televisivos portugueses de 24 horas de notícias
		outros canais generalistas televisivos portugueses
		outros canais de televisão portugueses transmitidos por cabo/satélite/IPTV/ Web TV
		os novos <i>media</i> , nomeadamente os disponibilizados através da <i>web</i>
formativa	os jornalistas chegam às redações preparados, pelos estabelecimentos do ensino superior para exercer a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos	
consequências	do ponto de vista dos conteúdos noticiosos televisivos	qualidade dos conteúdos noticiosos
		quantidade dos conteúdos jornalísticos
	do ponto de vista dos jornalistas	qualidade dos conteúdos noticiosos
		quantidade dos conteúdos jornalísticos
		questões laborais
		mudanças na atuação dos jornalistas
		relação com os repórteres de imagem
	relação com os editores de imagem	
	do ponto de vista dos repórteres de imagem	relação com os jornalistas
	do ponto de vista dos editores de imagem	relação com os jornalistas
		despedimentos de editores de imagem
		contratação de editores de imagem
		transferência de serviço de editores de imagem
	do ponto de vista da entidade empregadora	dedicação a conteúdos jornalísticos mais exigentes
		aumento da oferta informativa
		redução dos custos de produção
formação dos jornalistas em edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos	formativa	otimização dos recursos existentes
		formação adquirida sobre a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos
		contexto de formação
		frequência de participação em ações de formação
		conhecimentos adquiridos com os editores de imagem
		dificuldades manifestadas pelos jornalistas na edição de imagem de conteúdos informativos televisivos
		oferta formativa no ensino superior
oferta formativa profissional para jornalistas		

hipóteses de investigação:

hipótese 1. Os jornalistas televisivos executam a tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos devido à conjugação de diversos fatores: tecnológicos; organizacionais; económico-financeiros; relacionados com as audiências; concorrenciais; e formativos. Porém, entre estes fatores, os tecnológicos, os organizacionais e os económico-financeiros são os grandes impulsionadores.

hipótese 2. Esta mudança profissional apresenta consequências em diversas vertentes, nomeadamente no conteúdo noticioso televisivo; nas rotinas e práticas profissionais dos jornalistas; noutros profissionais da informação noticiosa televisiva, em particular nos editores de imagem, e na entidade empregadora. Contudo, as consequências mais importantes referem-se à perda de qualidade dos conteúdos jornalísticos.

hipótese 3. Por norma, os recém-formados não saem suficientemente preparados dos cursos de Jornalismo ou afins, ministrados pelos estabelecimentos de ensino superior, para exercer a tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos.

Através da definição do modelo de análise exposto no Quadro 1, procurou-se formular as hipóteses de investigação e operacionalizá-las, selecionando as variáveis/ indicadores a estudar. Seguidamente, planeou-se a investigação empírica de forma a que as hipóteses fossem confirmadas ou informadas.

3.4. Campo de análise e população de estudo

Para se alcançar os objetivos anteriormente delineados e para se verificar as hipóteses formuladas, definiu-se como campo de análise a redação central da SIC, localizada em Carnaxide, uma vez que, entre os operadores generalistas televisivos portugueses, foi a primeira redação informativa onde esta medida foi implementada. Por outro lado, de forma a atestar se, para além da validade interna, esta investigação tem validade externa, também se propôs estudar, embora com menor profundidade, a principal redação da RTP, sedeadada em Lisboa, e da TVI, situada em Queluz de Baixo.

Assim, no mês de abril de 2011, prepararam-se e, posteriormente, enviaram-se, via correio eletrónico, os pedidos de colaboração às direções de informação dos operadores generalistas televisivos portugueses. Em junho do mesmo ano, as direções de informação da SIC e da TVI comunicaram a sua aceitação. Relativamente ao operador público televisivo, apesar da insistência, não se obteve qualquer resposta.

Após a aceitação do pedido de colaboração por parte das direções de informação dos operadores privados de televisão, solicitou-se a possibilidade de entrevistar alguns profissio-

nais da informação televisiva. Deste modo, no caso da redação da SIC, optou-se por entrevistar os seguintes profissionais: Alcides Vieira (diretor de informação); Domingos Ferreira (coordenador dos editores de imagem); Guilherme Lima (chefe dos repórteres de imagem); Aristides Martins (ex-formador de jornalistas no campo da edição de imagem); Jorge Costa (editor de imagem e formador de jornalistas e de editores de imagem no campo da edição de imagem) e Patrícia Moreira (jornalista e formadora dos jornalistas na utilização do sistema digital de edição não linear de vídeo recentemente implementado na redação).

No que diz respeito à redação da TVI, pediu-se para se entrevistar: Mário Moura (um dos diretores adjuntos de informação, sendo o elemento da direção que há mais tempo se encontra na TVI, desde do ano 2000, visto que os restantes elementos, José Alberto de Carvalho, diretor de informação, Judite de Sousa e Maria José Nunes, ambas diretoras adjuntas, ingressaram na redação da TVI em 2011. Para além disso, Mário Moura fez parte de diversas direções de informação deste operador televisivo); João Maia Abreu (diretor de informação na altura em que arrancaram as emissões do canal *TVI24*); António Prata (um dos coordenadores da redação); João Ferreira (chefe dos editores de imagem e formador de jornalistas em edição de imagem) e Rui Romão (um dos coordenadores dos repórteres de imagem e formador na área da captação de imagem).

Estas escolhas recaíram nestes profissionais da informação televisiva, porque, em função do trabalho exploratório anteriormente realizado, considerou-se que fossem os sujeitos mais habilitados para responder às inquietações da presente investigação.

Por outra parte, por forma a aprofundar-se esta investigação, optou-se por efetuar um inquérito por questionário aos profissionais que participam diretamente na produção de conteúdos noticiosos televisivos, na redação da SIC. Desta maneira, a amostra é composta por 69 indivíduos, isto é, **41 jornalistas** (de acordo com o diretor de informação da SIC, Alcides Vieira, este valor corresponde aproximadamente a 50 por cento do total dos jornalistas que produzem conteúdos noticiosos), **15 repórteres de imagem** (segundo o chefe dos repórteres de imagem da SIC, Guilherme Lima, este número representa mais de 50 por cento do total de repórteres de imagem, dado que este setor é formado por 29 profissionais) e **13 editores de imagem** (conforme o coordenador dos editores de imagem da SIC, Domingos Ferreira, este valor corresponde a 86,7 por cento da totalidade dos editores de imagem, já que este setor é composto por 15 profissionais). No que se refere aos métodos de amostragem utilizados para a constituição da referida amostra, foi usada uma amostra intencional.

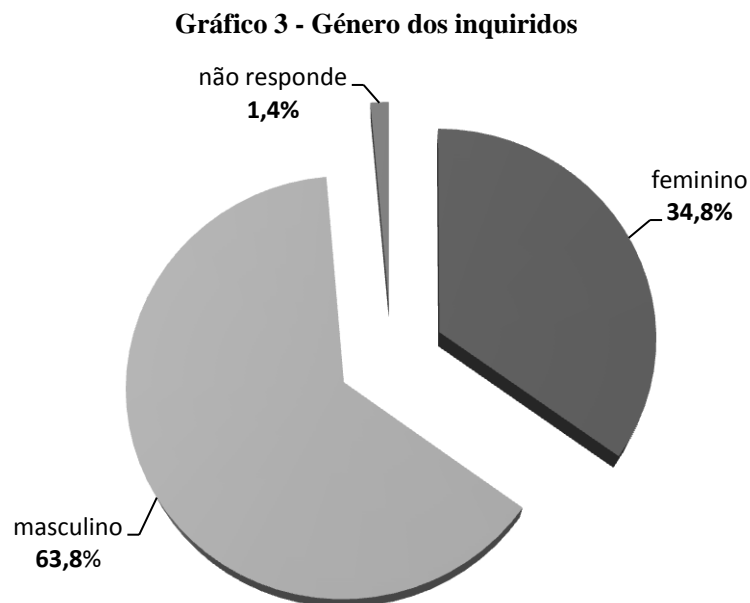
Ainda a este propósito, a precisão dos resultados, que serão apresentados e discutidos neste estudo, seria certamente superior se a presente investigação tivesse englobado toda a

população, em vez de uma amostra. No entanto, tal como referem Maria José Sousa e Cristina Sales Baptista (2011), na maior parte dos casos, investigar a totalidade da população é impraticável, nomeadamente devido a motivos de distância, custo, tempo, logística, entre outros fatores.

3.4.1. Caracterização da amostra

De seguida, caracteriza-se a amostra inquirida, descrevendo-a, num primeiro momento, em termos globais e, num segundo momento, segmentando-a em três classes profissionais, a saber: jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem.

3.4.1.1. Género



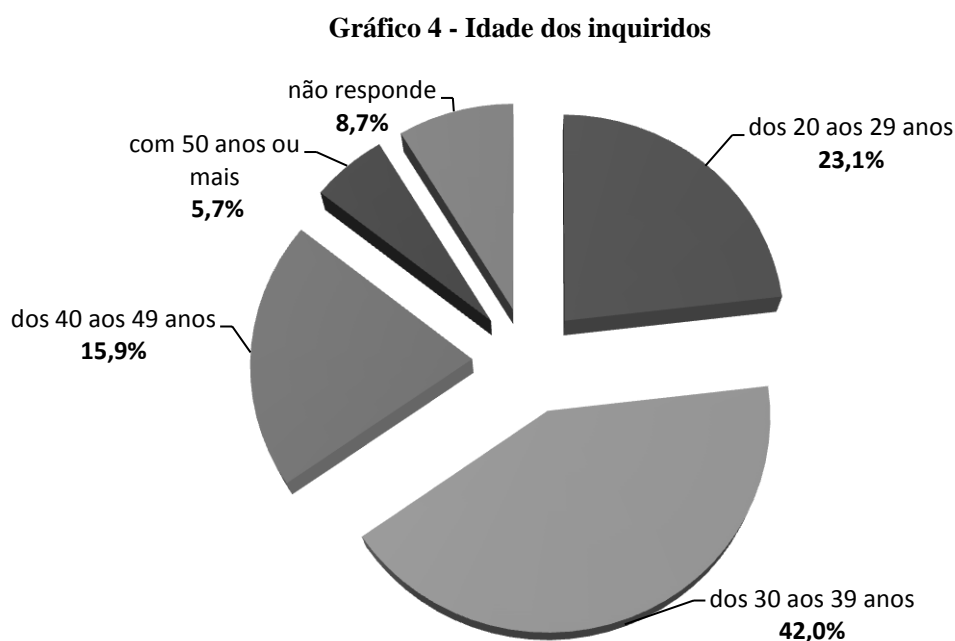
Relativamente ao género dos profissionais da informação televisiva inquiridos, como é visível no Gráfico 3, praticamente dois terços (63,8%) são do género masculino, sendo que este valor percentual está fortemente influenciado pelo número de repórteres de imagem e de editores de imagem que participaram no presente estudo, visto que, de um total de 28 profissionais da imagem, unicamente um é do sexo feminino.

Todavia, a subamostra dos jornalistas inquiridos é constituída por 23 jornalistas do género feminino (56,1%) e por 17 jornalistas do género masculino (41,5%). Aliás, num estudo coordenado por José Rebelo (2011) é evidenciada a crescente feminização das redações noticiosas portuguesas. De acordo com os resultados divulgados no mencionado estudo, no ano de

2009, os jornalistas do género feminino ultrapassavam os 40 por cento. Tanto mais que, nas faixas etárias mais jovens, isto é, dos 20 aos 24 anos e dos 25 aos 29, as mulheres já se encontravam em maioria, atingindo os 59,5 por cento e os 61,7 por cento, respetivamente (Rebello, 2011). Ainda sobre a feminização das redações informativas em Portugal, José Rebello (2011) prevê uma prevalência absoluta do género feminino a curto/médio prazo.

Contudo, tal como já foi destacado, se se tiver em consideração o total dos indivíduos que compõem a amostra deste estudo, observa-se que o género masculino alcança os 63,8 por cento contra os 34,8 por cento do género feminino. Isto deve-se, em grande parte, ao facto de todos os repórteres de imagem e a quase totalidade dos editores de imagem participantes pertencerem ao género masculino. Nesta linha, o setor dos repórteres de imagem é, nas palavras do chefe dos repórteres de imagem, Guilherme Lima, composto por 29 repórteres de imagem, sendo todos os profissionais do género masculino. Por sua vez, o coordenador dos editores de imagem, Domingos Ferreira, menciona que o setor da edição de imagem é formado por 15 editores de imagem, sendo apenas um indivíduo do género feminino. Deste modo, conclui-se que as profissões de repórter de imagem e de editor de imagem são ocupações maioritariamente masculinas. Num estudo desenvolvido, em 2006 e 2007, pelo autor desta tese (Canelas, 2008), tendo como objeto de estudo a realidade da RTP, apurou-se que dos 21 editores de imagem sediados na RTP-Lisboa, apenas quatro eram do género feminino, e na RTP-Porto, dos 15 editores de imagem, só uma era do género feminino. No mesmo estudo, no que concerne aos repórteres de imagem a exercerem a sua atividade profissional nas delegações regionais da RTP, dos 20 repórteres de imagem, só um é que era do género feminino (Canelas, 2008).

3.4.1.2. Idade



No que diz respeito à idade dos respondentes, como se pode constatar pela observação do Gráfico 4, a maior porção (42%) encontra-se na faixa etária dos 30 aos 39 anos. Por outra parte, se se cruzar estes dados com o tempo de trabalho na redação da SIC, verifica-se que uma grande parte destes profissionais foi contratada na altura da preparação do canal *SIC Notícias*. Isto significa que, com o surgimento deste canal televisivo noticioso, houve a necessidade de contratar jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem.

Com idades compreendidas entre os 22 e os 55 anos, a média de idades dos profissionais da informação noticiosa auscultados situa-se nos 36 anos.

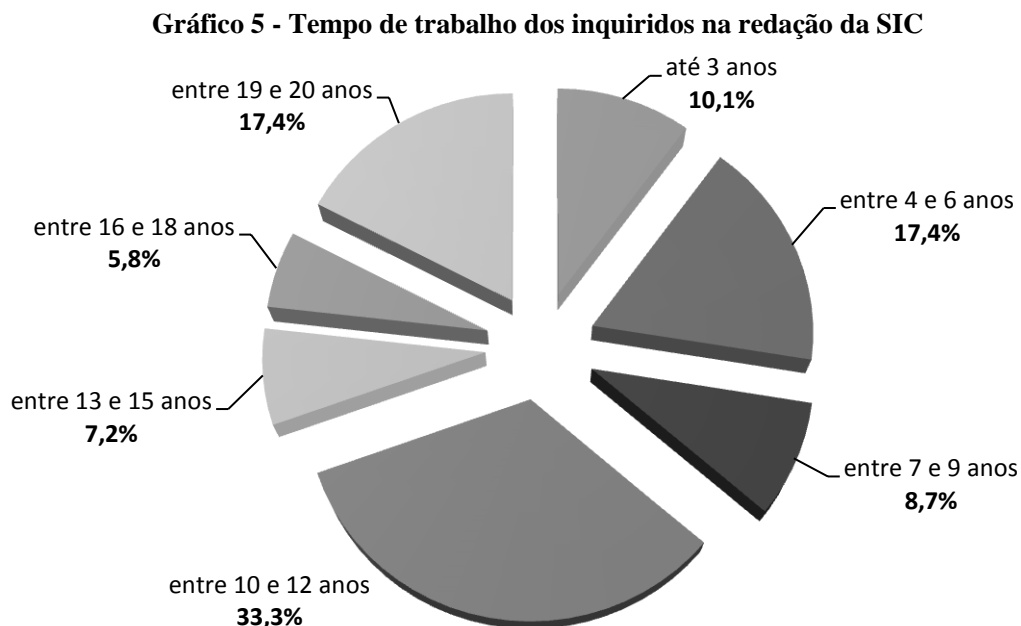
Segmentando estes resultados em classes profissionais, apercebe-se que mais de um terço dos jornalistas inquiridos (34,1%) enquadram-se no escalão etário dos 20 aos 29 anos, ainda uma maior porção de jornalistas (39%) situa-se no grupo etário dos 30 aos 39 anos (39%) e uma pequena parte de jornalistas (19,5%) encontra-se na faixa etária dos 40 aos 49 anos. Uma das justificações para um número mais reduzido de jornalistas no escalão etário dos 40 aos 49 anos (19,5%) poderá ser que é nesta faixa etária que se inserem mais de metade dos jornalistas com funções de editor/chefe/coordenação de redação e de direção (Rebelo, 2011).

Ainda sobre a idade dos jornalistas inquiridos, com idades compreendidas entre os 22 e os 48 anos, a média de idades situa-se nos 34 anos, sendo que a média de idades dos jornalistas do género feminino é de 33 anos e a dos jornalistas do género masculino é de 36 anos.

Quanto aos repórteres de imagem respondentes, as idades variam entre os 29 e os 50 anos, com uma média de idades de 39 anos.

Por último, as idades dos editores de imagem questionados oscilam entre os 26 e os 55 anos, apresentando uma média de idades, tal como os repórteres de imagem, de 39 anos.

3.4.1.3. Tempo de trabalho na redação da SIC



Atendendo aos valores expostos no Gráfico 5, observa-se que um terço dos indivíduos que compõem a amostra inquirida (33,3%) trabalha na SIC entre os 10 e os 12 anos, ou seja, foram contratados na altura em que foi lançado o canal televisivo *SIC Notícias*.

3.4.1.4. Habilitações literárias

Quadro 2 - Habilitações literárias dos jornalistas inquiridos

habilitações literárias	n.º	%
12.º ano	6	14,6
licenciatura	33	80,5
mestrado	2	4,9
TOTAIS	41	100

Como se pode ver no Quadro 2, a esmagadora maioria dos jornalistas auscultados (80,5%) possui com habilitação literária a licenciatura. Por outra parte, destaque ainda para a ausência de jornalistas com o grau de doutor e somente dois com o grau de mestre, o que poderá indicar «alguma incompatibilidade entre a profissão, a prossecução dos estudos e investigação académica» (Gomes, 2009: 73).

Relativamente aos repórteres de imagem e aos editores de imagem não lhes foi perguntado quais as habilitações literárias que possuem.

3.4.1.5. Temáticas noticiosas

Quadro 3 - Temáticas noticiosas trabalhadas pelos jornalistas inquiridos

temáticas noticiosas	n.º	%
cultura	3	7,3
desporto	6	14,6
economia	5	12,2
internacional	7	17,1
justiça	2	4,9
política	2	4,9
sociedade	7	17,1
tecnologia	1	2,4
diversas ²⁵	8	19,5
TOTAIS	41	100

No Quadro 3, afere-se que a amostra está representada por jornalistas de várias temáticas noticiosas, sendo que uma parte significativa dos jornalistas inquiridos (19,5%) assinala que trabalha mais do que uma temática informativa.

Ao contrário dos jornalistas, os repórteres de imagem e os editores de imagem não estão segmentados por temáticas noticiosas. No entanto, tal como foi explicado, quer pelo chefe dos repórteres de imagem, Guilherme Lima, quer pelo coordenador dos editores de imagem, Domingos Ferreira, procura-se escolher o profissional mais indicado para o tipo de trabalho informativo a realizar.

3.4.2. Ensino e formação

De modo a alcançar os objetivos relativos ao ensino e à formação, decidiu-se envolver docentes do ensino superior universitário e do politécnico, quer do ensino público quer do ensino privado, e formadores do Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (CENJOR) que estivessem, de forma direta ou indireta, envolvidos na lecionação no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos para jornalistas.

Assim sendo, através da consulta do *website* da Direção-Geral do Ensino Superior, detetaram-se 26 cursos superiores de Jornalismo ou afins²⁶ (Ciências da Comunicação – variante: jornalismo; Comunicação Social – variante: jornalismo), ao nível do 1.º ciclo, lecionados em

²⁵ Mais do que uma temática noticiosa.

²⁶ Links: <<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/OfertaFormativa/CursosConferentesDeGrau/>> e <<http://www.acessoensinosuperior.pt/indmain.asp?frame=1>>, consultados durante o período de desenvolvimento da presente tese de doutoramento.

Portugal Continental. Porém, de fora desta contagem ficaram outros cursos superiores da área da Comunicação, como sejam o de Comunicação e Relações Públicas ministrado pela Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda ou o de Comunicação Organizacional lecionado na Escola Superior de Educação de Coimbra, entre outros, visto que estes não estão não vocacionados para a preparação dos futuros jornalistas, dando primazia a outros campos da Comunicação.

Relativamente à não inclusão de cursos do 2.º e do 3.º ciclo de estudos em Jornalismo e afins, na presente investigação pretendeu-se, unicamente, analisar a formação base que é fornecida pelos estabelecimentos de ensino superior aos futuros jornalistas, sendo que as limitações temporais, isto é, o tempo destinado à realização desta tese de doutoramento, também influenciou esta opção.

Após a identificação dos diversos cursos superiores de jornalismo e a consulta da informação disponibilizada no *website* de cada curso, procurou-se saber quais é que seriam os docentes mais indicados para colaborar neste estudo. Desta forma, recorrendo à informação acessível nos *websites* de cada curso, conseguiu-se, na maior parte dos casos, identificar o(s) docente(s), bem como o(s) respetivo(s) contacto(s) de correio eletrónico. Nos casos em que não estava disponível esta informação, contactaram-se, por meio de correio eletrónico, os diretores de curso ou os diretores de departamento a solicitar a informação pretendida.

Depois de reunida esta informação, prepararam-se e enviaram-se os pedidos de colaboração, via correio eletrónico, a diversos docentes, cujo pedido foi aceite pelos seguintes docentes: Bruno Silva (Universidade do Algarve, Faro); Carla Cruz (Universidade Técnica de Lisboa); Filipa Cerol Martins (Universidade do Algarve, Faro); Francisco Sousa (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa); Frederico Lopes (Universidade Fernando Pessoa, Porto); Gil Ferreira (Instituto Politécnico de Coimbra); Hugo Gilberto (Instituto Superior da Maia); João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Covilhã); João Simão (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real); Jorge Carvalho (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa); José Manuel Portugal (Universidade de Coimbra); José Rodrigues dos Santos (Universidade Nova de Lisboa); Miguel Ângelo (Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra); Pedro Felício (Instituto Politécnico de Setúbal); Pedro Lima (Universidade Católica Portuguesa, Lisboa); Pedro Pinto (Universidade Autónoma de Lisboa); Rúben Neves (Instituto Politécnico de Lisboa); Sandra Sá Couto (Universidade do Porto); Sónia Lamy (Instituto Politécnico de Portalegre); e Teresa Gouveia (Instituto Politécnico de Viseu).

Neste contexto, analisaram-se 19 cursos superiores ao nível do 1.º ciclo, isto é, cursos que facultam o grau de licenciado. No que diz respeito ao ensino universitário, sete cursos são

ministrados por instituições públicas e cinco por instituições privadas. Desta maneira, os sete cursos do ensino superior universitário público são: *Ciências da Comunicação* da Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, em Vila Real; *Ciências da Comunicação* da Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve; *Ciências da Comunicação – percurso Jornalismo* da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa; *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, na Covilhã; *Ciências da Comunicação – ramo Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade do Porto; *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa e *Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Por sua vez, os cinco cursos superiores lecionados por universidades privadas são os seguintes: *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, no Porto; *Ciências da Comunicação* da Universidade Autónoma de Lisboa; *Ciências da Comunicação e Cultural – especialização em Comunicação Social e Jornalismo* da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa; *Ciências da Comunicação e da Cultura – área Jornalismo e Comunicação e Jornalismo*, ambos cursos lecionados na Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa.

No que toca ao ensino superior politécnico, examinaram-se sete cursos referentes igualmente ao 1.º ciclo, sendo que cinco são oferecidos por instituições públicas e dois por instituições privadas. No ensino superior politécnico público, foram tidos em conta os cursos de *Comunicação Social* das Escolas Superiores de Educação dos Institutos Politécnicos de Coimbra, Viseu e Setúbal, o curso de *Comunicação Social* da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa e o curso de *Jornalismo e Comunicação* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre.

Por último, no que concerne ao ensino superior politécnico privado, investigaram-se dois cursos, nomeadamente o de *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior da Maia e o de *Comunicação Social* do Instituto Superior Miguel Torga, em Coimbra.

No que se refere à formação profissional de jornalistas sobre a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, contactou-se, no dia 27 de maio de 2011, o responsável da formação do CENJOR pela área do jornalismo televisivo, Jorge Nuno Oliveira, o qual manifestou a sua disponibilidade para colaborar na presente investigação. Ainda no caso do CENJOR, houve a oportunidade de entrevistar dois formadores, isto é, João Ferreira e Rui Romão, que para além de serem profissionais da TVI, são formadores no CENJOR.

3.5. Métodos de recolha de dados

No que diz respeito aos métodos de recolha de dados, aplicados na presente investigação, estes foram a entrevista, o inquérito por questionário, a observação direta e a análise documental.

Tal como lembra Nelson Traquina (2000), os métodos de recolha de dados mais tradicionais, como a entrevista ou o inquérito por questionário, começaram a ser utilizados no contexto da investigação do jornalismo nos anos 1950. Ainda segundo o mesmo autor (Traquina, 2000), os mencionados métodos de coleta de dados continuam a ser usados nas investigações do jornalismo, designadamente nos estudos acerca da comunidade jornalística.

A fase de preparação dos instrumentos de recolha de dados é crucial para o êxito da investigação, visto que determina toda a pesquisa de campo, contribuindo para a coleta de dados que tem de ser fiável para tornar a investigação num processo válido e reconhecido pela comunidade científica (Sousa e Baptista, 2011).

3.5.1. Entrevista

A entrevista é um método que recolhe os dados através de conversas orais, individuais ou de grupos, com diversas pessoas cuidadosamente escolhidas (Ketele e Roegiers, 1998). Esta é uma técnica qualitativa que explora um tema a partir da procura de informações, perceções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada (Duarte, 2005). Assim, através deste método de recolha de dados, o investigador pode obter informações e elementos de reflexão muito ricos e matizados, desde que as entrevistas sejam bem preparadas e conduzidas e feitas às pessoas certas (Quivy e Campenhoudt, 1998). Nas entrevistas instaura-se uma verdadeira troca, durante a qual o entrevistado exprime as suas perceções de um acontecimento ou de uma situação, as suas interpretações ou as suas experiências, ao passo que, através das suas perguntas abertas e das suas reações, o investigador facilita essa expressão, evitando que ela se afaste dos objetivos da investigação e permite que o entrevistado aceda a um grau máximo de autenticidade e de profundidade (Quivy e Campenhoudt, 1998).

Na entrevista semiestruturada (Lopes dos Reis, 2010; Sousa e Baptista, 2011), igualmente designada por semidiretiva ou semidirigida (Quivy e Campenhoudt, 1998) ou semiaberta (Duarte, 2005), o investigador segue um conjunto de questões, seguindo ou não uma ordem pré-determinada, oriundas de um quadro teórico, de forma a aprofundar a evolução da popula-

ção em estudo (Lopes dos Reis, 2010). Neste tipo de entrevista, o investigador dá liberdade ao entrevistado, mas não o deixando desviar dos objetivos da investigação. Aliás, o investigador dispõe de uma série de perguntas-guias a propósito das quais é imperativo receber uma informação da parte do entrevistado (Quivy e Campenhoudt, 1998).

Seguindo as recomendações anteriores, prepararam-se os diversos guiões para serem seguidos nas entrevistas semiestruturadas a realizar aos diretores de informação ou diretores adjuntos, chefes ou coordenadores dos editores de imagem, chefes ou coordenadores dos repórteres de imagem, formadores dos jornalistas na área da edição de imagem, docentes do ensino superior e formadores do CENJOR.

3.5.2. Inquérito por questionário

Quando o investigador recorre ao inquérito por questionário, é necessário que tenha em consideração três pressupostos (Foddy, 1996). Primeiro, o investigador define claramente a informação que pretende obter. Segundo, os inquiridos são detentores dessa informação. Terceiro e último pressuposto, os inquiridos podem disponibilizar essa informação no contexto em que a investigação se desenvolve.

Por outra parte, o recurso ao inquérito por questionário é particularmente adequado quando se pretende analisar um fenómeno social que se julga poder compreender de uma forma mais adequada a partir de informações fornecidas pelos indivíduos da população em análise (Quivy e Campenhoudt, 1998). Para além disso, comparativamente com outros métodos de coleta de dados, o inquérito por questionário apresenta uma grande vantagem, isto é, a possibilidade de quantificar uma diversidade de dados e de proceder a inúmeras análises de correlação (Quivy e Campenhoudt, 1998).

No âmbito da presente investigação, começou por ser preparado um questionário para ser aplicado aos jornalistas da redação central da SIC (Anexo 1).

3.5.2.1. Pré-teste do questionário

Quando o investigador dá por terminada a redação do questionário é indispensável garantir que este instrumento de recolha de dados seja de facto aplicável com êxito e que, sobretudo, responda aos problemas colocados na investigação (Ghiglione e Matalon, 1997; Sousa e

Baptista, 2011). Para isso, antes de aplicar o questionário à população ou a uma parte dela, o investigador deve testá-lo previamente em condições reais, ou seja, deve fazer um *pré-teste* (Foddy, 1996; Ghiglione e Matalon, 1997; Quivy e Campenhoudt, 1998; Hill e Hill, 2002; Novelli, 2005; Sousa e Baptista, 2011). Neste contexto, o *pré-teste* compreende uma série de verificações realizadas, de forma a confirmar que o questionário é efetivamente aplicável com sucesso, no que se refere a dar uma resposta real aos problemas levantados pelo investigador (Sousa e Baptista, 2011). Por outro lado, o *pré-teste* do questionário tem por objetivo corrigir possíveis distorções e erros (Novelli, 2005). Neste seguimento, Raymond Quivy e LucVan Campenhoudt (1998) recordam que o questionário é, habitualmente, lido e preenchido pela pessoa inquirida. Deste modo, é fundamental que as questões sejam claras e precisas, isto é, formuladas de tal modo que todos os inquiridos as interpretem da mesma maneira. Consequentemente, o questionário deve ser testado em termos de clareza, ou seja, se os inquiridos irão perceber as questões e se irão conseguir responder; em termos de abrangência, ou melhor, se as questões e as respostas serão capazes de alcançar toda a população; e, por último, em termos de aceitabilidade, quer dizer, no caso de as questões abordarem temas delicados, se esta abordagem será a mais adequada (Quivy e Campenhoudt, 1998). Como salienta Ana Novelli (2005), o *pré-teste* deve ser aplicado a indivíduos da população selecionada nas mesmas condições previstas para a realização da investigação. Por sua vez, Manuela Magalhães Hill e Andrew Hill (2002) lembram que o investigador, antes de aplicar o questionário, o deve mostrar a uma pessoa que conheça bem o tipo de pessoas que fazem parte da população que se pretende investigar e, além disso, deve solicitar a sua opinião sobre a relevância das questões. Os autores opinam que, por vezes, este procedimento permite eliminar questões desnecessárias, bem como formular perguntas mais pertinentes (Hill e Hill, 2002).

Assim, foi pedido aos jornalistas Luís Loureiro (RTP) e Pedro Coelho (SIC), que para além de jornalistas, são docentes do ensino superior e investigadores, que realizassem um *pré-teste* ao questionário. Após a receção das sugestões e recomendações enviadas pelos mencionados jornalistas, bem como pelos professores orientadores, o questionário foi aperfeiçoado.

Relativamente ao seu desenho, foi verificado o correto ajustamento entre os objetivos da presente investigação e o questionário, bem como identificadas as questões que respondem a cada um dos objetivos. Foi igualmente efetuada uma revisão da consistência entre as perguntas e as categorias de resposta e da sequência lógicas das mesmas. Por outra vertente, o *pré-teste* teve como objetivo principal detetar eventuais erros de preenchimento ou ausência de informação.

Deste modo, tendo por base o questionário a ser distribuído pelos jornalistas, foram criados mais dois questionários, um para ser aplicado aos repórteres de imagem (Anexo 2) e outro para ser preenchido pelos editores de imagens (Anexo 3).

3.5.3. Observação direta

Num sentido restrito, a observação direta é um método de recolha de dados baseado na observação visual (Quivy e Campenhout, 1998). Para Raymond Quivy e LucVan Campenhout (1998), os métodos de observação direta são os únicos métodos de investigação que registam os comportamentos no momento em que eles se produzem, sem a mediação de um documento ou de um testemunho, enquanto nos outros métodos utilizados, a entrevista e o inquérito por questionário, os acontecimentos, as situações ou os fenómenos investigados são reconstituídos a partir dos depoimentos dos atores.

Dado que a observação direta é uma técnica de recolha de dados que se baseia na presença do investigador no local (Sousa e Baptista, 2011) e, uma vez que o investigador iria estar presente nas redações centrais da SIC e da TVI, ainda que por pouco tempo, aproveitou-se a oportunidade para se recolher mais alguns dados complementares aos coletados pela realização das diversas entrevistas e pela aplicação dos questionários. Desta forma, através da observação direta planeou-se:

- observar os jornalistas a editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos;
- ter conhecimento dos equipamentos audiovisuais disponibilizados aos jornalistas para montarem os seus conteúdos informativos televisivos;
- ter acesso ao *software* de edição de vídeo usado pelos jornalistas da SIC e da TVI;
- conhecer as diversas salas de montagem e respetivos equipamentos audiovisuais;
- ter acesso ao *software* de edição de vídeo utilizado pelos editores de imagem da SIC e da TVI.

3.5.4. Análise documental

A análise documental é um dos métodos de coleta de dados aplicados na investigação em ciências sociais e humanas (Lopes dos Reis, 2010). Como esclarece Felipa Lopes dos Reis (2010: 80), este método «permite recolher dados e informações que podem ser cruzados com

os resultados de outros instrumentos, como as entrevistas, questionários e observações, que ajudam a confirmar factos observados e respostas fornecidas». Neste sentido, no tocante às causas e às consequências de os jornalistas afetos à redação central da SIC e da TVI editarem em vídeo, optou-se por recorrer a este método de modo a complementar e/ou a verificar os resultados obtidos com a aplicação dos outros métodos de recolha de dados.

Por outra vertente, o uso deste método passou pela recolha e pela análise dos planos de estudos dos cursos superiores examinados, assim como das fichas das unidades curriculares que estão direta e indiretamente relacionadas com o ensino da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos para jornalistas. Igualmente, no que respeita à formação profissional, os planos dos cursos e/ou ações de formação promovidos pelo CENJOR foram alvo de análise.

3.6. Aplicação dos instrumentos de recolha de dados

3.6.1. Realização das entrevistas

Como descrito anteriormente, foi realizado um conjunto de entrevistas a profissionais da informação jornalística da SIC e da TVI, bem como a diversos docentes do ensino superior, quer do ensino universitário quer do ensino politécnico, tanto público como privado, e a formadores do CENJOR. No total, excluindo as entrevistas exploratórias, foram efetuadas mais de três dezenas de entrevistas.

O tempo disponível dos entrevistados da informação televisiva condicionou a duração das entrevistas, pois o fator “tempo” já é há muito tempo um eixo central do campo jornalístico (Schlesinger, 1977-99; Schudson, 1986; Traquina, 1988, 1999). Por exemplo, Michael Schudson (1986) descreve os jornalistas como sendo pessoas com cronamentalidade. Na mesma perspetiva, Philip Schlesinger (1977-99: 178) considera que os jornalistas são «membros de uma cultura cronometrizada». Sendo assim, antes de se iniciar cada entrevista, era perguntado ao entrevistado quanto tempo tinha disponível, de forma a não comprometer os objetivos da entrevista.

Todas as entrevistas feitas presencialmente foram registadas através de um gravador digital de áudio. Esta prática possibilita o registro literal e integral (Duarte, 2005). Deste modo, antes de se dar início de cada entrevista era solicitada autorização para gravar, não tendo existido qualquer recusa. Tal como menciona Jorge Duarte (2005), o uso de um gravador de áudio

evita perdas de informação, minimiza distorções e facilita a condução da entrevista, permitindo fazer anotações acerca de aspetos não verbalizados.

Relativamente às entrevistas aos docentes do ensino superior, das 20 entrevistas efetuadas, nove foram realizadas via videoconferência, recorrendo à aplicação *Skype*, oito presencialmente, duas por *e-mail* e uma por telefone. No caso das entrevistas efetuadas através de videoconferência, o áudio foi registado por uma aplicação informática denominada *Kat MP3 Recorder*.

3.6.1.1. Redação central da SIC

Na redação central da SIC, em Carnaxide, as entrevistas foram realizadas nos dias 10 e 11 de novembro de 2011 (ver Quadro 4).

Quadro 4 - Entrevistas realizadas na redação central da SIC

entrevistado	cargo	data
Alcides Vieira	diretor de informação	11.11.2011
Domingos Ferreira	coordenador dos editores de imagem	10.11.2011
Guilherme Lima	chefe dos repórteres de imagem	10.11.2011
Aristides Martins	ex-formador na área da edição de imagem na altura quando os jornalistas da SIC começaram a editar em vídeo	11.11.2011
Jorge Costa	editor de imagem e formador na área da edição de imagem	11.11.2011
Patrícia Moreira	jornalista e formadora na área da edição de imagem	11.11.2011

3.6.1.2. Redação central da TVI

Na redação central da TVI, em Queluz de Baixo, as entrevistas foram efetuadas no dia 16 de dezembro de 2011 (ver Quadro 5).

Quadro 5 - Entrevistas realizadas na redação central da TVI

entrevistado	cargo	data
Mário Moura	diretor adjunto de informação	16.12.2011
João Maia Abreu	diretor de informação na altura em que arrancaram as emissões da <i>TVI24</i>	16.12.2011
António Prata	coordenador da redação	16.12.2011
João Ferreira	chefe dos editores de imagem e responsável pela formação dada aos jornalistas sobre a edição de imagem	16.12.2011
Rui Romão	coordenador dos repórteres de imagem	16.12.2011

3.6.1.3. Ensino superior

De forma a alcançar os objetivos referentes ao ensino e formação, entrevistaram-se 20 docentes do ensino superior (ver Quadro 6).

Quadro 6 - Entrevistas realizadas a docentes do ensino superior

docente	instituição de ensino superior	data	regime
João Canavilhas	Universidade da Beira Interior, Covilhã	29.04.2011	presencial
José Manuel Portugal	Universidade de Coimbra	20.06.2011	presencial
Gil Ferreira	Instituto Politécnico de Coimbra	20.06.2011	presencial
Francisco Sousa	Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa	21.06.2011	videoconferência
Teresa Gouveia	Instituto Politécnico de Viseu	27.06.2011	presencial
Rúben Neves	Instituto Politécnico de Lisboa	01.07.2011	videoconferência
João Simão	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real	08.07.2011	videoconferência
Miguel Ângelo	Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra	15.07.2011	videoconferência
Pedro Felício	Instituto Politécnico de Setúbal	21.07.2011	videoconferência
Jorge Carvalho	Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa	25.07.2011	videoconferência
Sónia Lamy	Instituto Politécnico de Portalegre	26.07.2011	videoconferência
Bruno Silva	Universidade do Algarve, Faro	29.09.2011	videoconferência
Filipa Cerol Martins	Universidade do Algarve, Faro	29.09.2011	videoconferência
Pedro Pinto	Universidade Autónoma de Lisboa	16.12.2011	presencial
Frederico Lopes	Universidade Fernando Pessoa, Porto	29.12.2011	presencial
Hugo Gilberto	Instituto Superior da Maia	29.12.2011	presencial
Sandra Sá Couto	Universidade do Porto	29.12.2011	presencial
Pedro Bruno Lima	Universidade Católica Portuguesa, Lisboa	03.02.2012	telefonicamente
José R. dos Santos	Universidade Nova de Lisboa	10.01.2013	e-mail
Carlos Cruz	Universidade Técnica de Lisboa	11.02.2013	e-mail

3.6.1.4. Formação profissional

No que se refere à formação profissional de jornalistas sobre a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, no dia 16 de dezembro de 2011, no dia em que o investigador esteve na redação da TVI, entrevistou-se o Jorge Nuno Oliveira. A mencionada entrevista foi realizada nas instalações da TVI, porque o Jorge Nuno Oliveira é, para além de responsável pela formação da área do jornalismo televisivo do CENJOR, jornalista do mencionado operador de televisão privado.

No mesmo dia, também nas instalações da TVI, houve igualmente a oportunidade de entrevistar dois formadores do CENJOR, Rui Romão, que, para além de coordenador dos repórteres de imagem da TVI, é formador no campo da captação de imagem, e João Ferreira,

que, para além de chefe dos editores de imagem da TVI, é formador no campo da edição de imagem de conteúdos jornalísticos televisivos.

3.6.2. Aplicação dos questionários na redação central da SIC

No que diz respeito à aplicação dos questionários aos profissionais da informação noticiosa que exercem a sua atividade profissional na redação central da SIC, os questionários foram ministrados nos dias 10 e 11 de novembro de 2011.

Pese embora tivesse sido muito mais cómodo e económico aplicar os questionários *online*, usando para o efeito uma das diversas aplicações gratuitas, como por exemplo o *Google Docs*, ou enviados através de correio eletrónico ou mesmo através do correio tradicional, optou-se por aplicá-los de forma presencial, porque é frequente os inquiridos interpretarem mal as questões e, geralmente, não existir muita disponibilidade em responder a questionários, principalmente se estes forem extensos. Deste modo, devido à presença do investigador na redação, muito poucos foram os jornalistas que não preencheram o questionário e, quando surgiam dúvidas, era abordado para esclarecer uma ou outra questão. Por outro lado, o investigador está convicto de que se os questionários não tivessem sido aplicados de forma presencial, a taxa de resposta teria sido baixa.

No início do primeiro dia, o investigador foi acompanhado pela secretária do diretor de informação, Marta Silva, à redação e foi apresentado aos jornalistas presentes, explicando os motivos da sua presença. Assim, durante permanência do investigador nesta redação jornalística, teve liberdade total para aplicar os questionários aos jornalistas, tendo sido recolhidos 41 questionários respondidos.

Relativamente à aplicação dos questionários aos repórteres de imagem, o chefe deste setor, Guilherme Lima, teve a amabilidade de distribuir o questionário pelos repórteres de imagem que durante esses dois dias se encontravam de serviço, tendo recebido 15 questionários preenchidos.

Por último, os questionários respondidos pelos editores de imagem foram ministrados pelo coordenador deste setor, Domingos Ferreira, tendo sido recolhidos 13 questionários respondidos.

Na opinião do investigador, obteve-se uma taxa de respostas suficiente para que a análise seja válida. Tal como já foi mencionado, foram recolhidos 69 questionários, sendo 41 preenchidos por jornalistas, 15 por repórteres de imagem e 13 por editores de imagem.

3.6.3. Recolha de dados através da observação direta

Muito embora o tempo de permanência na redação central da SIC não tenha sido muito, ainda assim, através da observação direta, existiu a possibilidade de recolher mais alguns dados complementares aos obtidos pelas entrevistas e pela aplicação dos questionários. Desta forma, observaram-se os jornalistas a editarem em vídeo os seus conteúdos noticiosos; teve-se acesso ao editor de vídeo que foi utilizado desde o início até ao presente pelos jornalistas da SIC, o *Sony ClipEdit*; teve-se acesso ao editor de vídeo que foi recentemente instalado na redação e nas salas de edição de vídeo, o *Sony XPRI NS*; visitaram-se as diversas salas de montagem usadas pelos editores de imagem; entre outras.

Ainda nesta redação, o investigador assistiu a uma ação de formação sobre a utilização do sistema digital de edição não linear de vídeo, *Sony XPRI NS*, dirigida a um pequeno grupo de jornalistas, cuja ação foi orientada pela jornalista Patrícia Moreira.

Embora o investigador só tenha estado um dia na principal redação da TVI, através da observação direta recolheu mais algumas informações com o propósito de complementar os dados obtidos através das entrevistas realizadas.

3.6.4. Recolha de documentos

No decorrer do desenvolvimento da presente investigação recolheram-se da *web* diversos documentos que mereceram uma análise cuidada, tais como: comunicados preparados e divulgados pelo Sindicato dos Jornalistas sobre o facto de os jornalistas montarem em vídeo conteúdos informativos televisivos; manuais dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo implementados nas duas redações em análise; notícias publicadas por órgãos de comunicação social referentes ao tema em estudo; relatórios de contas dos Grupos Impresa e Media Capital, dos quais fazem parte os operadores televisivos SIC e TVI, respetivamente; entre outros documentos, cujas fontes vêm identificadas nas referências bibliográficas, no item com a denominação de *outros documentos*.

Durante os anos letivos 2010/11 e 2011/12, recolheram-se os planos de estudos de 19 dos cursos superiores (ver Quadro 7), bem como as fichas das unidades curriculares que, direta ou indiretamente, estão relacionadas com a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos.

Quadro 7 - Planos de estudos analisados

curso	instituição de ensino superior
Ciências da Comunicação	Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve, Faro
Ciências da Comunicação	Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, Covilhã
Ciências da Comunicação	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Fernando Pessoa, Porto
Ciências da Comunicação	Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Nova de Lisboa
Ciências da Comunicação	Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Ciências da Comunicação	Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa
Ciências da Comunicação	Universidade Autónoma de Lisboa
Ciências da Comunicação	Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real
Ciências da Comunicação	Instituto Superior da Maia
Ciências da Comunicação e Cultura	Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Lisboa
Ciências da Comunicação e Cultural	Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa
Comunicação e Jornalismo	Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Lisboa
Comunicação Social	Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu
Comunicação Social	Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra
Jornalismo	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Jornalismo e Comunicação	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre

3.7. Tratamento e análise dos dados recolhidos

O objetivo do tratamento e análise dos dados reunidos consiste em verificar se as informações recolhidas validam as hipóteses formuladas, ou seja, se os resultados obtidos correspondem aos resultados esperados (Lopes dos Reis, 2010).

Após a recolha de dados, houve a necessidade de se proceder à sua seleção, uma vez que, como referem Maria José Sousa e Cristina Sales Baptista (2011: 107), «não sendo possí-

vel analisar toda informação recolhida, o investigador terá de seleccionar aquela que tem maior importância e que seja mais relevante para dar resposta às questões da investigação».

3.7.1. Tratamento e análise dos dados obtidos através das entrevistas

De acordo com Jorge Duarte (2005), é aconselhável transcrever com alguma brevidade os dados recolhidos através das entrevistas, com o intuito de aproveitar melhor o conteúdo, visto que o ambiente e as respostas estão mais vivos na memória e as inferências, contextualização e análise são imediatas. Escutar e transcrever a gravação ajuda o investigador a entender nuances, pormenores e questões que o ajudarão em novas entrevistas, até mesmo na correção de alguns erros de condução (Duarte, 2005). Esta prática é uma oportunidade de aprender com a própria entrevista, por exemplo, identificar aspetos que não ficaram registados e/ou iniciar a estruturação do trabalho (Duarte, 2005).

Assim sendo, após a realização das entrevistas, os ficheiros de áudio contidos no gravador digital de áudio foram transferidos para um computador. Todos os ficheiros de áudio foram renomeados, ficando cada um identificado com o nome do entrevistado, respetiva função profissional e data de realização da entrevista.

As referidas entrevistas foram analisadas através do *software NVivo*. O mencionado programa informático auxilia os investigadores no tratamento e análise de dados qualitativos (Bazeley, 2007; Lage, 2011). Deste modo, através deste *software*, transcreveram-se as ideias que iam ao encontro dos objetivos da investigação.

3.7.2. Tratamento e análise de dados obtidos através da aplicação dos questionários

Tradicionalmente, os dados recolhidos por meio de um inquérito por questionários são sujeitos a uma análise estatística (Quivy e Campenhoudt, 1998). Consequentemente, a análise estatística de dados é essencial no campo da investigação, na medida em que ajuda o investigador a reduzir, organizar, avaliar, interpretar e comunicar a informação numérica, facultando métodos e meios que possibilitam provar ou refutar a existência de relação entre duas ou mais variáveis (Lopes dos Reis, 2010).

Após a aplicação dos questionários aos profissionais da informação da redação central da SIC, foi necessário analisar toda a informação recolhida. Para esta tarefa é aconselhado o uso de um programa informático, sendo o *software SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)* um dos mais usados e, por consequência, mais recomendados (Hill e Hill, 2005; Ferin, 2008; Lopes dos Reis, 2010; Martins, 2011).

Tal como alerta Carla Martins (2011), a conceção de um ficheiro de dados no *software SPSS* é crucial para o manuseamento fácil, intuitivo, correto e seguro das variáveis na hora da realização da análise quantitativa. Porém, construir um ficheiro de dados requer conhecimentos e, principalmente, tempo (Martins, 2011). Assim, antes de criar o ficheiro de dados, o investigador teve de lembrar conhecimentos sobre o uso do mencionado *software* de tratamento estatístico, tendo recorrido a diversas publicações (Hill e Hill, 2002; Ferin, 2008; Martins, 2011).

Depois da referida reaprendizagem, criou-se um ficheiro de dados no *software SPSS*, tendo sido definido nesta etapa: a designação de cada variável; o tipo de variável; a escala de medida da variável (nominal, ordinal ou intervalar); entre outras definições inerentes a este processo. Foi investido muito tempo e energia nesta conceção, porque o investigador está ciente de que a elaboração de um ficheiro de dados é um passo determinante para que o mesmo funcione como uma base sólida para a análise de dados, para que os resultados obtidos sejam de qualidade e de confiança (Martins, 2011). Nesta lógica, «quanto mais completo e descritivo estiver o ficheiro de dados, mais fácil se tornará o raciocínio do investigador no delineamento da sua estratégia analítica e mais facilitada será a leitura dos resultados obtidos» (Martins, 2011: 44).

Seguidamente, foram inseridos todos os dados contidos nos 69 questionários preenchidos, que entretanto foram organizados por classes profissionais (jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem) e cada questionário respondido foi devidamente numerado. Esta numeração é recomendada, porque a primeira variável a constar no ficheiro de dados deverá ser uma variável numérica que identifique cada um dos inquiridos, permitindo que exista uma correspondência entre cada linha do ficheiro de dados e o correspondente suporte em papel através do qual foram recolhidos os dados (Martins, 2011).

Depois de inseridos os dados no ficheiro do *software SPSS*, avançou-se para a fase da análise de dados, tendo se efetuado uma análise estatística dos dados. Tendo por base a mencionada análise estatística, foram elaborados os gráficos e os quadros expostos no ponto seguinte.

Ainda neste ponto, importa referir que a análise efetuada não é meramente quantitativa, mas também qualitativa. Neste sentido, como sublinha Isabel Ferin (2008), embora a natureza quantitativa dos dados recolhidos, o *software SPSS* tem uma base qualitativa, visto que resulta de uma construção teórica do investigador, materializada na elaboração de variáveis.

3.7.3. Tratamento e análise dos dados obtidos através da observação direta

Relativamente à análise dos dados obtidos pela utilização do método da observação direta, recorreu-se à análise de conteúdo das observações efetuadas, cujo teor foi registado em suporte papel. Através da mencionada análise de conteúdo, foram retiradas as ideias que fossem ao encontro dos objetivos da presente investigação.

3.7.4. Tratamento e análise dos dados obtidos através da análise documental

A análise dos documentos recolhidos passou essencialmente pela consulta e leitura atenta de forma a recolher as ideias que fossem ao encontro dos objetivos da presente investigação.

Ainda neste ponto, foram examinados os 19 planos de estudos dos cursos superiores, bem como as fichas das unidades curriculares que focam de uma maneira direta ou indireta a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, de modo a verificar a forma como os alunos dos cursos superiores, que formam jornalistas (*Jornalismo* ou afins), estão a ser preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

No que toca às fichas das unidades curriculares, pretendeu-se perceber quais os conteúdos programáticos lecionados nestas unidades curriculares.

4. Resultados e Discussão

Neste capítulo, apresentam-se e discutem-se os resultados extraídos do tratamento e da análise dos dados recolhidos. Geralmente, os Resultados e, respetiva, Discussão são expostos separadamente, mas, por vezes, podem formar um único capítulo (Oliveira, 2011). Deste modo, por forma a facilitar a compreensão dos resultados apurados, optou-se, para além da sua apresentação, por discuti-los simultaneamente.

Por outro lado, expor os resultados sob diferentes formas contribui para a qualidade das interpretações, já que a expressão gráfica e a estatística descritiva dos resultados são muito mais do que elementares métodos de apresentação de resultados (Quivy e Campenhoudt, 1998). Não obstante, esta exposição diferenciada não pode substituir a reflexão teórica, uma vez que é a única a facultar critérios explícitos e estáveis para a recolha, a organização e, acima de tudo, a interpretação dos resultados, assegurando a coerência e o sentido do conjunto da investigação (Quivy e Campenhoudt, 1998).

4.1. Resultados introdutórios

4.1.1. Tempo de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos por parte dos jornalistas da SIC

Quadro 8 - Há quanto tempo é que edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?

anos	n.º	%
1	1	2,4
2	5	12,2
3	1	2,4
4	8	19,5
5	3	7,3
6	4	9,8
7	3	7,3
8	3	7,3
9	2	4,9
10	6	14,6
11	5	12,2
TOTAIS	41	100

Observando os resultados inseridos no Quadro 8, apura-se que os jornalistas da SIC, que tiveram a amabilidade de preencher o questionário, começaram a editar em vídeo conteúdos informativos televisivos há 11 anos²⁷, isto é, no ano 2000, na altura em que foi preparado o

²⁷ Lembra-se que estes dados foram recolhidos nos dias 10 e 11 de novembro de 2011.

lançamento do canal televisivo *SIC Notícias*, cujas emissões tiveram o seu arranque no dia 8 de janeiro do ano seguinte. Esta informação foi confirmada pelo diretor de informação da estação de Carnaxide. Como esclarece Alcides Vieira, foi criada uma redação para a *SIC Notícias*, independente da redação da SIC enquanto canal generalista, e foram os jornalistas da redação do canal noticioso que primeiro iniciaram a edição de vídeo de conteúdos noticiosos televisivos. Como se irá ver mais adiante, no caso da SIC, verifica-se uma relação direta entre o surgimento e, posterior, funcionamento do canal noticioso e os telejornalistas assumirem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos.

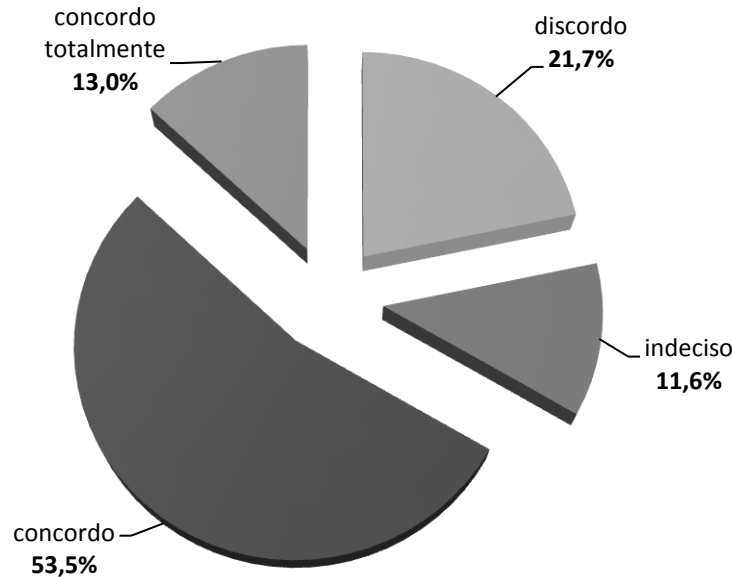
Ainda a este propósito, Alcides Vieira sublinha que a SIC foi o primeiro operador generalista televisivo português a criar as condições necessárias para que os jornalistas televisivos, de uma forma generalizada e contínua, desempenhassem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos.

Retomando os resultados expostos no Quadro 8 e cruzando-os com os dados referentes ao tempo que os jornalistas trabalham na SIC, observa-se que nem todos os jornalistas inquiridos começaram a editar em vídeo no início. Por exemplo, quatro jornalistas, que exercem a sua atividade profissional na redação da SIC entre os 17 e os 19 anos, só começaram a editar em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos muito mais tarde. Uma das explicações deve-se ao facto de que os jornalistas, que estavam afetos à redação da SIC enquanto canal generalista, só começaram a editar em vídeo conteúdos informativos a partir de 2003. Neste ano, mais concretamente no mês de novembro, verificou-se a fusão entre a redação da SIC enquanto canal generalista e a redação da *SIC Notícias* numa única redação noticiosa.

No caso da redação central da TVI, de acordo com o diretor adjunto de informação entrevistado, Mário Moura, e com o chefe dos editores de imagem, João Ferreira, os jornalistas desta redação começaram a editar em vídeo conteúdos informativos televisivos em 2004.

4.1.2. Nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos

Gráfico 6 - Qual o seu nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?



Conforme o Gráfico 6, constata-se que dois terços dos profissionais da informação televisiva auscultados (66,5%) concordam (53,5%) ou concordam totalmente (13%) com o facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos. Pelo lado inverso, pouco mais de um quinto dos sujeitos inquiridos (21,7%) discordam com esta prática profissional.

Em termos de classes profissionais, afere-se que a vasta maioria dos jornalistas respondentes (80,5%) concorda (65,9%) ou concorda totalmente (14,6%) com o desempenho da função/ tarefa em análise. Ainda nesta questão, foi pedido aos inquiridos, através de uma pergunta aberta, que justificassem a sua resposta. Assim, uma parte significativa de jornalistas concorda ou concorda totalmente com o facto de exercer esta função/ tarefa, porque esta prática profissional **agiliza os processos de produção noticiosa televisiva**, reduzindo o tempo gasto na conceção de conteúdos informativos e, conseqüentemente, permitindo disponibilizá-los com a maior brevidade possível e aumentando a sua quantidade. No entanto, alguns jornalistas alertam que só devem editar em vídeo conteúdos informativos televisivos que não exijam uma montagem muito complexa, ou seja, os jornalistas só devem montar *talking heads*, *clips off* e pequenas peças noticiosas, reconhecendo que os conteúdos jornalísticos televisivos que necessitam de uma edição de vídeo mais cuidada e complexa devem ser montados pelos editores de imagem.

Por outro lado, mesmo alguns dos jornalistas indecisos e discordantes reconhecem que o facto de os jornalistas editarem em vídeo alguns dos conteúdos agiliza o processo produtivo informativo. Porém, a resposta que reuniu um maior consenso prende-se com a perda de qualidade dos conteúdos informativos televisivos, na medida em que os jornalistas admitem que não estão tão bem preparados como os editores de imagem para exercer esta função/ tarefa.

Relativamente aos repórteres de imagem auscultados, praticamente três quartos (73,3%) concordam (53,3%) ou concordam totalmente (20%) com esta prática profissional. Tal como os jornalistas questionados, a maior porção dos repórteres de imagem inquiridos entende que esta prática profissional contribui para agilizar a produção de conteúdos televisivos informativos.

Por parte dos editores de imagem, a maioria (61,5%) discorda com o facto de os telejornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos. Não é de estranhar estas respostas, visto que os editores de imagem veem o seu posto de trabalho em perigo e veem a sua atividade a ser realizada por profissionais que não estão tão bem preparados como eles. Tanto mais que a grande parte dos editores de imagem afirma que os jornalistas não estão preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

A este respeito, Domingos Ferreira, que para além de chefe dos editores de imagem da SIC, é também editor de imagem, refere que, em termos informativos rápidos e simples, concorda com o facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos informativos televisivos, mas chama a atenção para a perda de qualidade do produto final. Contudo, na opinião de Domingos Ferreira, os jornalistas televisivos só devem editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos que não exijam uma montagem muito complexa, como sejam os *talking heads* e os *clips off*.

Apesar dos resultados expostos no Gráfico 6, tal como recorda o diretor de informação da SIC, quando esta medida foi implementada na redação da *SIC Notícias*, em 2000, e quando, em novembro de 2003, a redação da SIC Generalista se fundiu com a redação da *SIC Notícias* numa única redação jornalística, e, com efeito, também os jornalistas da SIC enquanto canal generalista tiveram de começar a editar em vídeo conteúdos informativos televisivos, houve alguma resistência por parte de profissionais da informação noticiosa, nomeadamente jornalistas e editores de imagem, isto é, os principais agentes afetados por esta medida. Todavia, Alcides Vieira diz que foi uma situação perfeitamente normal, porque as mudanças criam ansiedade e instala-se um clima de incerteza. Nesta linha, o coordenador dos editores de imagem da SIC lembra que os editores de imagem não reagiram muito bem, já que estes profissionais acharam que iria haver perda de qualidade nos conteúdos noticiosos televisivos montados pelos jornalistas e, por consequência, a sua profissão iria ficar desvalorizada. No entanto, com o

passar do tempo, quer os jornalistas quer os editores de imagem foram apercebendo-se que este era o caminho a seguir. Por exemplo, o jornalista Pedro Coelho, que fez parte da mencionada resistência, hoje reconhece que seria impossível que uma redação noticiosa televisiva “alimentasse” um canal de 24 horas de notícias se uma parte dos conteúdos noticiosos não fosse montada pelos jornalistas televisivos.

A mesma situação sucedeu na principal redação da TVI, sediada em Queluz de Baixo. Mário Moura destaca que, quando a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos foi imposta aos jornalistas, houve resistência por parte de alguns jornalistas. Em relação aos editores de imagem da TVI, de acordo com o chefe deste setor, João Ferreira, alguns também não aceitaram muito bem a implementação desta medida, dado que consideraram que a qualidade dos conteúdos jornalísticos televisivos poderia diminuir drasticamente.

Na mesma linha, algumas investigações, que tiveram como campo de estudo redações noticiosas televisivas europeias (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e León, 2002; García Avilés *et al.*, 2004; García Avilés, 2006c), indicam que é perfeitamente normal que haja alguma resistência por partes dos profissionais da informação jornalísticas, uma vez que a mudança provoca um sentimento de incerteza. A título exemplificativo, na principal redação da BBC, sediada em Londres, aquando da introdução dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo na redação e, por consequência, com os jornalistas a começar a editar em vídeo os seus conteúdos noticiosos, também houve uma relutância inicial por parte de alguns jornalistas (Cottle e Ashton, 1999). Na redação do operador televisivo espanhol Telemadrid, a maior contestação partiu dos editores de imagem, pois viam o seu posto de trabalho em perigo (García Avilés e León, 2002; García Avilés *et al.*, 2004). Contudo, esta mudança profissional é melhor aceite pelos jornalistas do que pelos editores de imagem, visto que estes últimos temem pelo seu posto de trabalho (Rintala e Suolonen, 2005).

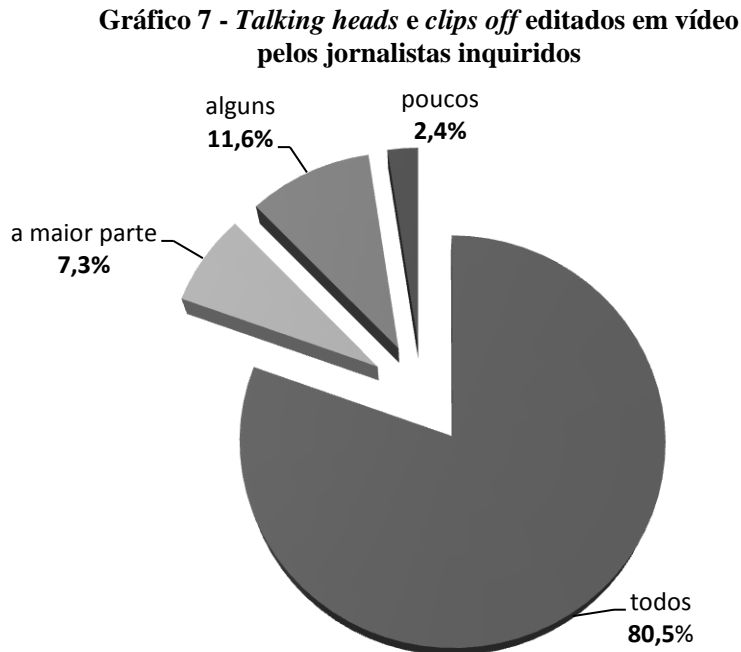
Alguns estudos (García Avilés *et al.*, 2004; Diaz Noci e Larrañaga Zubizarreta, 2010) mostram que, por vezes, a constatação chega a envolver os sindicatos ou grupos representantes dos diversos profissionais da informação televisiva. Nesta perspetiva, o Sindicato dos Jornalistas, através de um comunicado intitulado «*Apelo do SJ aos Jornalistas da SIC*», publicado no dia 18 de novembro de 2001, expressou a sua preocupação com os possíveis despedimentos dos editores de imagem da SIC, solicitando que os jornalistas manifestassem a sua solidariedade para com os seus colegas de trabalho. Ainda neste comunicado, o Sindicato dos Jornalistas alertou os jornalistas da SIC «para o facto de a empresa poder estar a tomar medidas e acções concretas tendentes a dar como irreversível a dispensa de trabalhadores, em virtude de uma suposta inutilidade funcional» (Sindicatos dos Jornalistas, 2001: 1). Para o Sindicato dos Jor-

nalistas (2001), a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos não faz parte das funções dos jornalistas, pelo que não é legítimo exigir a estes profissionais a execução desta tarefa. Noutro documento, publicado no ano em que os jornalistas da SIC enquanto canal generalista começaram também eles a montar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, o Sindicato dos Jornalistas (2003) menciona que com a implementação do sistema digital de edição não linear de vídeo, mais concretamente o *software ClipEdit*, na redação da SIC, em Carnaxide, através do qual os próprios jornalistas editam em vídeo alguns dos conteúdos noticiosos, os editores de imagem são a próxima “classe” a sofrer cortes, ou seja, despedimentos.

Outros estudos (García Avilés *et al.*, 2004; Scolari *et al.*, 2008) demonstram que são os jornalistas televisivos mais velhos que apresentam mais resistência às mudanças laborais, principalmente quando estas redefinições estão relacionadas com uso das novas tecnologias da informação e da comunicação. Geralmente, os jornalistas com mais idade têm a tendência de rejeitar as novas tecnologias, já que não se sentem tão à-vontade como os telejornalistas mais jovens (García Avilés *et al.*, 2004). Pelo lado oposto, os jornalistas mais jovens encaram esta mudança profissional como uma oportunidade para progredir profissionalmente, dito por outros termos, subir na carreira (García Avilés *et al.*, 2004). Desta forma, parece existir uma oposição generalizada que divide os jornalistas televisivos mais novos, para quem a polivalência e o uso das tecnologias digitais é uma situação perfeitamente natural (jornalistas nativos digitais), dos telejornalistas mais velhos que tiveram de enfrentar um processo de reciclagem ou reconversão (por serem jornalistas emigrantes digitais) (Scolari *et al.*, 2008).

4.1.3. Conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas da SIC

4.1.3.1. *Talking heads* e *clips off*



Curiosamente, ambas questões obtêm os mesmos resultados, por esse motivo se expõe um único gráfico. Para além disso, os jornalistas questionados marcam sempre a mesma resposta nos dois itens. Assim, segundo o Gráfico 7, a esmagadora maioria dos jornalistas inquiridos (80,5%) edita em vídeo a totalidade dos *talking heads* e dos *clips off*, sendo que são os jornalistas mais jovens (dos 20 aos 29 anos) (100%) que mais sinalizam que montam a totalidade destes tipos de conteúdos noticiosos. Pelo lado inverso, são os jornalistas com mais idade (com 40 ou mais anos) (37,5%) que menos assinalam que editam em vídeo todos os *talking heads* e os *clips off*. De qualquer maneira, importa sublinhar que todos os jornalistas respondentes (100%) montam *talking heads* e *clips off*.

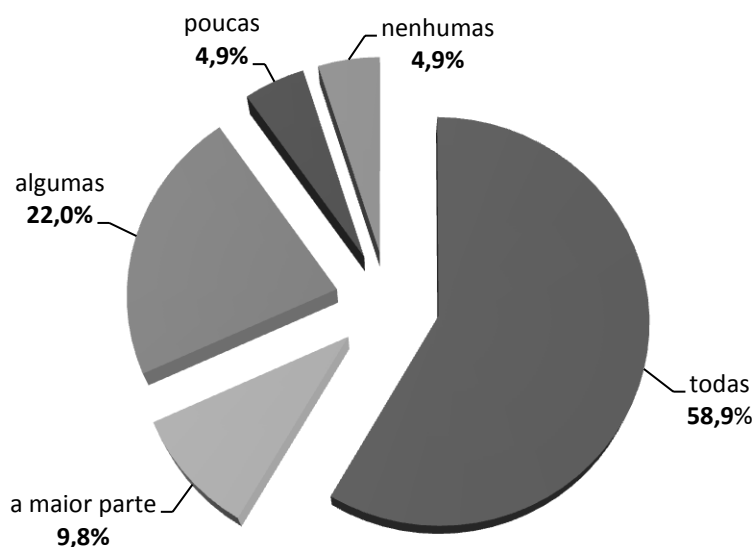
Nas palavras do diretor de informação da SIC, a quase totalidade dos jornalistas da principal redação SIC edita em vídeo conteúdos informativos televisivos, nomeadamente *talking heads* e *clips off*. Estes dois tipos de conteúdos informativos, tal como foi referido pelos diversos entrevistados, requerem, tanto em termos técnicos como em termos estéticos, uma montagem muito básica, estando ao alcance dos jornalistas.

Ainda a este propósito, Alcides Vieira evidencia que a grande parte dos *talking heads* e dos *clips off* difundidos nos vários programas noticiosos da SIC, quer do canal SIC Generalista quer do canal informativo *SIC Notícias*, é montada pelos próprios jornalistas. Porém, ainda

segundo o diretor de informação da estação de Carnaxide, os jornalistas da SIC produzem mais *talking heads* e *clips off* para os serviços informativos da *SIC Notícias*, dado que estes tipos de conteúdos jornalísticos são emitidos com maior frequência nos blocos informativos do canal noticioso do que nos programas jornalísticos da SIC enquanto canal generalista, privilegiando a difusão de pequenas peças noticiosas e reportagens.

4.1.3.2. Pequenas peças noticiosas

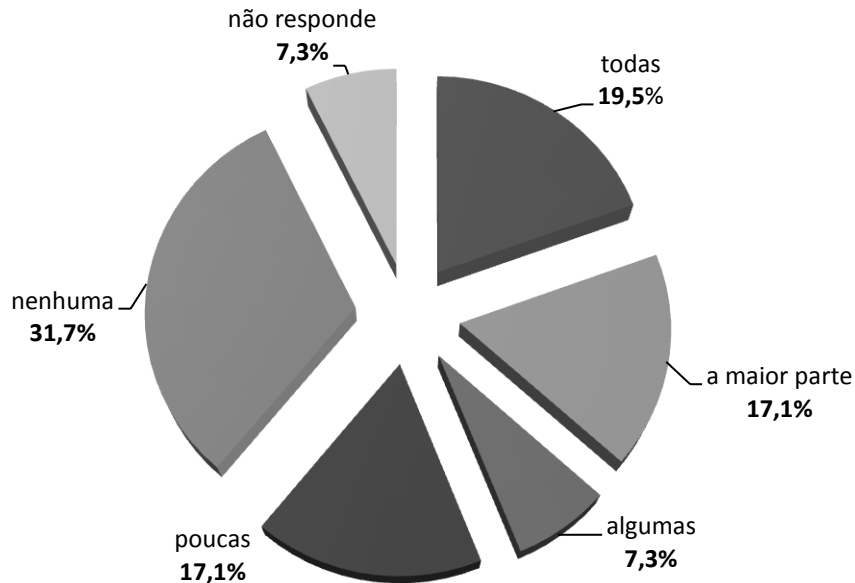
Gráfico 8 - Pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas inquiridos



Segundo o Gráfico 8, verifica-se que mais de dois terços dos jornalistas auscultados (68,3%) apontam que editam em vídeo todas (58,5%) ou a maior parte (9,8%) das suas pequenas peças informativas. Ainda assim, uma parte considerável dos jornalistas sondados (22%) menciona que só monta algumas pequenas peças noticiosas. Também neste ponto, são os jornalistas mais jovens (78,6%) (dos 20 aos 29 anos) que mais referem que executam a edição de imagem da totalidade das suas pequenas peças noticiosas, enquanto os jornalistas mais velhos (25%) (com 40 ou mais anos) são os que menos assinalam este item. É relevante destacar que as respostas obtidas no item “nenhumas”, ainda que poucas, apenas duas, foram dadas pelos jornalistas com mais idade (com 40 ou mais anos).

4.1.3.3. Reportagens

Gráfico 9 - Reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas inquiridos



No Gráfico 9 observa-se que praticamente um terço dos jornalistas interrogados (31,7%) indica que não edita em vídeo as suas reportagens. Ao contrário de outros conteúdos noticiosos televisivos, as reportagens exigem uma edição de imagem mais cuidada, necessitando de operações mais complexas de montagem, sendo editadas, na maior parte das vezes, por editores de imagem. Mesmo assim, mais de um terço dos jornalistas questionados (36,6%) respondem que editam em vídeo todas (19,5%) ou a maior parte (17,1%) das suas reportagens.

Interessa realçar que, segundo as respostas obtidas, são os jornalistas mais novos (dos 20 aos 29 anos) que mais montam as suas reportagens, enquanto os jornalistas mais velhos (com 40 ou mais anos) são os que menos as editam em vídeo. Assim, a maioria dos jornalistas com mais idade (62,5%) declara que não monta reportagens.

Quanto ao género, são os jornalistas do sexo masculino que mais reportagens editam em vídeo, já que 47 por cento destes assinalam que montam todas (23,5%) ou a maior parte (23,5%) das suas reportagens, face aos 30,4 por cento registados pelas jornalistas do sexo oposto, em 17,4 por cento apontam todas e 13 por cento indicam que a maior parte.

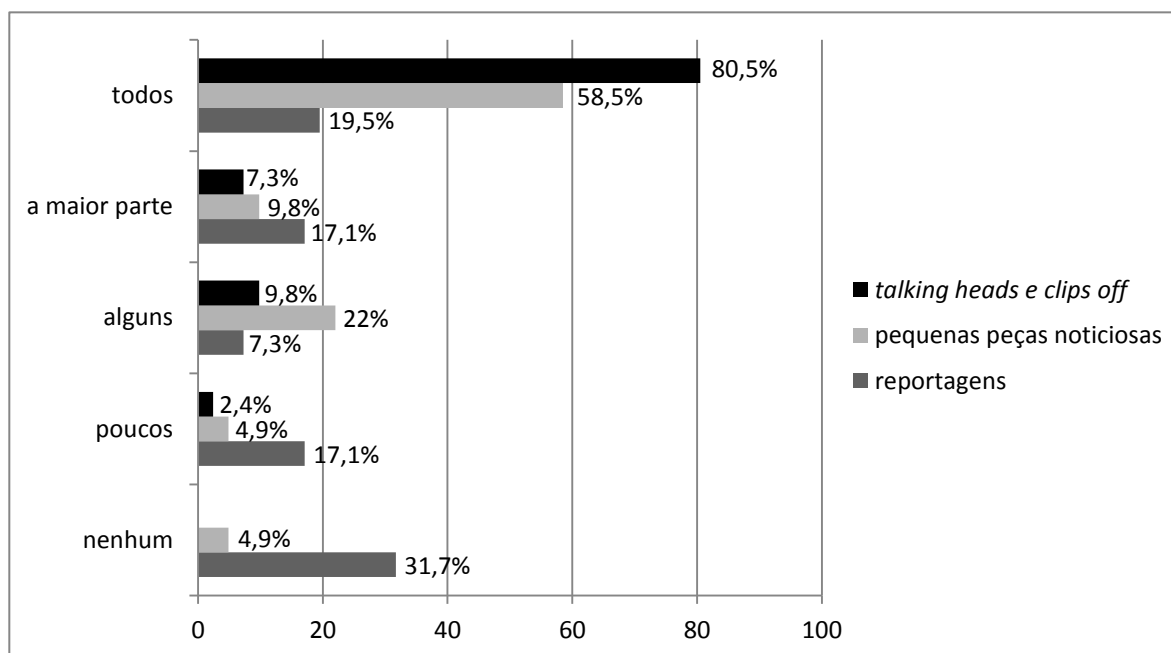
Em 2003, na altura em que os jornalistas da SIC Generalista começaram também eles a editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, o diretor de informação da estação de televisão sediada em Carnaxide assegurava que «só as peças mais simples serão montadas no *ClipEdit*» (in Público, 10 novembro de 2003), ou seja, unicamente os conteúdos noticiosos televi-

sivos que não exijam uma edição de vídeo muito complexa serão editadas em vídeo pelos jornalistas. Alcides Vieira reconhece que «há coisas que têm de ser feitas com os editores de imagem para ter mais qualidade de imagem e de som» (*in Público*, 10 novembro de 2003), que é o caso das reportagens.

O diretor de informação da SIC frisa que a maioria dos conteúdos jornalísticos difundidos pelos programas informativos deste operador de televisão enquanto canal generalista, designadamente no ‘Primeiro Jornal’ e no ‘Jornal da Noite’, continua a ser montada pelos editores de imagem. Adicionando que a grande parte dos conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas é transmitida nos diversos serviços informativos da *SIC Notícias*.

De forma a facilitar a comparação entre conteúdos noticiosos televisivos montados pelos jornalistas da SIC, apresenta-se o Gráfico seguinte.

Gráfico 10 - Conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas inquiridos



No caso da TVI, de acordo com Mário Moura, no contexto da informação diária, a grande maioria dos jornalistas edita em vídeo conteúdos noticiosos, não só os *talking heads* e os *clips off*, mas também as pequenas peças informativas e as reportagens. Segundo António Prata, presentemente, todos os jornalistas da TVI, que trabalham na informação diária, têm, pelo menos, a capacidade mínima para editar em vídeo. Tanto mais que, nas palavras de António Prata, uma boa parte dos conteúdos informativos transmitidos nos vários programas noticiosos diários da TVI, quer enquanto canal generalista quer enquanto canal informativo, é montada pelos jornalistas.

4.2. Causas

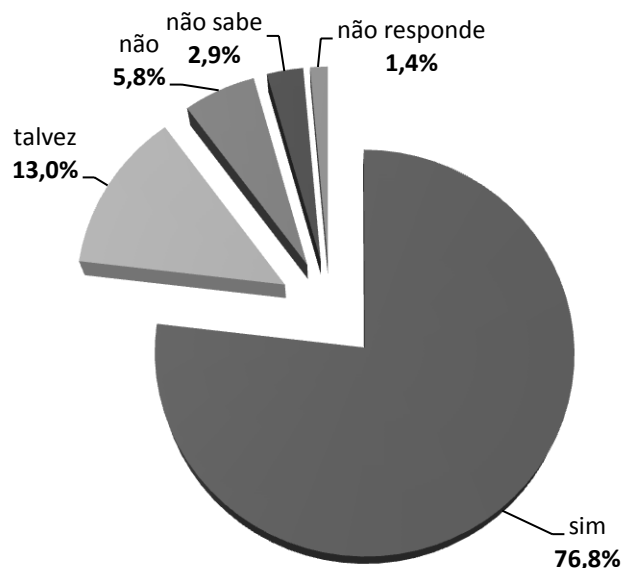
Tal como esta investigação tentará demonstrar, os jornalistas editam em vídeo conteúdos noticiosos televisivos devido à conjugação de diversos fatores, como sejam: tecnológicos; organizacionais; económico-financeiros; relacionados com as audiências; e concorrenciais.

4.2.1. Fatores tecnológicos

Como já foi referido, a tecnologia sempre desempenhou um papel fundamental no jornalismo, na medida em que a produção, a difusão e a receção de conteúdos noticiosos sempre estiveram dependentes de fatores tecnológicos (Cottle e Ashton, 1999; Pavlik, 2000, 2011; Lage, 2001; García Avilés, 2006c, 2007b; Salaverría e García Avilés, 2008). Como se irá ver já de seguida, os avanços tecnológicos, designadamente a implementação dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo nas redações noticiosas televisivas, baseados, por um lado, em editores de vídeo com interfaces amigáveis e de utilização simples, e, por outro, em servidores de vídeo com grande capacidade de armazenamento e ligados em rede, são fatores determinantes para que os jornalistas editem em vídeo conteúdos informativos televisivos.

4.2.1.1. Disponibilização de um editor de vídeo com uma interface amigável e de uso simples

Gráfico 11 - Os jornalistas editam em vídeo devido aos avanços tecnológicos, nomeadamente a disponibilização de um editor de vídeo com uma interface amigável e de uso simples?



Observando o Gráfico 11, apura-se que a generalidade dos profissionais da informação inquiridos (89,8%)²⁸ considera que os avanços tecnológicos, mormente a disponibilização de um editor de vídeo com uma interface amigável e de uso simples, mas com as ferramentas necessárias para que os jornalistas editem em vídeo os seus conteúdos informativos, contribuem decisivamente para a mudança profissional em estudo. Pelo lado oposto, importa evidenciar que apenas uma minoria (5,8%) é que não reconhece que a disponibilização de um editor de vídeo intuitivo contribuiu para que os jornalistas televisivos editem em vídeo conteúdos informativos de natureza noticiosa. Esta minoria corresponde a quatro respostas, das quais uma é dada por um jornalista e três por editores de imagem.

Sobre esta questão, o diretor de informação da SIC destaca que os fatores impulsionadores que contribuem para que os jornalistas da SIC editem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos são os avanços tecnológicos, especialmente o desenvolvimento dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo. Deste modo, na ótica de Alcides Vieira, deve haver um melhor aproveitamento das potencialidades das novas tecnologias da informação e da comunicação a favor do jornalismo. Neste sentido, na sua opinião, a edição de vídeo por computador é o que permite que os telejornalistas editem em vídeo, acrescentando que, embora não fosse impossível, através dos sistemas de edição lineares de vídeo, seria muito mais difícil os jornalistas montarem os seus conteúdos informativos televisivos. Por um lado, seria necessário investir em novas máquinas de montagem e, por outro, o processo de aprendizagem seria muito mais difícil por parte dos jornalistas.

Para Alcides Vieira, os atuais sistemas digitais de edição não linear de vídeo são tão acessíveis que não “roubam” muito tempo aos jornalistas, afirmando «se a tecnologia fosse “pesada” e muito complexa, o tempo que era dedicado à montagem ou à pesquisa de imagens comprometia a própria investigação noticiosa. Mas como a tecnologia é acessível e é de fácil uso, não há uma grande perda do tempo disponível para se fazer a notícia que seja roubada à investigação jornalística, o que é o essencial – buscar os factos, confirmá-los, fazer a estória e publicá-la» (entrevista a Alcides Vieira, 05:30 – 06:30). Desta maneira, Alcides Vieira atribui uma grande importância à tecnologia, declarando que «é a tecnologia que permite isso» e que seria um erro não aproveitar as potencialidades oferecidas pelas tecnologias da informação e comunicação.

Neste contexto, no ano 2000, aquando da preparação do lançamento do canal *SIC Notícias*, foi implementado na redação deste canal informativo um sistema digital de produção e

²⁸ Este valor corresponde à soma dos valores das respostas “sim” e “talvez”, uma vez que a resposta “talvez” é interpretada como um “sim”, mas sem terem a certeza.

difusão de notícias denominado por *NewsBase*, cujo sistema foi desenvolvido e comercializado pela empresa japonesa *Sony*. O *NewsBase* proporcionava três editores de vídeo, a saber: o *DNE-2000*; o *DNE-700*; e o *ClipEdit* (Sony, 2000b). O *DNE-2000* foi o editor de vídeo instalado nas salas de montagem, tendo sido usado pelos editores de imagem da SIC até finais de março de 2012. Este editor de vídeo disponibilizava as ferramentas e os recursos avançados de edição de vídeo para a produção de conteúdos jornalísticos televisivos (Sony, 2000a; 2000b).

Figura 1 - Interface do editor de vídeo *Sony DNE-2000*



Fonte: Sony (2000a: 6).

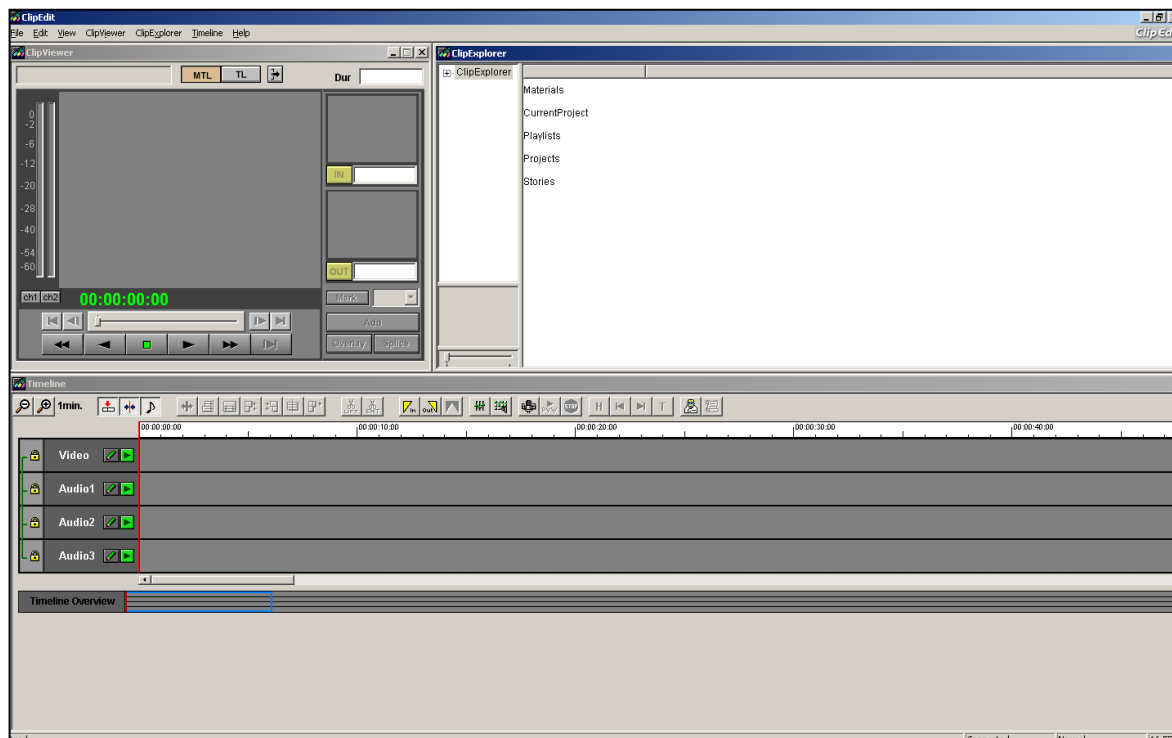
Até à implementação do primeiro sistema digital de edição não linear de vídeo, ou seja, desde o surgimento da SIC, em 1992 até finais de 2000, os editores de imagem da redação central da SIC montavam os conteúdos informativos através de um sistema de edição linear de vídeo baseado em *Betacam*.

Relativamente ao editor de vídeo *Sony DNE-700*, de acordo com o coordenador do setor da edição de imagem, este não foi instalado na redação da SIC.

Por último, o *Sony ClipEdit* foi o editor de vídeo disponibilizado aos jornalistas, tendo sido instalado em praticamente todos os computadores presentes na redação. Assim, os jornalistas editam em vídeo a partir dos seus próprios computadores, sendo a voz-off gravada numa pequena sala de áudio. Este editor de vídeo proporcionava apenas as ferramentas e os recursos

mais básicos de edição de vídeo. Segundo o fabricante deste sistema (Sony, 2000b), este editor de vídeo foi concebido para ser utilizado essencialmente por jornalistas televisivos.

Figura 2 - Interface do editor de vídeo Sony ClipEdit



Fonte: Imagem cedida pela SIC.

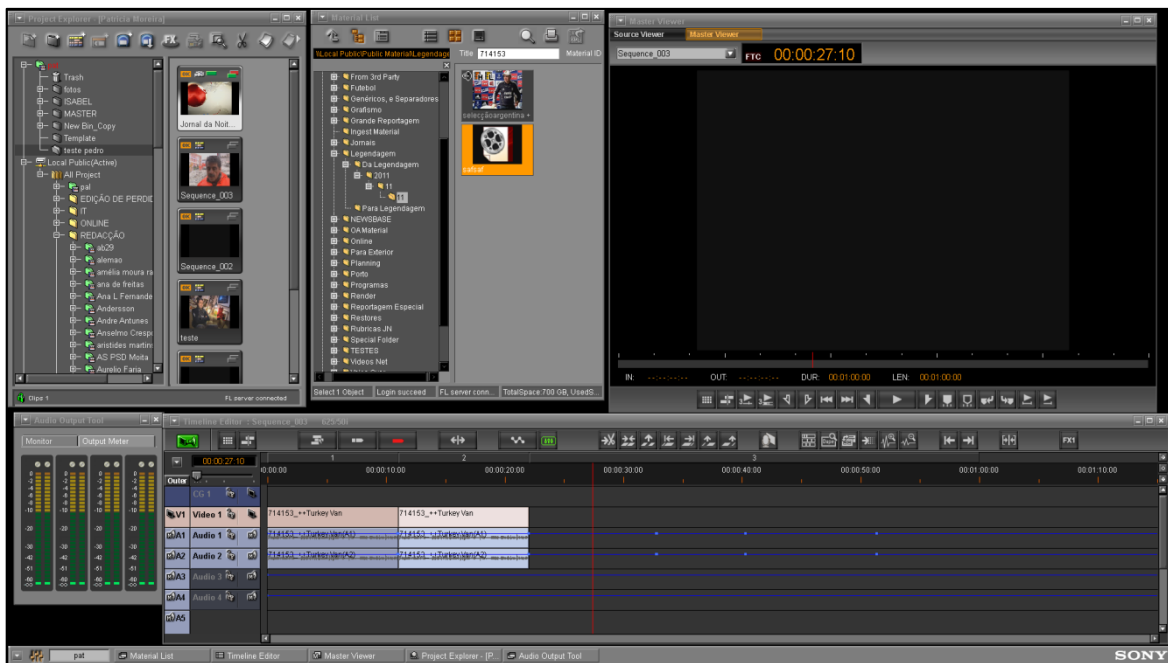
Ainda a este respeito, é importante referir que durante aproximadamente três anos, entre os anos 2000 e 2003, só a redação da *SIC Notícias* é que disponha do editor de vídeo *Sony ClipEdit*, isto é, unicamente os jornalistas afetos a esta redação informativa é que montavam conteúdos informativos televisivos. Contudo, com a fusão das redações da SIC, enquanto canal televisivo generalista, e da *SIC Notícias*, em novembro de 2003, numa única redação noticiosa, também os jornalistas da redação da SIC Generalista começaram, a partir desta altura, a editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, usando o editor de vídeo *Sony ClipEdit*.

Este editor de vídeo foi usado pelos jornalistas da SIC durante mais de 11 anos, desde 2000 até finais de março de 2012, ou seja, até que o sistema de produção e transmissão de notícias *NewsBase* foi desmantelado, tendo sido substituído por outro sistema de produção e difusão de notícias.

Assim, durante o ano 2011 e os primeiros meses de 2012, foi instalado um novo sistema de produção e emissão de conteúdos informativos designado por *SONAPS*, também desenvolvido e comercializado pela *Sony*. De acordo com o fabricante (Sony, 2010a, 2010b), o sis-

tema *SONAPS* disponibiliza um editor de vídeo poderoso e de fácil utilização, o *Sony XPRINS*.

Figura 3 - Interface do editor de vídeo *Sony XPRINS*



Fonte: Imagem cedida pela SIC.

Este sistema de produção e difusão de notícias foi escolhido pelos profissionais da informação jornalística da SIC, tendo a direção de informação nomeado uma comissão, composta por representantes dos jornalistas, editores de imagem, entre outros profissionais da informação noticiosa televisiva para escolher o novo sistema. Segundo o diretor de informação da SIC é importante que sejam os profissionais que irão usar o sistema a escolhê-lo, uma vez que conhecem melhor que ninguém as suas necessidades. Sobre esta prática, alguns estudos (García Avilés e León, 2002; García Avilés *et al.*, 2004; García Avilés, 2006c) mostram a importância de envolver os profissionais da informação televisiva na escolha do sistema de edição de vídeo, visto que vão ser eles a utilizá-lo. Desta forma, existe uma maior aceitação por parte dos profissionais da informação noticiosa. Por outra parte, ainda mais importante, a seleção do sistema tem de ter em conta as necessidades dos seus utilizadores (García Avilés *et al.*, 2004).

O editor de vídeo *Sony XPRINS* é utilizado pelos editores de imagem e pelos jornalistas. No entanto, a versão disponibilizada aos editores de imagem é muito mais completa do que a versão usada pelos jornalistas, dispondo de mais ferramentas e recursos de montagem. Ainda nesta vertente, os editores de imagem trabalham em alta resolução, enquanto os jornalistas laboram em baixa resolução. Tal como é explicado pelo coordenador dos editores de imagem,

a baixa resolução permite que, por um lado, haja diversos profissionais da informação jornalística a trabalhar simultaneamente o mesmo material audiovisual e, por outro, os ficheiros audiovisuais em bruto ocupem menos espaço no servidor de vídeo.

No caso da redação central da TVI, Mário Moura também evidencia os avanços tecnológicos como fatores determinantes para que os jornalistas da TVI editem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, referindo que estes profissionais da informação televisiva só começaram a editar em vídeo os seus conteúdos informativos a partir do momento em que a redação foi informatizada durante o ano 2003. Com idêntica perspetiva, António Prata considera que são os avanços tecnológicos, nomeadamente o desenvolvimento de editores de vídeo de uso simples, que levam os jornalistas a editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

Deste modo, durante o ano de 2003, foi implementado na redação um sistema digital de edição não linear de vídeo da empresa britânica *Quantel*. Este sistema de edição de vídeo disponibiliza, entre outros, os editores de vídeo *sQ Cut* e *sQ Edit* que, no contexto da produção da informação diária da TVI, são utilizados quer pelos editores de imagem quer pelos jornalistas, sem qualquer diferença. De acordo com o chefe dos editores de imagem da TVI, estão distribuídas, pela redação, aproximadamente 60 estações de trabalho dedicadas exclusivamente à edição de vídeo, dispondo do editor *sQ Cut* ou do *sQ Edit*. Assim, os jornalistas da TVI não editam em vídeo a partir dos computadores que usam para executar as outras tarefas noticiosas, como sejam a pesquisa ou o contacto com as fontes de informação, mas recorrendo a estações de trabalho dedicadas exclusivamente à edição de vídeo. Porém, as referidas estações de trabalho de edição de vídeo encontram-se localizadas mesmo ao lado dos computadores usados pelos jornalistas. Tal como é esclarecido por João Ferreira, os sistemas de edição de vídeo da *Quantel* são sistemas fechados, isto é, são compostos por *software* e *hardware* próprios. Desta maneira, ao contrário de outros editores de vídeo que funcionam praticamente em todos os computadores, os editores de vídeo da *Quantel* só podem ser instalados em computadores próprios.

Outra particularidade prende-se com o facto de os textos jornalísticos serem gravados a partir do posto de trabalho, ou seja, na redação, e não, tal como acontece na principal redação da SIC, numa sala de gravação de som. A qualidade do som é assegurada pelo uso de um microfone superunidirecional.

Figura 4 - Uma jornalista da TVI a montar através de um editor de vídeo da *Quantel*

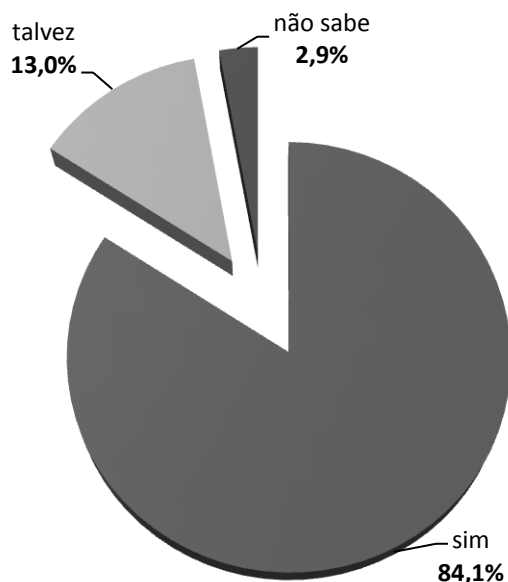


Fonte: Quantel (2008: 2).

Para além dos dois editores de vídeo usados na produção da informação diária, os editores de imagem da TVI dispõem, nas salas de pós-produção de vídeo, de editores de vídeo muito mais completos, denominados *sQ Edit Plus* e *PaintBox*, igualmente da *Quantel*, dispondo das ferramentas e recursos de edição de vídeo mais avançada, adequados para trabalhos mais complexos como sejam as médias e as grandes reportagens ou as reportagens especiais.

4.2.1.2. Instalação de servidores de vídeo na redação televisiva

Gráfico 12 - Os jornalistas editam em vídeo devido aos avanços tecnológicos, nomeadamente a instalação de servidores de vídeo na redação televisiva?



Como se pode verificar pela observação do Gráfico 12, a quase totalidade dos sujeitos inquiridos (97,1%) entende que a instalação de servidores de vídeo na redação noticiosa televisiva contribui para que os jornalistas editem em vídeo conteúdos informativos televisivos. Por outra parte, nenhum sujeito que compõem a amostra assinala a resposta “não” e apenas dois respondentes (2,9%) indicam que “não sabe”.

É pertinente sublinhar que a totalidade dos jornalistas auscultados (100%) aponta o uso de servidores de vídeo na redação televisiva como razão para estes editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

Tudo leva a crer que, se, nas redações, não estivessem implementados sistemas de edição não linear de vídeo, os jornalistas não editariam em vídeo conteúdos informativos televisivos de uma forma generalizada. Tal como sublinha o diretor de informação da SIC, seria impraticável instalar, na redação, as ilhas de edição linear de vídeo necessárias para que os jornalistas editassem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, porque os equipamentos audiovisuais ocupam muito espaço (pelo menos dois monitores, um leitor de vídeo, um gravador de vídeo e uma consola), são muito caros, devido aos equipamentos audiovisuais necessários, e o uso deste tipo de equipamentos requer muitos conhecimentos técnicos, exigindo um grande processo de aprendizagem por parte dos profissionais.

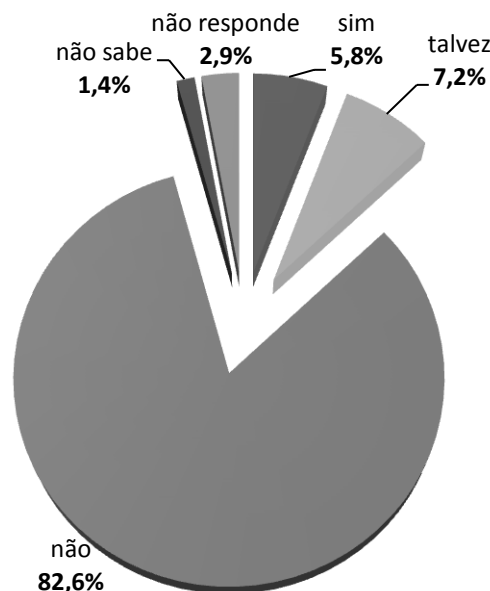
Os resultados apurados nos dois itens anteriores vão ao encontro dos resultados obtidos em outros estudos (Boucher, 1999; Cottle e Ashton, 1999; Crocomo e Lage, 2001; Lage, 2001;

García Avilés e León, 2002; Rintala e Suolainen, 2005; García Avilés, 2006a, 2006b, 2006c, 2006d, 2010; Curzon, 2007; Silcock, 2007; Cabral, 2008; Crocomo, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Boni, 2009, 2010; García Avilés *et al.*, 2009; Vizeu e Cabral, 2009; Aguilar-Gutiérrez e López-De-Solís, 2010; Souza e Piveta, 2011a, 2011b; Waldman *et al.*, 2011; Filho e Correia, 2012; Pérez Navarro, 2012), assinalando que o facto de os jornalistas assumirem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos é uma das principais consequências da digitalização das redações informativas televisivas, designadamente devido à implementação de sistemas digitais de edição não linear de vídeo, facultando um editor de vídeo com uma interface amigável e de utilização simples e baseado em servidores de vídeo com grande capacidade de armazenamento e ligados em rede.

4.2.2. Fatores organizacionais

4.2.2.1. Melhorar a qualidade dos conteúdos jornalísticos televisivos

Gráfico 13 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de melhorar a qualidade dos conteúdos noticiosos televisivos?



Como sugerem os resultados exibidos no Gráfico 13, na opinião da esmagadora maioria dos inquiridos (82,6%), as chefias da SIC, ao atribuírem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos televisivos de cariz informativo aos jornalistas, não têm o propósito de melhorar a

qualidade dos mesmos. Por norma, os profissionais da informação noticiosa televisiva, designadamente os jornalistas e os repórteres de imagem, reconhecem que os editores de imagem são os indivíduos que melhor estão preparados para editar em vídeo conteúdos informativos televisivos. Por consequência, em termos formais, onde se inclui a construção das narrativas audiovisuais noticiosas, são os conteúdos jornalísticos televisivos montados pelos editores de imagem que apresentam mais qualidade.

Porém, o diretor de informação da SIC defende que, na atualidade, a rapidez com que são disponibilizados os conteúdos noticiosos televisivos é um critério de qualidade muito valorizado pelas audiências, desde que a qualidade jornalística não seja colocada em causa. Deste modo, no atual contexto informativo, para Alcides Vieira, os conteúdos jornalísticos televisivos que chegam primeiro aos públicos são os que têm mais qualidade. A este propósito, Nelson Traquina (2004: 77) escreve que «num campo marcado pela concorrência, a importância deste valor estabelece a própria lei do ganho do jornalismo: quem ganha é quem primeiro dá a notícia». Como se irá ver mais adiante, com a aplicação desta medida, as chefias da SIC pretendem que os conteúdos informativos televisivos sejam disponibilizados às suas audiências com a maior brevidade possível.

Por outra vertente, a diversidade na oferta é outro aspeto relacionado com a qualidade muito importante (Lopes, 1999, 2008; Cádima, 2002; Brandão, 2010; Sena, 2011). Tal como evidencia Nuno Goulart Brandão (2010: 107), «a informação televisiva de qualidade implica que exista diversidade de contextualização, de temáticas e de territórios (...)». Desta forma, como se irá ver mais à frente, com a implementação desta medida, as chefias da SIC procuram aumentar a diversidade da oferta noticiosa e não apenas da informação diária, mas também da informação não diária.

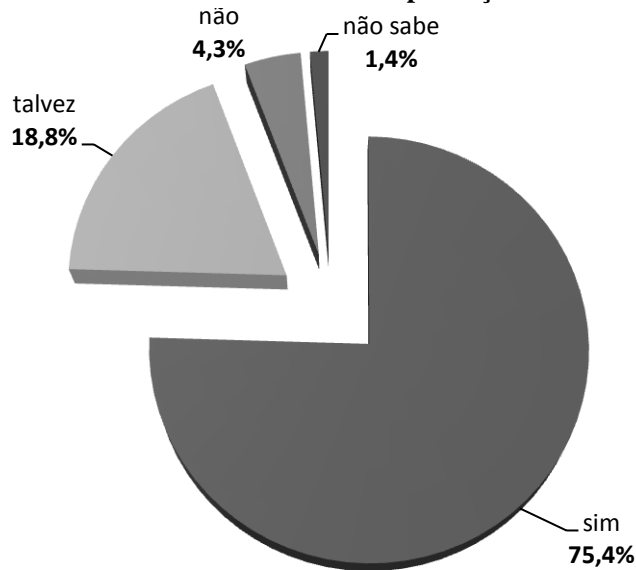
No caso da TVI, de acordo com o diretor adjunto de informação da TVI entrevistado, as chefias ao imporem que todos os jornalistas teriam de editar em vídeo conteúdos informativos televisivos, não foi para aumentar a sua qualidade, na medida em que os editores de imagem são a classe profissional melhor preparada para editar em vídeo conteúdos informativos televisivos. Ainda sobre esta matéria, António Prata admite que a qualidade dos conteúdos informativos televisivos montados pelos editores de imagem é “muito” superior aos editados em vídeo pelos jornalistas, embora reconheça que há jornalistas na TVI que montam bem.

Na parte das consequências (secção 4.3.), a partir das perspetivas dos entrevistados e dos inquiridos, tentar-se-á perceber se há ganho ou perda de qualidade dos conteúdos noticiosos montados pelos jornalistas televisivos.

4.2.2.2. Surgimento dos canais televisivos de 24 horas de informação

4.2.2.2.1. Necessidade de aumentar a produção noticiosa televisiva

Gráfico 14 - Os jornalistas televisivos editam em vídeo devido ao surgimento do canal de 24 horas de informação, porque houve a necessidade de aumentar a produção noticiosa televisiva?



À luz do Gráfico 14, regista-se que a quase totalidade dos profissionais da informação auscultados (94,2%) considera que o surgimento do canal noticioso televisivo, neste caso particular da *SIC Notícias*, e respetivo funcionamento, contribui para que os jornalistas do presente operador assumam a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos informativos, porque existiu a necessidade de aumentar a produção noticiosa televisiva.

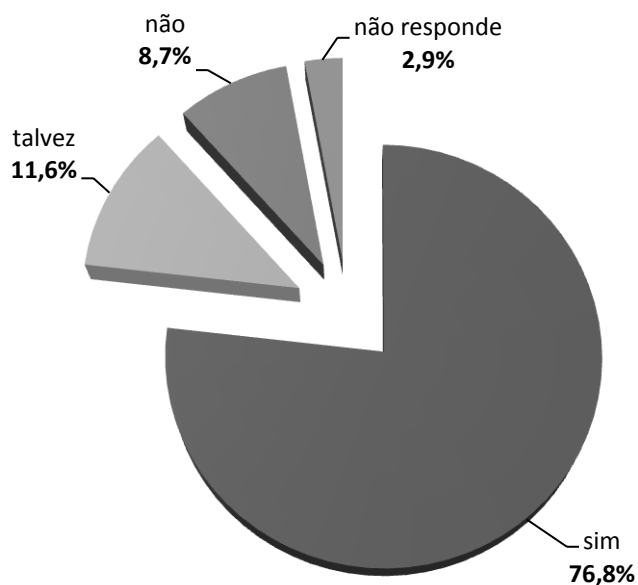
Antes do aparecimento da *SIC Notícias*, em 2001, a SIC, como canal generalista, emitia três programas noticiosos, destacando-se o das 13 horas, o ‘Primeiro Jornal’ e, principalmente, o das 20 horas, o ‘Jornal da Noite’²⁹. Com o nascimento do canal informativo, a produção noticiosa teve obrigatoriamente de aumentar, de forma a “abastecer” os vários serviços regulares noticiosos, geralmente de hora a hora. Neste panorama, José Alberto García Avilés (2006c) refere que um canal televisivo de 24 horas de notícias pode transmitir numa única hora a mesma quantidade de informação que um canal televisivo generalista emite num dia. Assim, os telejornalistas têm mais serviços informativos para “alimentar” com conteúdos noticiosos televisivos (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d; Waldman *et al.*, 2011).

²⁹ O outro programa informativo era denominado por ‘Último Jornal’, tendo sido emitido, entre 1992 e 2001, sem um horário fixo, mas sendo transmitido sempre depois da meia-noite, com uma duração variável entre os 15 e 30 minutos, tendo tido como principal apresentadora a jornalista Alberta Marques Fernandes.

Deste modo, uma forma encontrada pelas chefias para aumentar a quantidade de conteúdos noticiosos televisivos foi atribuir a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos informativos televisivos aos jornalistas.

4.2.2.2.2. Agilizar os processos de produção de conteúdos jornalísticos televisivos

Gráfico 15 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de agilizar os processos de produção de conteúdos jornalísticos televisivos?



Tendo em conta o Gráfico 15, constata-se que a esmagadora maioria dos profissionais da informação inquiridos (88,4%) acredita que as chefias da SIC, ao criarem as condições necessárias para que os jornalistas editem em vídeo conteúdos informativos televisivos, pretendem agilizar os processos de produção de conteúdos noticiosos.

Sobre este assunto, o diretor de informação da SIC destaca que, no contexto de um canal de 24 horas de informação, é muito importante a agilidade, de forma a disponibilizar, às suas audiências, os conteúdos jornalísticos televisivos no mais curto espaço de tempo.

Também no caso da TVI, Mário Moura e João Maia Abreu sublinham que a agilização do processo produtivo noticioso é um dos motivos pelos quais os jornalistas da TVI editam em vídeo conteúdos informativos televisivos, de maneira a que estes sejam difundidos no menor espaço de tempo.

Antes de os jornalistas televisivos editarem em vídeo, os seus conteúdos informativos eram, por regra, montados pelos editores de imagem nas salas de montagem. Porém, o número

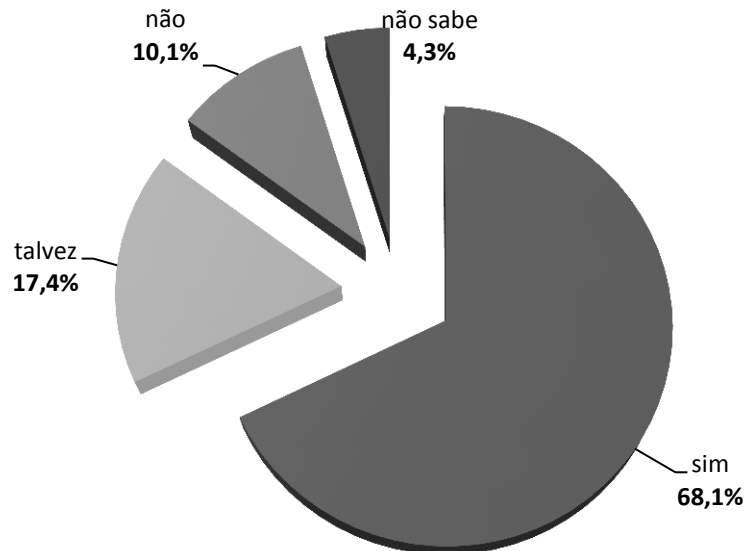
de editores de imagem e, principalmente, de salas de montagem é muito inferior ao número de jornalistas. Com efeito, os jornalistas tinham de esperar, por vezes, horas, pela sua vez para montar com um editor de imagem, dado que as poucas salas de montagem estavam quase sempre ocupadas. Esta situação era aceitável quando os operadores televisivos só concebiam conteúdos jornalísticos para os poucos programas noticiosos dos canais generalistas e, nestes casos, havia tempo para esta prática.

Com o surgimento dos canais televisivos de 24 horas de informação, os serviços regulares noticiosos são transmitidos de hora a hora e os conteúdos jornalísticos televisivos têm de ficar prontos no mais curto espaço de tempo. Assim, como uma parte dos conteúdos noticiosos difundidos nos diversos blocos informativos do canal de 24 horas de informação só necessita de operações simples de edição, como sejam os *talking heads* e os *clips off*, os jornalistas podem editar em vídeo a partir dos seus próprios computadores sem a necessidade de dirigirem-se às salas de montagem.

Neste sentido, diversos estudos (Bandrés, 2000; Crocomo e Lage, 2001; García Avilés e Leon, 2002; García Avilés, 2006a, 2006c, 2006d; Silcock, 2007; García Avilés, 2010) apontam que as chefias das redações televisivas, ao delegarem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos informativos televisivos aos jornalistas, procuram agilizar os processos produtivos noticiosos televisivos. Ora, esta agilização procura reduzir o tempo despendido na produção informativa televisiva, de modo a que os jornalistas disponibilizem os conteúdos noticiosos televisivos com a maior brevidade possível (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006d; Silcock, 2007; Boni, 2009, 2010; Souza e Piveta, 2011b).

4.2.2.2.3. No contexto dos canais de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns dos conteúdos informativos sejam editados por jornalistas

Gráfico 16 - No contexto do canal de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns dos conteúdos informativos sejam editados em vídeo por jornalistas?



Como mostra o Gráfico 16, a ampla maioria dos indivíduos que compõem a amostra inquirida (85,5%), mesmo os editores de imagem (69,3%), está consciente de que, no contexto de um canal de 24 horas de informação, é imprescindível que alguns dos conteúdos noticiosos televisivos sejam editados em vídeo pelos próprios jornalistas.

A este respeito, o diretor de informação da estação de televisão de Carnaxide lembra que um canal de 24 horas de informação trouxe muito mais trabalho e há trabalho que pode ser feito de imediato, quase de forma indiferenciada, isto é, que necessita de uma qualificação mínima, como seja a montagem de *talking heads* e *clips off*. Na perceção de Alcides Vieira, seria muito difícil ter canais de 24 de horas de notícias a funcionar se os jornalistas não editassem em vídeo alguns dos conteúdos informativos.

No caso da TVI, segundo Mário Moura e João Ferreira, as emissões do canal *TVI24* arancaram sensivelmente com os mesmos profissionais. Na opinião de João Ferreira, era impraticável ter-se um canal de notícias com praticamente com as mesmas pessoas, se os jornalistas não editassem em vídeo alguns dos conteúdos noticiosos televisivos. O chefe dos editores de imagem da redação de Queluz de Baixo refere que com a implementação desta medida consegue-se fazer mais com as mesmas pessoas. Por seu turno, António Prata realça que o canal de 24 horas de notícias obriga os jornalistas televisivos a editarem em vídeo conteúdos noticiosos, dado que, tal como na SIC, o volume produtivo noticioso foi alterado. Com efeito, para Antó-

nio Prata, hoje é indispensável que todos os jornalistas tenham, no mínimo, a capacidade de editar em vídeo conteúdos informativos televisivos simples, tais como: *talking heads*; *clips off*; e pequenas peças noticiosas.

No caso da SIC, verifica-se uma relação direta entre o surgimento do canal televisivo noticioso e o facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos. Esta relação é confirmada pelo seu diretor de informação. No entanto, este resultado não pode ser generalizado a outros operadores televisivos, mesmo que outros estudos (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c; García Avilés, 2006d) apurem essa relação. Tal como dizem Mário Moura e João Maia Abreu, os jornalistas da redação central da TVI começaram a editar em vídeo em 2004, ou seja, antes do surgimento do canal de notícias da TVI, em 2009. Porém, confirma-se que, também nesta redação informativa, os jornalistas televisivos começaram a editar em vídeo conteúdos informativos a partir do momento em que um sistema digital de edição não linear de vídeo foi implementado.

Muito embora o canal *TVI24* iniciasse as suas emissões a 26 de fevereiro de 2009, os jornalistas da redação central da TVI já exerciam a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, tal como foi confirmado pelos diversos entrevistados. De acordo com Mário Moura, no ano 2000, o grupo Media Capital, do qual faz parte a TVI, apresentou uma proposta à PT Multimédia, com vista à criação de um canal televisivo de economia a ser incluído na grelha da TV Cabo. Ainda que a referida proposta tenha sido aceite pela PT Multimédia, este projeto foi constantemente adiado, como se pode comprovar pelas diversas notícias publicadas: «A formação do Canal de Economia entre TVCabo e a TVI/DE (Diário Económico) está atrasada. O novo canal por cabo dedicado aos negócios só arranca no segundo semestre do próximo ano [ou seja, em 2001] (...)» (*in Público*, 7 de dezembro de 2000); Paes do Amaral, presidente da Media Capital, dizia «gostaríamos que o canal de economia arrancasse em finais do ano que vem [isto é, em 2002]» (*in Negócios Online*, 27 novembro de 2001), «A Media Capital, detentora da TVI, vai adiar o lançamento do canal Economia, previsto para este semestre, para o final do ano [ou seja, 2003]» (*in Record*, 20 de abril de 2003); «As negociações que viabilizam o arranque dos canais de Informação Económica e Música da Media Capital, grupo que é proprietário da TVI, na TV Cabo estão na fase final» (*in Jornal de Notícias*, 27 de janeiro de 2005). De qualquer maneira, segundo Mário Moura, mais tarde este processo evolui para um canal televisivo noticioso, dando origem ao canal informativo *TVI24*. Mas como realçam Mário Moura e António Prata, como era uma questão de tempo a TVI lançar um novo canal de informação, a partir do momento em que a redação da TVI foi digitalizada, em 2003, os jornalistas começaram a ser preparados para esta nova realidade, com o propó-

sito de responder às exigências de um canal televisivo de informação. Assim, com as emissões da *TVI24*, tal como evidencia o diretor de informação da TVI aquando do seu lançamento, João Maia Abreu, os jornalistas começaram a montar muitos mais conteúdos informativos, uma vez que há diversos serviços noticiosos para serem “alimentados”.

Os modelos que foram seguidos pela *SIC Notícias* e, mais tarde, pela *TVI24*, assentes na digitalização e/ou informatização das redações televisivas, já estavam a ser aplicados noutros canais internacionais de 24 horas de informação, sendo esta ideia sublinhada quer pelo diretor de informação da SIC, quer pelo diretor adjunto de informação da TVI. Por exemplo, no Reino Unido, pela *BBC News 24*, em Espanha, pelo canal de 24 horas da TVE, ambos canais tiveram o início de emissões no ano 1997, e na Itália, pela *Rainews 24*, desde 1999 (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c; García Avilés, 2006d). Nestes casos, os telejornalistas começaram a editar em vídeo conteúdos informativos televisivos. Contudo, nos respetivos canais generalistas, os conteúdos noticiosos televisivos continuaram a ser montados pelos editores de imagem (García Avilés, 2006d).

José Alberto García Avilés (2006d) lembra que, quer na BBC quer na RAI, as primeiras redações noticiosas a serem digitalizadas foram as dos canais noticiosos, tendo servido como laboratórios antes da aplicação de determinadas medidas aos canais generalistas. Na opinião de José Alberto García Avilés (2006d), as redações digitais jornalísticas dos canais de 24 horas de notícias configuram-se como excelentes laboratórios para a inovação tecnológica. Também na televisão pública espanhola, a redação do canal de 24 horas de notícias funciona com laboratório para ver se é viável serem aplicadas as transformações na redação jornalística do canal generalista (García Avilés, 2006c). Foi isto mesmo que aconteceu na SIC. Entre o ano 2000 e 2003, só os jornalistas afetos à *SIC Notícias* é que editavam em vídeo conteúdos informativos televisivos e, a partir de novembro de 2003, com a fusão da redação da SIC enquanto canal generalista com a redação da *SIC Notícias* numa única redação, é que os jornalistas da SIC generalista tiveram acesso a editor de vídeo, neste caso ao *Sony ClipEdit*.

Na TVI, aconteceu o inverso, ou seja, os jornalistas que produziam conteúdos informativos para os programas noticiosos da TVI enquanto canal generalista já editavam em vídeo antes do surgimento do canal *TVI24*.

4.2.3. Fatores económico-financeiros

Os operadores televisivos SIC e TVI são empresas privadas e, como tal, os aspetos económico-financeiros são determinantes. Como prova disso, basta consultar-se os diversos Relatórios e Contas do grupo IMPRESA (2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012 e 2013), onde se integra a empresa SIC, para se perceber que existe uma preocupação permanente no que se refere à redução de custos. Por exemplo, no Relatório e Contas de 2001 (IMPRESA, 2002) vem escrito que, em 2001, no ano em que arrancaram as emissões do canal televisivo *SIC Notícias*, foi iniciado um processo de reestruturação interno, com o propósito de reduzir os custos e obter uma maior eficiência e flexibilidade em alguns setores da empresa. Deste modo, verificou-se uma redução do quadro de pessoal.

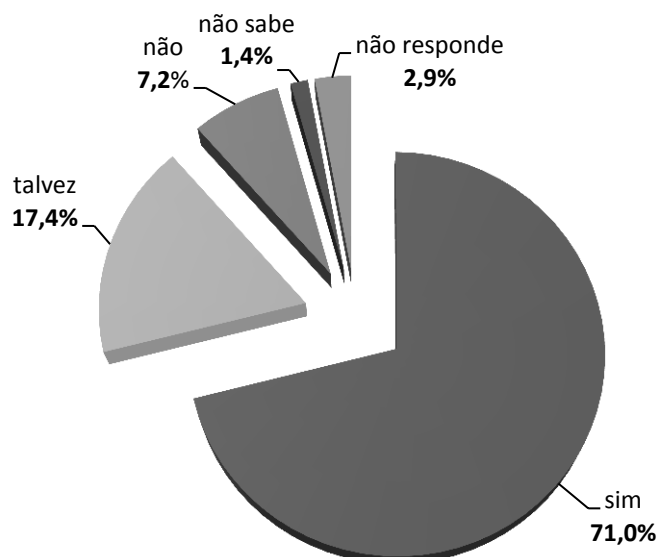
O mesmo documento (IMPRESA, 2002) destaca que, no ano seguinte, a implementação da estratégia de contenção e de redução de custos é para continuar. E assim foi, «o ano de 2002 foi marcado por um enorme esforço de redução de custos, que incidiu principalmente sobre os custos de programação na televisão, sobre os custos com pessoal e num controle apertado dos custos variáveis» (IMPRESA, 2003: 2).

O diretor de informação da SIC, que, para além de gestor editorial, é o responsável pela gestão orçamental, diz que, ao atribuírem aos jornalistas a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos informativos televisivos, não é uma medida economicista, mas sim um ato de gestão. Na opinião de Alcides Vieira, as prioridades editoriais devem servir melhor os públicos e o importante é manter a qualidade da informação.

No caso da TVI, para Mário Moura, a principal razão por que os jornalistas desta redação editam em vídeo conteúdos noticiosos televisivos deve-se aos fatores económico-financeiros, com a pretensão de reduzir os custos de produção jornalística televisiva, designadamente com a diminuição dos custos com o pessoal. No seu entender, as empresas televisivas, recorrendo às novas tecnologias da informação e da comunicação, procuram atenuar os custos com o pessoal. Neste caso particular, tal como salienta Mário Moura, as administrações julgam que as redações de televisão não precisam de tantos editores de imagem.

4.2.3.1. Reduzir os custos da produção jornalística televisiva

Gráfico 17 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de reduzir os custos de produção jornalística televisiva?



Através da observação do Gráfico 17, apercebe-se que a esmagadora maioria dos inquiridos (88,4%) considera que as chefias da SIC, ao encarregarem os jornalistas de editarem em vídeo conteúdos informativos televisivos, procuram reduzir os custos inerentes à produção noticiosa televisiva.

Neste seguimento, uma das formas de diminuir os custos de conceção de conteúdos noticiosos televisivos passa pela redução dos custos com o pessoal, isto é, pelos despedimentos de profissionais da informação televisiva (García Avilés, 2006c, 2006d; Waldman *et al.*, 2011).

De acordo com o diretor de informação da SIC esta medida não foi posta em prática com o propósito de despedir os editores de imagem. Na verdade, na altura em que os jornalistas da SIC começaram a editar em vídeo, ou seja, em 2000, não foram despedidos editores de imagem. Pelo contrário, até foram contratados alguns editores de imagem, mais concretamente seis profissionais. Segundo o coordenador dos editores de imagem da SIC, no mês de dezembro de 1999, o setor da edição de imagem da SIC era composto por 19 editores de imagem e, um ano depois, na altura em que estavam prestes a arrancar as emissões da *SIC Notícias*, este setor era formado por 25 profissionais.

Entre os anos 2001 e 2003, o grupo dos editores de imagem foi reduzido para 20 profissionais. Todavia, esta redução não esteve relacionada com despedimentos, mas sim com a transferência de serviço de alguns profissionais, como por exemplo para a realização ou para o

departamento de informática. Para Domingos Ferreira, estas mudanças não foram impostas pelas chefias, mas por vontade dos próprios.

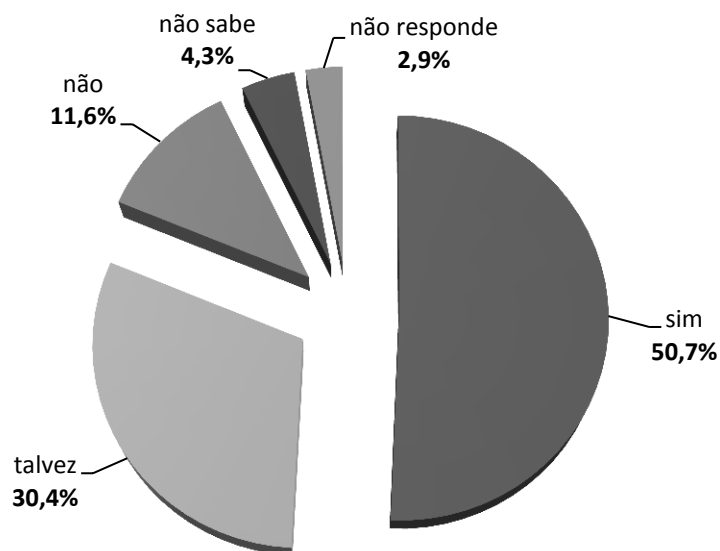
Em declarações publicadas na época em que os jornalistas da SIC enquanto canal generalista começavam a editar em vídeo conteúdos informativos, isto é, em novembro de 2003, Alcides Vieira afirmava que «não há uma substituição dos jornalistas pelos editores de imagem» (*in* Correio da Manhã, 11 novembro 2003), referindo que apenas as matérias mais simples iriam ser editadas pelos jornalistas, dado que «não pode haver perda de qualidade. É só naquelas peças mais rápidas que não obrigam a que o jornalista esteja à espera de um editor de imagem disponível» (*in* Correio da Manhã, 11 novembro 2003). Não obstante, tal como vem publicado, nesta altura, estava em curso a redução de pessoal no setor da edição de imagem. «Dos cerca de 20 editores, quatro serão dispensados num processo que Alcides Vieira diz que “já estava previsto”» (*in* Correio da Manhã, 11 novembro 2003). Em 2004, o setor da montagem era composto por 14 editores de imagem. Na opinião do coordenador dos editores de imagem, Domingos Ferreira, não há qualquer dúvida que existiu uma relação causa e efeito entre as dispensas verificadas e o facto de os jornalistas editarem em vídeo.

Por parte da estação de televisão sediada em Queluz de Baixo, o diretor adjunto de informação entrevistado admite que as chefias da TVI, ao imporem que todos os jornalistas teriam de editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, tinham como principal pretensão despedir editores de imagem, de forma a reduzir os custos com o pessoal. Segundo Mário Moura, as chefias da TVI pensam que, se os jornalistas editarem em vídeo uma parte dos conteúdos noticiosos televisivos, já não são necessários tantos editores de imagem.

4.2.3.2. Otimizar os recursos existentes

Outra forma encontrada pelas empresas televisivas para atenuar os custos de produção noticiosa televisiva prende-se com a otimização dos recursos existentes, como sejam os humanos e os tecnológicos.

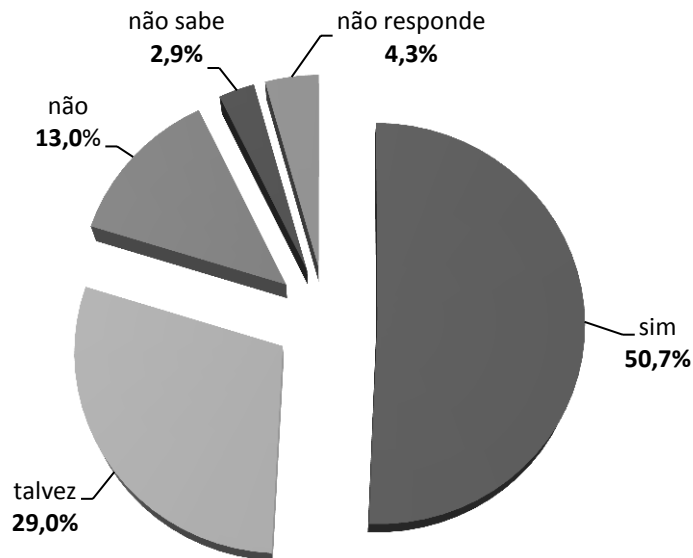
Gráfico 18 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos humanos existentes?



Tal como se pode ver no Gráfico 18, para a vasta maioria dos indivíduos que constituem a amostra (81,1%), as chefias da SIC, ao instituírem a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos a ser efetuada pelos jornalistas, ambicionam otimizar os recursos humanos existentes.

Sobre esta questão, o diretor de informação da SIC assume que esta medida tem esse propósito, sublinhando que, para além de desempenharem mais uma função/ tarefa, se os jornalistas não editassem em vídeo uma parte dos conteúdos informativos televisivos, teriam de ser contratados muitos mais editores de imagem e, para além disso, teriam de ser instaladas mais salas de montagem, o que aumentaria em muito os custos de produção noticiosa televisiva, sendo esta mesma ideia partilhada pelo chefe dos editores de imagem da TVI, João Ferreira.

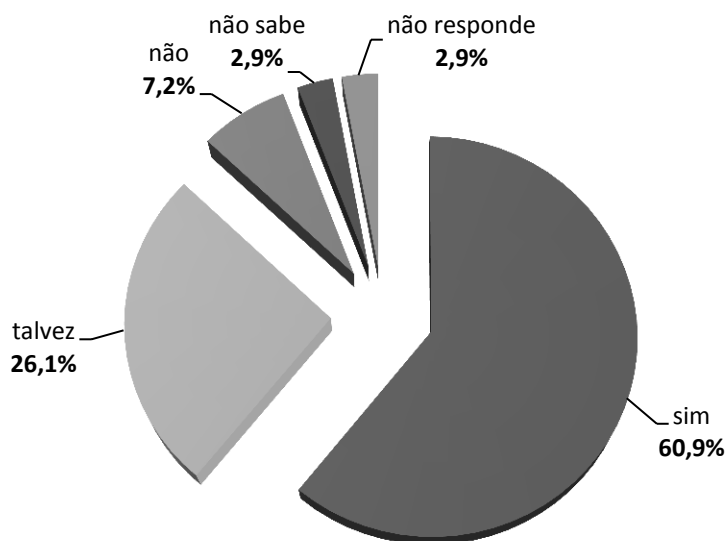
Gráfico 19 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de libertar os editores de imagem para trabalhos jornalísticos que exigem uma edição mais cuidada?



Retomando a otimização dos recursos humanos, Alcides Vieira refere que, com os jornalistas a editar em vídeo os conteúdos noticiosos televisivos mais simples, os editores de imagem têm mais tempo para se dedicarem aos conteúdos informativos mais exigentes, como sejam as média ou grandes reportagens ou as reportagens especiais, porque é nestes trabalhos que os editores de imagem fazem a diferença, acrescentando uma mais-valia, ou seja, mais qualidade.

Da leitura dos resultados acessíveis no Gráfico 19, verifica-se que a grande maioria dos inquiridos (79,7%) considera que, com a implementação da medida em análise, as chefias da SIC querem libertar os editores de imagem para trabalhos jornalísticos que exigem uma montagem mais cuidada e complexa.

Gráfico 20 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos tecnológicos existentes?



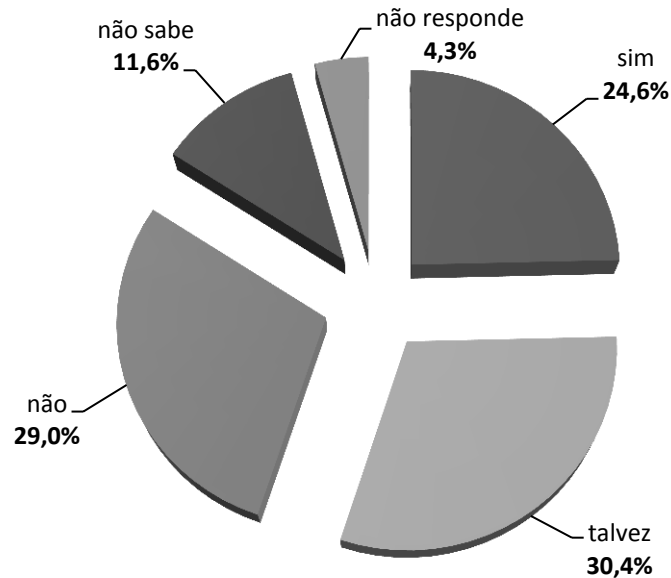
Tendo em conta o Gráfico 20, observa-se que a esmagadora maioria dos inquiridos (87,0%) entende que, com a introdução da medida em estudo, as chefias da SIC têm em vista a rentabilização dos recursos tecnológicos presentes na redação jornalística.

Os custos de produção também podem ser reduzidos se existir uma melhor racionalização dos recursos tecnológicos existentes. Por exemplo, os computadores que são utilizados pelos jornalistas suportam, na maior parte dos casos, a instalação de um *software* de edição de vídeo. Assim, com os jornalistas a editar em vídeo uma parte dos conteúdos informativos televisivos deixa de ser necessário implementar novas salas de montagem.

O diretor de informação da SIC, aquando da integração das redações jornalísticas da SIC generalista e da *SIC Notícias* numa única redação noticiosa, em novembro de 2003, justificava a tomada desta medida devido a uma «maior racionalidade de meios e de gestão das equipas» (*in* Correio da Manhã, 11 novembro 2003).

4.2.4. Fatores relacionados com as audiências

Gráfico 21 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de satisfazer as atuais necessidades informativas das suas audiências?



Como se pode perceber pela observação do Gráfico 21, a maioria dos inquiridos (55%) pensa que as chefias da SIC, através da vigência da medida em examinação, pretendem satisfazer as atuais necessidades informativas das suas audiências.

No entender do diretor de informação da SIC, o público de um canal televisivo de 24 horas de notícias é um público que quer a informação em qualquer hora, independentemente do sítio onde esteja. Assim sendo, os canais de 24 horas de informação surgiram com a missão de satisfazer as necessidades informativas das suas audiências, que procuram o acesso à informação jornalística em qualquer momento e em qualquer lugar (García Avilés, 2006c). Por consequência, tal como é destacado por Alcides Vieira, as redações televisivas tiveram de adaptar-se às exigências dos públicos e não o inverso, isto é, os públicos à exigência da informação como acontecia até então. Por isso, tal como é explicado pelo diretor de informação da SIC, houve a necessidade de reajustar os métodos de trabalho da organização noticiosa.

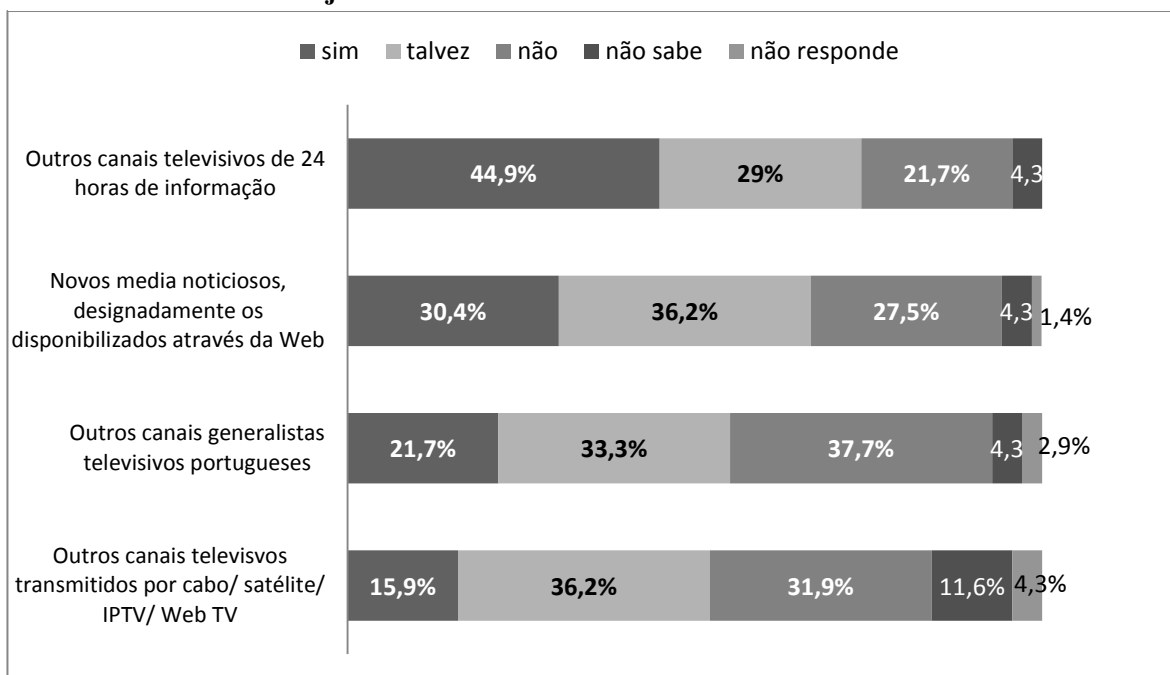
Numa entrevista concedida ao jornal *Correio da Manhã* (10 setembro 2004), o diretor de informação da SIC fez um balanço muito positivo acerca da fusão das redações jornalísticas da SIC enquanto canal generalista com a *SIC Notícias*, afirmando que «unir esforços e meios no sentido de responder na hora às solicitações dos públicos, que exigem informação a qualquer hora e em qualquer momento», acrescentando que «já não são os telejornais a determinar os hábitos de consumo de informação dos telespetadores, são os públicos a determinar quando querem a informação e as redações têm de estar preparadas para isso», concluindo «quem não

tiver essa capacidade para responder na hora vai perder o comboio da competitividade» (*in* Correio da Manhã, 10 setembro 2010).

Tal como evidencia Alcides Vieira, a reorganização da redação teve de ser feita em função da oferta, dos ritmos e da exigência dos públicos. Para o diretor de informação da SIC, o público de um canal de 24 horas de notícias é um público que quer a informação em qualquer hora, independentemente do local onde se encontra. Desta forma, os públicos, devido ao ritmo social, obrigaram que as redações informativas se alterassem. Assim, as redações tiveram de adotar tecnologias que respondessem às demandas dos públicos. Em suma, as redações tiveram de se adaptar a esta realidade.

4.2.5. Fatores concorrenciais

Gráfico 22 - Os jornalistas televisivos editam em vídeo devido à concorrência



Tendo em conta o Gráfico 22, observa-se que os fatores concorrenciais, nomeadamente os outros canais televisivos de 24 horas de notícias portuguesas (73,9%) e os novos *media* noticiosos, designadamente os disponibilizados via *web* (66,6%), são fatores que também contribuem para que os jornalistas editem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

Através da observação direta, o investigador verificou que este existe, quer por parte da SIC quer por parte da TVI, um acompanhamento permanente do que estão a emitir nos canais de 24 horas de notícias. Atualmente, nas palavras de Alcides Vieira e Mário Moura, o grande

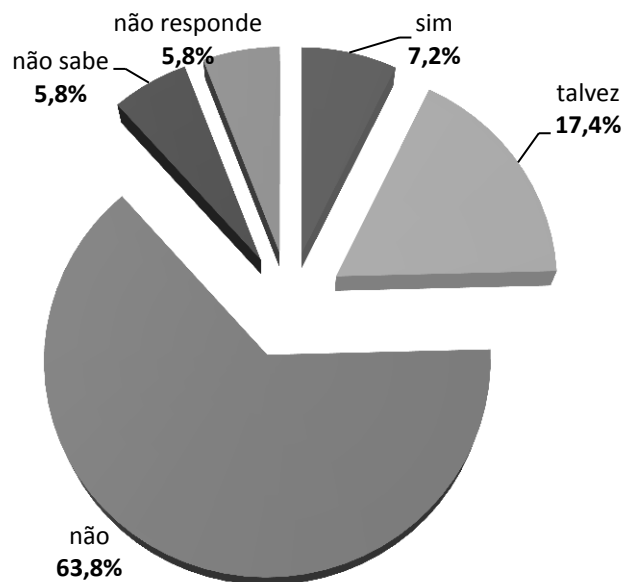
concorrente dos canais de 24 horas de notícias são os próprios canais de informação. Todos pretendem ser os primeiros a dar a notícia.

Por outra parte, nos últimos tempos tem havido uma grande aposta na componente *on-line* por parte dos operadores generalistas televisivos, possuindo todos, na redação, uma secção multimédia.

No entanto, segundo o diretor de informação da SIC, na altura em que os jornalistas da SIC começaram a editar em vídeo conteúdos informativos, o grande concorrente foi, curiosamente, a rádio. Na época em que os conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas começaram a ser transmitidos na *SIC Notícias*, ou seja, em 2001, ainda não existiam os outros canais televisivos de notícias, isto é, a *RTP Informação*, que surgiu em 2004 com a denominação de *RTP N*, e a *TVI24*, que começou a transmitir em 2009. A *SIC Notícias* era um canal de televisão que tinha as características de comunicação da rádio, tendo o mesmo papel. Alcides Vieira chega mesmo a afirmar que a *SIC Notícias* era «uma rádio com imagens».

4.2.6. Fatores formativos

Gráfico 23 - Os jornalistas começaram a chegar às redações preparados, pelos estabelecimentos de ensino superior, para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?



De acordo com o Gráfico 23, a grande maioria dos inquiridos (63,8%) não considera que os jornalistas começaram a chegar às redações noticiosas televisivas preparados, pelos estabelecimentos de ensino superior, para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos. Em

sentido inverso, unicamente uma minoria (7,2%) é que está convicta de que os jornalistas estão devidamente preparados para exercer esta função.

Na perceção dos coordenadores dos editores de imagem da SIC e da TVI, os jornalistas estagiários e os jornalistas recém-formados não se encontram devidamente preparados para montar conteúdos noticiosos televisivos. Contudo, segundo estes, as lacunas não se manifestam tanto no uso do *software* de edição de vídeo, mas mais no conhecimento e, sobretudo, na aplicação da linguagem audiovisual, com vista à criação de narrativas audiovisuais coerentes. Aliás, esta ideia é partilhada quer pelo chefe dos repórteres de imagem da SIC, quer pelo coordenador dos repórteres de imagem da TVI.

No entender do diretor de informação da SIC, os jornalistas estagiários e os jornalistas recém-diplomados não sentem grandes dificuldades na parte técnica da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, mas sim na parte como se deve contar a estória com imagens e sons.

Em suma, ainda que os jornalistas estagiários e os jornalistas recém-formados, que chegam às redações televisivas, saiam dos estabelecimentos de ensino superior dotados com alguns conhecimentos sobre a edição de vídeo (Curzon, 2007), na perceção da maioria dos entrevistados e dos inquiridos, não estão prontos para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

As questões da formação no domínio da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos por parte dos jornalistas, devido à sua relevância, serão retomadas e desenvolvidas mais a adiante, mais concretamente no capítulo 5.

4.3. Consequências

Nesta secção, serão expostos e discutidos os resultados relativos às consequências resultantes do facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos. Tal como foi anteriormente esclarecido, aquando da definição do modelo de análise, as consequências devem ser entendidas como as implicações positivas e negativas provocadas pela implementação desta medida profissional, nos seguintes domínios: nos conteúdos jornalísticos televisivos; na atividade dos profissionais da informação noticiosa, designadamente dos jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem; e na entidade empregadora.

4.3.1. Qualidade dos conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas

Na apresentação da obra intitulada «*Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*», os organizadores deste livro, Gabriela Borges e Vítor Reia-Baptista (2008: 13), lembram que «a qualidade em televisão é, por natureza, um conceito de difícil definição porque envolve um conjunto de valores que são, muitas vezes, difíceis de ser mensurados», acrescentando que «além disso, depende do ponto de vista a partir do qual a qualidade é avaliada, uma vez que há muitos agentes intervenientes no processo da comunicação televisiva» (Borges e Reia-Baptista, 2008: 13). A este propósito, Eduardo Cintra Torres (2011: 27) entende que «o conceito de qualidade, em relação à TV, cria um bloqueio intelectual aos autores e comentadores das elites cultas, quer tendem a confundir qualidade com o (seu) gosto. Daí que não existam definições consensuais do que é qualidade em TV, inclusive quando na legislação e nos documentos oficiais, nacionais e europeus, se menciona a qualidade em geral». Nesta perspetiva, Francisco Rui Cádima (2002: 14) refere que a qualidade em televisão «não é um conceito estanque, que se imponha em valor absoluto, de forma unilateral, determinista, exclusiva. Da mesma forma que varia em função dos diferentes níveis de percepção do público e também das diferentes conceptualizações teóricas, varia também em função de atribuições, competências e políticas de regulação, no que concerne em particular ao modelo jurídico imposto aos operadores de televisão».

Também no campo do jornalismo, segundo Marcos Palacios (2011), mesmo em termos académicos, não é consensual o que é qualidade, já que a mensuração da qualidade de conteúdos noticiosos colocou-se, desde o início, em torno de dois grandes eixos: o que se mede quando se analisa qualidade e com que régua se mede. Todavia, as questões da qualidade referentes ao jornalismo são importantíssimas, visto que, tal como fazem questão de evidenciar os autores Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004), os conteúdos informativos influenciam a qualidade de vida das pessoas, os seus pensamentos e cultura, tendo, com efeito, enormes implicações na vida dos cidadãos.

Muito embora seja difícil analisar e quantificar a qualidade em televisão e em jornalismo e, por consequência, dos conteúdos jornalísticos televisivos, na presente investigação, pretende-se verificar, a partir da percepção dos profissionais da informação televisiva, se os conteúdos noticiosos editados em vídeo pelos jornalistas televisivos perdem qualidade comparativamente aos montados pelos profissionais da edição de imagem. Assim, partindo do pressuposto de que os sujeitos entrevistados e os inquiridos participantes nesta investigação possuem

a capacidade de avaliar a qualidade dos conteúdos noticiosos televisivos, apresentam-se alguns resultados sobre esta matéria.

Neste panorama, diversos estudos destacam que os conteúdos televisivos de natureza informativa montados pelos jornalistas podem diminuir de qualidade (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c; Waldman *et al.*, 2011; Henderson, 2012). Em termos de qualidade, abordam-se os conteúdos informativos televisivos a partir de duas vertentes, isto é, ao nível da qualidade noticiosa e ao nível da qualidade formal. Porém, o investigador está ciente de que não pode dissociar o conteúdo da forma, dado que esta última facilita a compreensão do conteúdo por parte das audiências, ou seja, uma forma adequada permite um melhor entendimento da mensagem jornalística televisiva (Henderson, 2012).

Deste modo, a qualidade noticiosa está relacionada com diversos aspetos considerados sagrados no campo do jornalismo, tais como a exatidão, o rigor e a veracidade dos factos, conseguidos, por exemplo, com a verificação das informações e confirmação da fidedignidade das fontes de informação, estando estes aspetos, em grande parte, dependentes da investigação jornalística (Gradim, 2000; Cascais, 2001; Kovach e Rosenteil, 2004; Público, 2005).

Por sua vez, a qualidade formal refere-se, obviamente, à “forma” do conteúdo jornalístico televisivo, onde se inclui a construção das narrativas audiovisuais noticiosas. Ora, a qualidade formal depende, por um lado, da correta aplicação da linguagem audiovisual e, por outro, da adequada utilização de um sistema de edição de vídeo para a realização das operações técnicas de montagem, com vista à construção das narrativas audiovisuais jornalísticas (Watts, 1990; Barroso García, 2001; Neto, 2009). Dito de outra maneira, a qualidade formal dos conteúdos de cariz informativo televisivo diz respeito às questões estéticas e técnicas da imagem e do som no âmbito da conceção das narrativas audiovisuais noticiosas. Outros aspetos que devem ser tidos em conta na qualidade formal são os aspetos artísticos e criativos aplicados na elaboração das narrativas audiovisuais informativas (Barroso García, 2001).

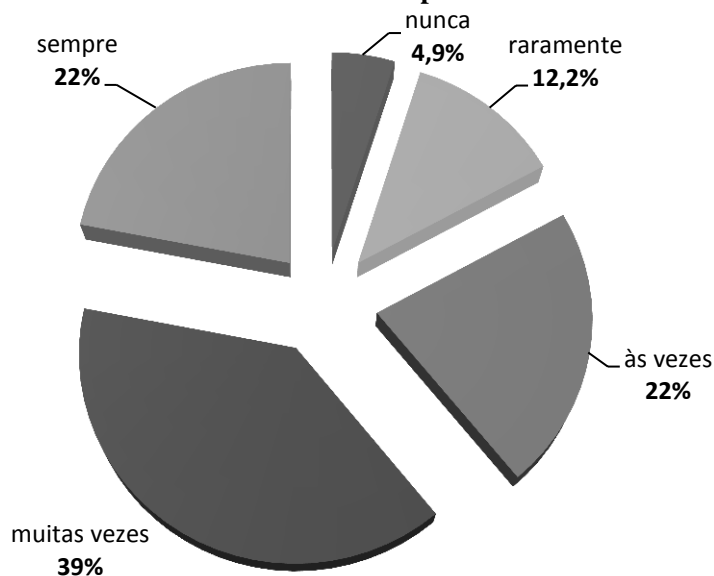
Começa-se pela qualidade noticiosa, pois, como faz questão de realçar o diretor de formação da SIC, é a mais importante. Isto não quer dizer que Alcides Vieira desvalorize a qualidade formal dos conteúdos informativos televisivos, mas simplesmente que atribui uma maior importância à qualidade jornalística.

4.3.1.1. Os jornalistas televisivos podem passar mais tempo “fechados” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à atividade noticiosa

Uma das críticas apontadas, pelos próprios telejornalistas, aos responsáveis pelas decisões instituídas nas redações televisivas, por lhes atribuírem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos, prende-se com a possibilidade de estes profissionais da informação televisiva passarem mais tempo “fechados” na redação do que no terreno a executar as tarefas de campo inerentes à sua atividade profissional (Cottle e Ashton, 1999; Garcia Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d; Waldman *et al.*, 2011). Com efeito, os jornalistas de televisão possuem menos tempo para a investigação de campo e, conseqüentemente, dedicam menos tempo à procura e à verificação das informações, bem como à confrontação das fontes de informação (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d; Waldman *et al.*, 2011). Assim sendo, o rigor, a precisão e a veracidade das informações poderão estar comprometidos.

Ainda acerca desta questão, alguns estudos ressaltam que os jornalistas, ao disporem de menos tempo para investigar, dão um tratamento superficial aos conteúdos informativos televisivos (Cottle e Ashton, 1999) e não procuram, com a frequência desejável, novos temas noticiosos, limitando-se, essencialmente, aos acontecimentos de agenda e aos fornecidos pelas agências noticiosas nacionais e internacionais (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c).

Gráfico 24 - Pelo facto de editar em vídeo, passa mais tempo “fechado” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à sua atividade?



Atendendo aos resultados representados no Gráfico 24³⁰, constata-se que a maioria dos jornalistas que compõem a amostra inquirida (61%) assinala que sempre (22%) ou muitas vezes (39%) dedica mais tempo às tarefas realizadas na redação do que às tarefas efetuadas no terreno pelo facto de editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

Se se analisar estes resultados em termos etários, verifica-se que são os jornalistas mais jovens (dos 20 aos 29 anos) que apontam que permanecem mais tempo na redação, devido ao facto de montar em vídeo, uma vez que 71,5 por cento dos jornalistas que se encontram nesta faixa etária indicam que sempre (42,9%) ou muitas vezes (28,6%) passam mais tempo na redação do que no terreno, face aos 56,3 por cento dos jornalistas de idade intermedia (dos 30 aos 39 anos) e aos 50 por cento dos jornalistas mais velhos (com 40 ou mais anos).

No que concerne ao género, são as mulheres jornalistas que dizem passar mais tempo na redação por montar em vídeo, dado que praticamente dois terços destas (65,7%) sinalizam que sempre (26,1%) ou muitas vezes (39,1%), enquanto 52,9 por cento dos homens jornalistas (52,9%) mencionam que sempre (17,6%) ou muitas vezes (35,3%).

A este propósito, o diretor de informação da SIC esclarece que os jornalistas não passam mais tempo na redação do que no “terreno”, pese embora esteja ciente de que, os telejornalistas, ao disponibilizarem uma parte do seu tempo para exercer a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, não estão a realizar outras tarefas noticiosas. Ainda assim, Alcides Vieira lembra que, se os jornalistas não editassem em vídeo, estes estariam nas salas de montagem com os editores de imagem e, sem esquecer, que teriam de esperar que estas salas e editores de imagem ficassem disponíveis. Tal como já foi explicado, os jornalistas chegavam a esperar horas para montar os seus conteúdos informativos televisivos com os editores de imagem. Por isso, na opinião do diretor de informação da SIC, os jornalistas dispõem de mais tempo para investigar, já que deixam de depender da disponibilidade de terceiros para editar em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos, podendo, desta forma, gerir melhor o seu tempo.

Na opinião do investigador, se os jornalistas televisivos permanecem mais tempo na redação do que no terreno não se deve unicamente ao facto de editarem em vídeo conteúdos informativos televisivos. Sobre os jornalistas, e não unicamente os que trabalham na televisão, permanecerem mais tempo na redação do que no terreno, Mark Deuze e Steve Paulussen (2002) sugerem que estes profissionais passam a maior parte do seu tempo na redação à frente dos seus computadores a pesquisar na *web*. No século XXI, a rotina laboral dos jornalistas está

³⁰ Estes resultados referem-se às respostas dadas somente por jornalistas.

ligada ao computador e à *web*, verificando-se que os jornalistas tendem a produzir conteúdos informativos sem sair da redação (Scolari *et al.*, 2008). Face a esta realidade, muitos profissionais da informação noticiosa estão preocupados com o rumo do jornalismo, porque cada vez mais há jornalistas que informam-se sem sair da redação e obtêm os dados através da *web*, sem sair da sua secretária (Scolari *et al.*, 2008).

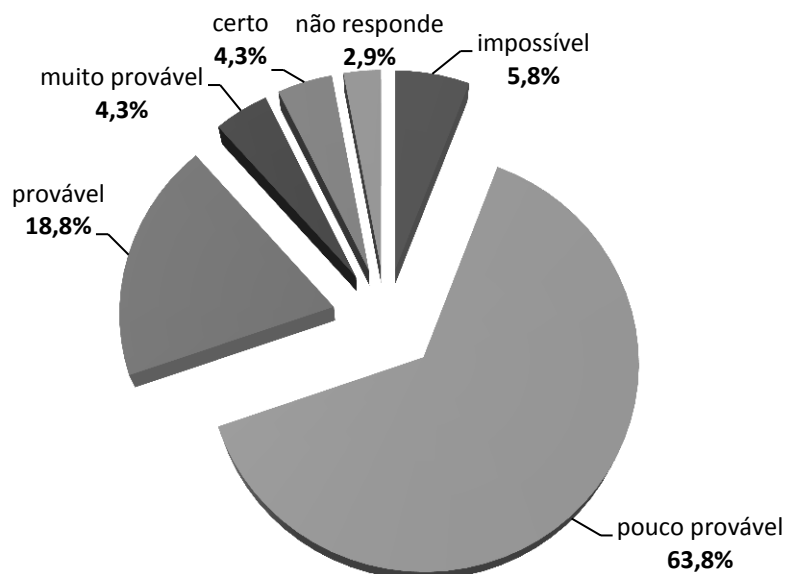
4.3.1.2. Qualidade noticiosa dos conteúdos informativos televisivos

No que se refere à qualidade noticiosa dos conteúdos informativos televisivos, recorda-se que esta está relacionada com vários aspetos considerados sagrados no campo do jornalismo, tais como a exatidão, o rigor e a veracidade dos factos, alcançados, por exemplo, com a verificação das informações e confirmação da fidedignidade das fontes de informação, estando estes aspetos, em grande medida, dependentes da investigação noticiosa (Gradim, 2000; Cascais, 2001; Kovach e Rosenteil, 2004; Público, 2005).

4.3.1.2.1. Qualidade noticiosa dos *talking heads*

Os *talking heads*, a par dos *clips off*, são dos conteúdos noticiosos televisivos mais editados em vídeo pelos jornalistas que tiveram a gentileza de preencher o questionário. A este respeito, lembra-se que a totalidade dos jornalistas respondentes (100%) declara que monta este tipo de conteúdo informativo televisivo, sendo que a vasta maioria (87,8%) aponta que edita em vídeo todos (80,5%) ou, pelo menos, a maior parte (7,3%).

Gráfico 25 - Os *talking heads* editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?



Tendo em conta os resultados incluídos no Gráfico 25³¹, observa-se que na perspetiva da grande maioria dos inquiridos (69,6%) é impossível (5,8%) ou, sobretudo, pouco provável (63,8%) que os *talking heads* editados em vídeo pelos jornalistas televisivos possam diminuir de qualidade noticiosa. Importa sublinhar que até os profissionais da imagem, como sejam os repórteres de imagem (80%) e os editores de imagem (46,2%), reconhecem que este tipo de conteúdo noticioso montado por telejornalistas pode não manifestar perda de qualidade informativa.

Nesta linha, a larga maioria dos jornalistas inquiridos (78%) crê que nunca (34,1%) ou raramente (43,9%) que os *talking heads* editados em vídeo pelos próprios perdem qualidade noticiosa (Quadro 9).

Quadro 9 - Considera que os *talking heads* editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	14	34,1	18	43,9	6	14,6	-	-	1	2,4	-	-	2	4,9

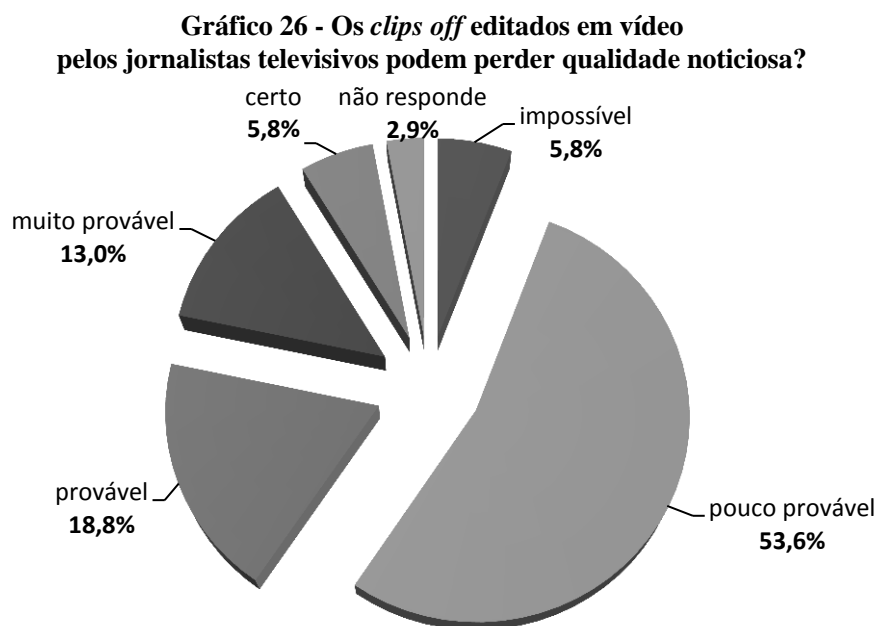
³¹ Este gráfico e os seguintes, até indicação em contrário, englobam os resultados dos jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem.

Tal como é explicado pelo coordenador dos editores de imagem da SIC, a montagem de *talking heads* é muito simples e rápida. Portanto, os jornalistas televisivos não dispensam muito tempo para montar em vídeo este tipo de conteúdo noticioso televisivo.

Por outra parte, mesmo quando os *talking heads* são montados pelos editores de imagem, são sempre os jornalistas que selecionam as intervenções e/ou os depoimentos. Sendo assim, a qualidade noticiosa deste tipo de conteúdo informativo televisivo depende sempre dos jornalistas.

4.3.1.2.2. Qualidade noticiosa dos *clips off*

Tal como os *talking heads*, os *clips off* são editados em vídeo por todos os jornalistas inquiridos, sendo que a ampla maioria destes jornalistas (87,8%) refere que monta em vídeo todos (80,7%) ou a maior parte (7,3%).



Como mostra o Gráfico 26, a maioria dos respondentes (59,4%) entende que é impossível (5,8%) ou, acima de tudo, pouco provável (53,6%) que os *clips off* editados em vídeo pelos jornalistas televisivos possam perder qualidade noticiosa. Todavia, mais de dois terços dos editores de imagem (69,3%) entendem que é provável (46,2%) ou muito provável (23,1%) que este tipo de conteúdo televisivo montado pelos jornalistas possa reduzir de qualidade informativa.

Quadro 10 - Considera que os *clips off* editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	13	31,7	17	41,5	9	22,0	-	-	1	2,4	1	2,4	-	-

Tal como se pode consultar no Quadro 10, sensivelmente três quartos dos jornalistas auscultados (73,2%) assinalam que os *clips off* editados em vídeo pelos próprios nunca (31,7%) ou raramente (41,5%) perdem qualidade noticiosa. Não obstante, uma parte expressiva de jornalistas respondentes (22%) aponta que os seus *clips off* por vezes perdem qualidade informativa.

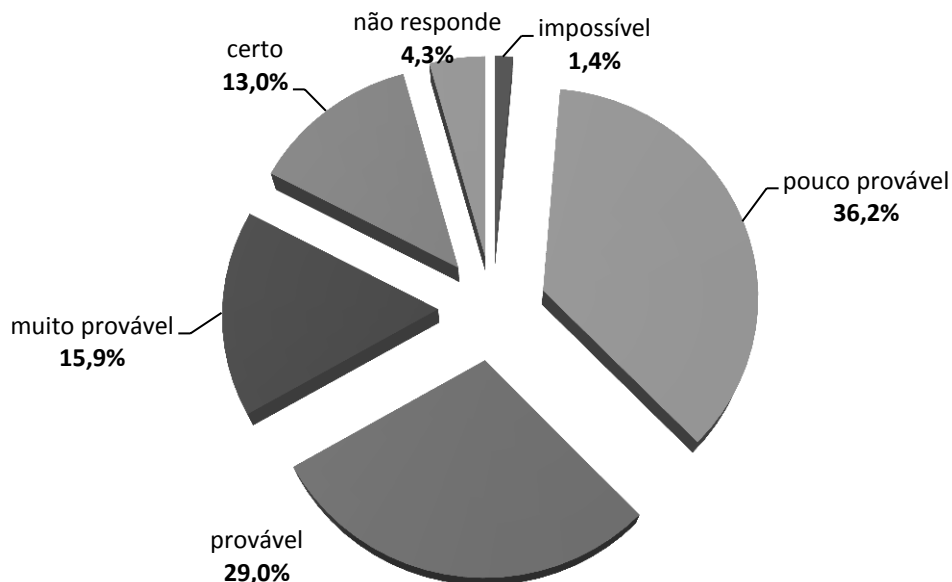
Tal como esclarece o coordenador do setor da edição de imagem da SIC, a montagem de *clips off* não requer muita disponibilidade de tempo por parte de quem os edita.

Os resultados obtidos são muitos similares aos apurados em relação aos *talking heads*. Porém, as pequenas diferenças confirmam que os *talking heads* são o tipo de conteúdo jornalístico televisivo que exige uma edição de vídeo mais simples e rápida.

4.3.1.2.3. Qualidade noticiosa das pequenas peças jornalísticas

Muito embora os *talking heads* e os *clips off* sejam os tipos de conteúdos televisivos de cariz informativo mais editados em vídeo pelos jornalistas inquiridos, estes (95,1%) também montam pequenas peças noticiosas.

Gráfico 27 - As pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade informativa?



Relativamente à diminuição de qualidade noticiosa das pequenas peças informativas editadas em vídeo pelos jornalistas, de acordo com o Gráfico 27, uma parte muito considerável dos sujeitos questionados (44,9 %) considera que é provável (29%) ou muito provável (15,9%) que estas possam perder qualidade informativa.

De entre as três classes profissionais, somente na dos repórteres de imagem, é que se verifica que a maioria (60%) expressa que é impossível (6,7%) ou pouco provável (53,3%) que as pequenas peças informativas editadas em vídeo pelos jornalistas possam perder qualidade. Com opinião contrária, a maioria dos jornalistas inquiridos (51,2%) reconhece que provavelmente (34,1%) ou muito provavelmente (12,2%) ou, até, certo (4,9%) que as pequenas peças montadas por estes possam reduzir de qualidade informativa.

Por seu turno, a maior parte dos editores de imagem inquiridos (61,6%) assinala que é provável (23,1%) ou muito provável (38,5%) que as pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas possam diminuir de qualidade informativa. Nesta direção, os restantes editores de imagem auscultados (38,5%) referem que esta redução de qualidade é uma certeza.

Ao contrário dos *talking heads* e dos *clips off*, as pequenas peças jornalísticas requerem mais tempo de edição de vídeo, exigindo mais operações de montagem, quer em termos técnicos quer em termos estéticos.

Quadro 11 - Considera que as pequenas peças jornalísticas editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	6	15,4	11	28,2	13	33,3	6	15,4	1	2,6	-	-	2	5,1

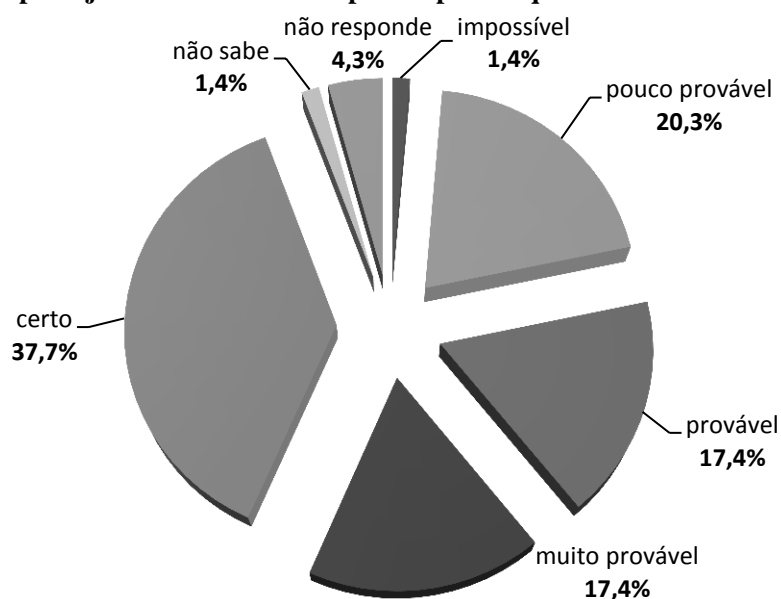
Como demonstram os resultados explicitados no Quadro 11, menos de metade dos jornalistas que preencheram o questionário (43,6%) que editam em vídeo pequenas peças informativas referem que nunca (15,4%) ou raramente (28,2%) estas perdem qualidade informativa. No entanto, um terço (33,3%) sugere que, às vezes, há redução de qualidade noticiosa.

Pelo lado contrário, menos de um quinto dos jornalistas interrogados (18%) afirmam que muitas vezes (15,4%) ou sempre (2,6%) as pequenas peças noticiosas montadas por estes perdem qualidade informativa. Ainda neste ponto, importa ressaltar que das seis respostas obtidas no item muitas vezes, quatro foram dadas por jornalistas com idades intermédias (dos 30 aos 39 anos).

4.3.1.2.4. Qualidade noticiosa das reportagens

Quanto às reportagens, tal como foi mencionado anteriormente, praticamente um terço dos jornalistas inquiridos (31,7%) menciona que não edita em vídeo este tipo de conteúdo informativo e aproximadamente um quarto (24,4%) diz que monta poucas (17,1%) ou algumas (7,3%) reportagens. Ao invés, mais de um terço dos jornalistas questionados (36,6%) assinalam que editam em vídeo todas (19,5%) ou, pelo menos, a maior parte (17,1%) das suas reportagens.

Gráfico 28 - As reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?



Com base nos resultados revelados no Gráfico 28, constata-se que para mais de um terço dos indivíduos que formam a amostra (34,8%) é provável (17,4%) ou muito provável (17,4%) que as reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas percam qualidade noticiosa. Na continuidade desta ideia, para outra parte muito expressiva de respondentes (37,7%) a perda de qualidade é uma certeza.

Importa realçar que os editores de imagem inquiridos não têm qualquer dúvida, uma vez que todos (100%) acham que é certo. Tanto mais que os jornalistas estão conscientes das suas limitações no que se refere à edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, preferindo, sobretudo os jornalistas mais velhos, que as suas reportagens sejam montadas pelos editores de imagem, dado que estes estão são profissionais altamente especializados na edição de vídeo de conteúdos informativos televisivos.

Quadro 12 - Considera que as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	3	12,0	7	28,0	5	20,0	6	24,0	3	12,0	1	4,0	-	-

Da observação dos resultados expostos no Quadro 12, sublinha-se que uma grande porção dos jornalistas auscultados (40%) considera que nunca (12%) ou raramente (28%) se verifica perda de qualidade noticiosa nas reportagens que editam em vídeo. Um quinto dos jornalistas respondentes (20%) entende que, por vezes, as suas reportagens diminuem de qualidade informativa. Enquanto para mais de um terço dos jornalistas questionados (36 %) admitem que sempre (12%) ou muitas vezes (24%) as reportagens montadas por estes perdem qualidade noticiosa.

Segundo o diretor de informação da SIC, por norma as reportagens são montadas pelos editores de imagem. Na produção deste tipo de conteúdo informativo televisivo, os jornalistas necessitam de realizar mais trabalho no “terreno” e, conseqüentemente, deixam de ter tanto tempo para se dedicar à edição de vídeo. Por outro lado, uma reportagem exige uma montagem muito mais cuidada do que os outros tipos de conteúdos jornalísticos televisivos já mencionados.

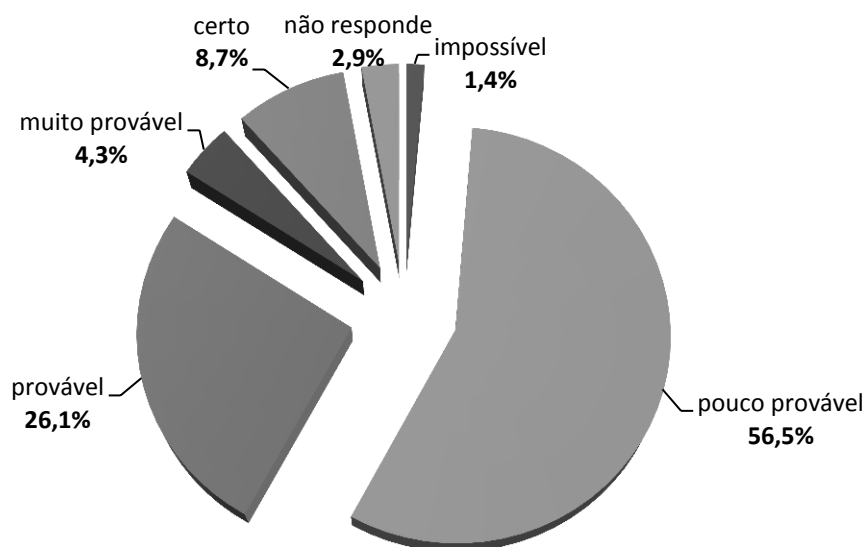
Ainda sobre esta matéria, quer o chefe dos repórteres de imagem da SIC quer o coordenador dos editores de imagem da SIC salientam que, por vezes, a própria qualidade informativa dos conteúdos noticiosos televisivos, essencialmente das pequenas peças jornalísticas e das reportagens, é afetada pela qualidade formal, porque as falhas e os erros de edição de vídeo podem distrair, confundir e, até, enganar os telespetadores. Com efeito, as mensagens noticiosas televisivas que se pretendem transmitir não são devidamente descodificadas por parte dos telespetadores. Portanto, a forma dos conteúdos informativos televisivos tem impacto na qualidade jornalística.

4.3.1.3. Qualidade formal dos conteúdos informativos televisivos

Em relação à qualidade formal, recorda-se que esta depende, por um lado, da correta aplicação da linguagem audiovisual, principalmente das regras de montagem, e, por outro, da apropriada utilização de um sistema de edição de vídeo para a execução das operações técnicas de montagem, com vista à construção das narrativas audiovisuais jornalísticas (Watts, 1990; Barroso García, 2001; Neto, 2009).

4.3.1.3.1. Qualidade formal dos *talking heads*

Gráfico 29 - Os *talking heads* editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?



Tendo em consideração o Gráfico 29, verifica-se que a maioria dos indivíduos questionados (57,9%) acha que é impossível (1,4%) ou pouco provável (56,5%) que os jornalistas televisivos vejam os *talking heads* editados em vídeo pelos próprios diminuírem de qualidade formal.

Em termos de classes profissionais, constata-se que aproximadamente três quartos dos jornalistas auscultados (73,2%) creem que os *talking heads* montados por estes não podem vir a perder qualidade em termos de forma. Pelo lado inverso, a maior parte dos profissionais da imagem respondentes (53,3% dos repórteres de imagem e 76,9% dos editores de imagem) considera que pode haver perda de qualidade formal nos *talking heads* editados em vídeo pelos telejornalistas.

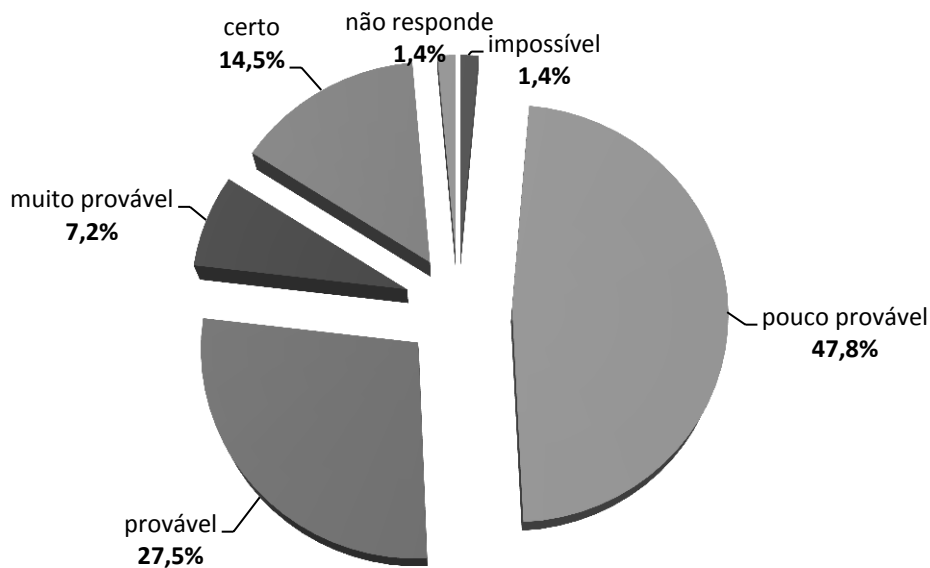
Quadro 13 - No seu entender, os *talking heads* editados em vídeo por si perdem qualidade formal?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	12	29,3	22	53,7	3	7,3	-	-	1	2,4	-	-	3	7,3

Porém, a avaliar pelos resultados exibidos no Quadro 13, a esmagadora maioria dos jornalistas questionados (83%) opina que nunca (29,3%) ou raramente (53,7%) os *talking heads* montados por estes diminuem de qualidade formal.

4.3.1.3.2. Qualidade formal dos *clips off*

Gráfico 30 - Os *clips off* editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?



Segundo o Gráfico 30, quase metade dos indivíduos inquiridos (49,2%) sustentam que é impossível (1,4%) ou pouco provável (47,8%) que os *clips off* montados pelos jornalistas de televisão percam qualidade formal. Em contrapartida, mais de um terço dos sujeitos respondentes (34,7%) assinalam que é provável (27,5%) ou muito provável (7,2%) que os *clips off* editados em vídeo pelos jornalistas podem perder qualidade em termos de forma. Para além do mais, somente uma pequena parte (14,5%) é que tem a certeza. Todavia, a maioria dos editores de imagem auscultados (53,8%) assinala que é certo que os *clips off* montados pelos jornalistas podem perder qualidade formal.

Quadro 14 - No seu entender, os *clips off* editados em vídeo por si perdem qualidade formal?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	10	24,4	23	56,1	5	12,2	-	-	1	2,4	-	-	2	4,9

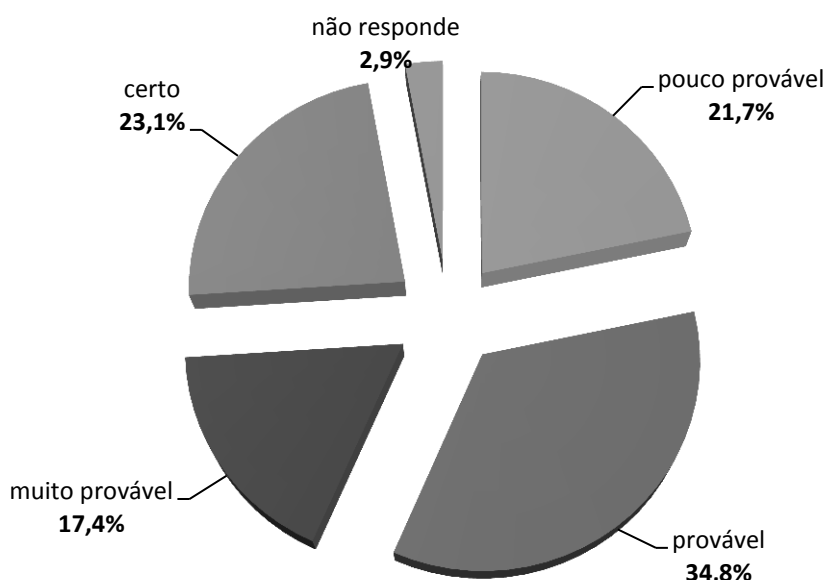
Conforme os resultados disponíveis no Quadro 14, a larga maioria dos jornalistas inquiridos (80,5%) entende que nunca (24,4%) ou raramente (56,1%) este tipo de conteúdo perde qualidade em termos de forma.

Sobre este assunto, o diretor de informação da SIC realça que os *talking heads* e os *clips off* editados em vídeo pelos jornalistas não perdem qualidade, nem em termos de forma nem em termos noticiosos.

4.3.1.3.3. Qualidade formal das pequenas peças noticiosas

Ao contrário dos *talking heads* e dos *clips off*, as pequenas peças noticiosas já exigem uma montagem mais cuidada, quer em termos técnicos quer em termos estéticos.

Gráfico 31 - As pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?



Pela consulta do Gráfico 31, afere-se que mais de metade dos profissionais da informação televisiva auscultados (52,2%) mencionam que é provável (34,8%) ou muito provável

(17,4%) que as pequenas peças informativas montadas por jornalistas possam perder qualidade formal. De maneira a reforçar esta probabilidade, uma parte significativa (23,1%), sobretudo os editores de imagem (69,2%), está convicta que este tipo de conteúdo informativo televisivo quando editado em vídeo por jornalistas perde qualidade em termos de forma.

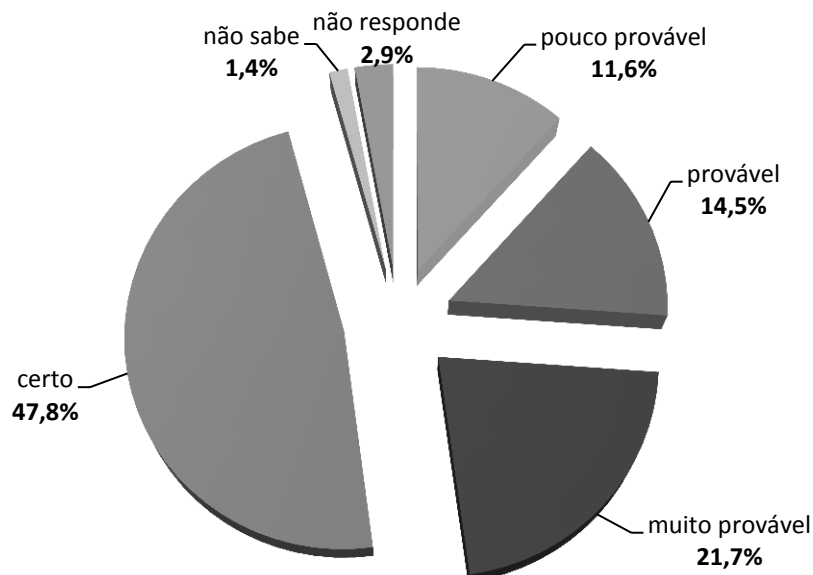
Quadro 15 - No seu entender, as pequenas peças noticiosas editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	3	7,7	13	33,3	13	33,3	5	12,8	3	7,7	-	-	2	5,1

No entanto, como se pode verificar pela visualização do Quadro 15, os jornalistas quando interrogados se, na sua opinião, as pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos próprios perdem qualidade formal, mais de um terço dos jornalistas que editam em vídeo este tipo de conteúdo (41%) respondem que nunca (7,7%) ou raramente (33,3%). Neste seguimento, um terço dos jornalistas questionados (33,3%) aponta que às vezes as pequenas peças informativas perdem qualidade em termos de forma. Por último, pouco mais do que um quinto dos jornalistas inquiridos (20,5%) acham que sempre (7,7) ou muitas vezes (12,8%) as suas pequenas peças diminuem de qualidade formal. De salientar que todas as respostas referentes ao item “sempre” são dadas por jornalistas mais jovens (dos 20 aos 29 anos).

4.3.1.3.4. Qualidade formal das reportagens

Gráfico 32 - As reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?



Face aos resultados apurados, cujos valores estão patenteados no Gráfico 32, para praticamente metade dos sujeitos inquiridos (47,8%) é uma certeza que, em termos de forma, as reportagens montadas pelos jornalistas perdem qualidade. Neste sentido, para mais de um terço dos respondentes (36,2%) é provável (14,5%) ou muito provável (21,7%) que as reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas percam qualidade formal.

Em posição contrária, uma reduzida parte dos indivíduos auscultados (11,6%) é que julga que é pouco provável que este tipo de conteúdo informativo televisivo, pelo facto de serem editados em vídeo pelos jornalistas, perca qualidade ao nível da forma.

Quadro 16 - No seu entender, as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?

	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	2	8,0	7	28,0	5	20,0	5	20,0	4	16,0	1	4,0	-	-

Contudo, conforme os dados apresentados no Quadro 16, unicamente um terço jornalistas sondados que editam em vídeo reportagens (36%) refere que as suas reportagens perdem sempre (16%) ou muitas vezes (17,7%) qualidade formal. Contrariamente, curiosamente o mesmo número de jornalistas (36%) declara que nunca (8%) ou muitas vezes (20%) as suas

reportagens, pelo facto de serem os próprios a editar em vídeo, perdem qualidade em termos de forma.

Neste ponto convém realçar que são os jornalistas mais jovens (dos 20 aos 29 anos) que mais declaram que as suas reportagens diminuem de qualidade formal.

Estes resultados provam que, por um lado, os conteúdos informativos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas perdem qualidade, sobretudo em termos de forma, e, por outro, os profissionais da informação televisiva auscultados reconhecem que os editores de imagem são os profissionais mais bem preparados para desempenhar esta função/ tarefa. Nesta ótica, tanto o chefe dos repórteres de imagem, Guilherme Lima, como o chefe dos editores de imagem, Domingos Ferreira, não têm qualquer dúvida em referir que os conteúdos informativos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas perdem qualidade formal em comparação com os montados pelos editores de imagem, nomeadamente as pequenas peças noticiosas e as reportagens.

A este propósito, o diretor de informação da SIC admite que alguns conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas podem perder alguma qualidade formal. Porém, no entender de Alcides Vieira, esta redução de qualidade em termos de forma é compensada com mais diversidade na oferta jornalística, quer da informação diária quer da informação não diária.

No início deste processo, em 2000, Alcides Vieira reconhece que alguns jornalistas não estavam devidamente preparados para montar os seus conteúdos informativos televisivos. Todavia, o diretor de informação da estação de televisão de Carnaxide sublinha que se se analisar os conteúdos jornalísticos televisivos produzidos nos primeiros tempos e os concebidos hoje, verifica-se que nos de hoje há muito menos erros, tendo havido uma aprendizagem por parte dos jornalistas. Com semelhante perspetiva, Domingos Ferreira recorda que, no início e nos primeiros anos, houve sem qualquer sombra de dúvida diminuição de qualidade nos conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas. Não obstante, através da experiência adquirida pelos jornalistas ao longo do tempo, a perda de qualidade foi reduzindo. Deste modo, ainda nas palavras do coordenador os editores de imagem, presentemente, os erros e/ou as falhas não são tão evidentes, pelo menos, os telespetadores não os conseguem detetar.

De qualquer maneira, para o Domingos Ferreira, se os jornalistas televisivos estiverem preocupados com a realização de várias funções/ tarefas, a qualidade dos conteúdos informativos televisivos será sempre mediana. No entanto, se no processo de produção noticioso participarem os três profissionais, quer isto dizer, o jornalista que investiga e confirma os factos, o repórter de imagem que capta boas imagens e o editor de imagem que monta o material reco-

lhido, produzem-se conteúdos noticiosos televisivos com mais qualidade, tanto em termos jornalísticos como em termos de forma.

Por outra parte, de modo a evitar a perda de qualidade formal, Alcides Vieira defende que os jornalistas só devem montar os conteúdos noticiosos televisivos que requerem operações básicas de montagem, designadamente os *talking heads*, os *clips off* e as pequenas peças informativas, pelo que os conteúdos jornalísticos televisivos que necessitem de uma montagem mais complexa e cuidada, como sejam as reportagens, devem ser montados pelos editores de imagem.

Como é explicado pelo diretor de informação da SIC, presentemente a grande parte das pequenas peças noticiosas e das reportagens difundidas diariamente nos dois principais programas jornalísticos da SIC enquanto canal de televisão generalista, ou seja, no ‘Primeiro Jornal’, transmitido a partir das 13 horas, e o ‘Jornal da Noite’, emitido a partir das 20 horas, continua a ser montada pelos editores de imagem. Uma vez que os públicos destes espaços noticiosos televisivos reclamam uma informação mais trabalhada, comparativamente com a informação veiculada na antena da *SIC Notícias*, e não aceitam determinadas falhas formais. Assim, «os espetadores parecem interessados em conteúdos com apuro técnico e estético (...)» (Torres, 2011: 27). Por seu lado, os públicos de um canal de 24 de informação aceitam algumas falhas, atribuindo um maior valor à informação permanentemente atualizada. De acordo com Alcides Vieira, os jornalistas da SIC editam em vídeo conteúdos informativos televisivos essencialmente para os diversos serviços noticiosos da *SIC Notícias*.

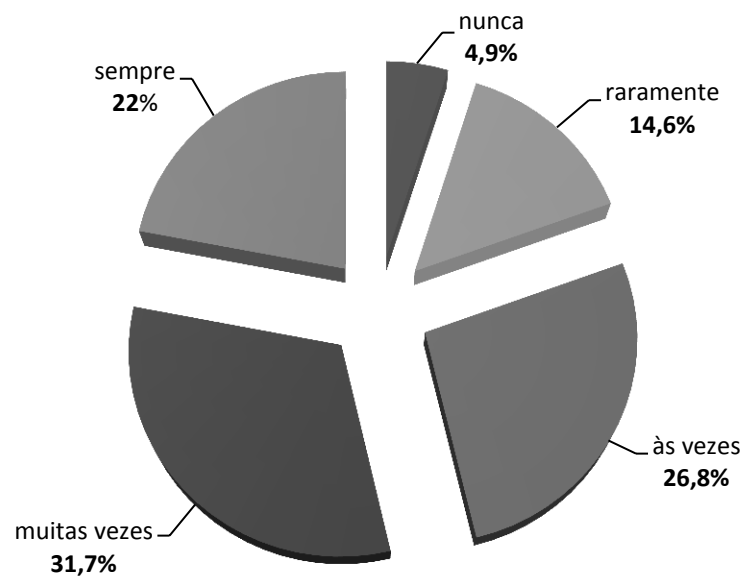
No caso da TVI, na opinião do diretor adjunto de informação entrevistado, Mário Moura, também não há qualquer tipo de dúvida que os conteúdos noticiosos televisivos montados pelos editores de imagem apresentam mais qualidade do que os editados em vídeo pelos jornalistas. Para Mário Moura, os jornalistas não montam tão bem como os editores de imagem, já que estes últimos profissionais da informação televisiva tiveram uma formação especializada para executar esta função/ tarefa. Contudo, pese embora considere que os conteúdos informativos televisivos montados pelos editores de imagem são de qualidade superior, o diretor adjunto de informação da TVI reconhece que os *talking heads* e os *clips off* editados em vídeo pelos jornalistas não perdem qualidade, tanto ao nível noticioso como ao nível formal.

Acerca da qualidade dos conteúdos noticiosos veiculados nos serviços informativos da TVI, enquanto canal generalista e canal de informação contínua, cuja montagem é efetuada pelos próprios jornalistas, o chefe dos editores de imagem da TVI, João Ferreira, admite que esta é aceitável. No seu entendimento, a qualidade não fica comprometida, porque houve uma formação adequada e, quando surgem dúvidas, os jornalistas vão ao encontro dos editores de

imagem com vista a esclarecê-las. No contexto da produção da informação diária, os editores de imagem deste operador de televisão encontram-se na redação para dar apoio aos jornalistas no que se refere à montagem de conteúdos informativos televisivos.

4.3.1.4. Maior controlo sobre o processo de produção informativa

Gráfico 33 - Pelo facto de editar em vídeo, tem um maior controlo sobre o processo de produção informativa?

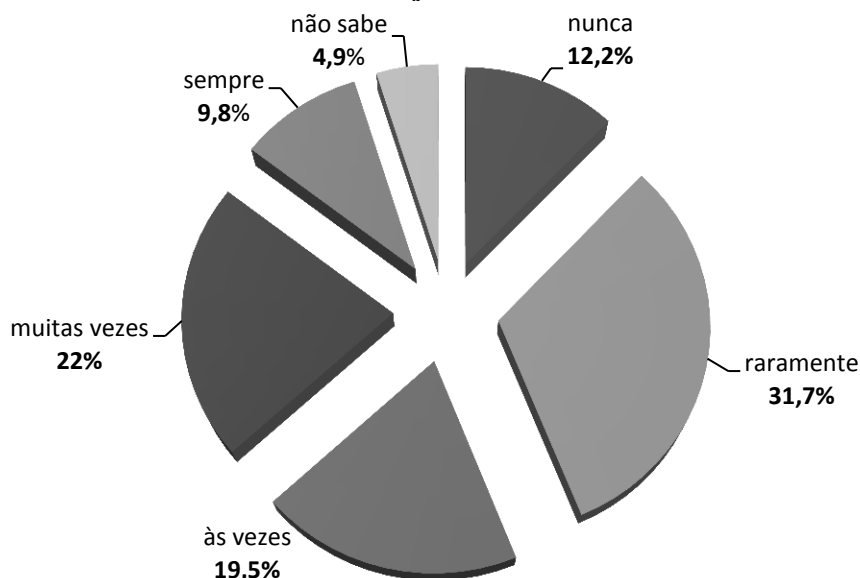


De acordo com os resultados disponibilizados no Gráfico 33, a maioria dos jornalistas inquiridos (53,7%) indica que sempre (22%) ou, pelo menos, muitas vezes (31,7%), pelo facto de editar em vídeo, possui um maior controlo sobre o processo de produção informativa. Pelo lado contrário, constata-se que mais de um quarto dos jornalistas inquiridos (26,8%) mencionam que apenas às vezes consideram ter um maior controlo, enquanto um quinto (19,5%) aponta que raramente (14,6%) ou nunca (4,9%) detém mais controlo no processo de conceção de conteúdos informativos televisivos, sendo que são os jornalistas mais jovens (dos 20 aos 29 anos) os que mais assinalam estas respostas.

Na percepção do diretor de informação da SIC, os telejornalistas, quando montam os seus conteúdos noticiosos televisivos, gozam de um maior controlo do processo de produção jornalística. De todo este processo, os jornalistas só não controlam a captação de imagem, sendo da competência dos repórteres de imagem. De qualquer maneira, os jornalistas acompanham todo o processo produtivo noticioso.

Porém, este maior controlo não parece contribuir para uma maior coerência dos conteúdos noticiosos, ou seja, não existe uma melhor conjugação entre a parte sonora, sobretudo da voz-off, e a parte visual, visto que, à luz dos resultados representados no Gráfico 34, uma parte muito considerável dos jornalistas inquiridos (43,9%) sublinha que nunca (12,2%) ou raramente (31,7%) esta situação acontece. Nesta linha, para um quinto (19,5%) dos jornalistas questionados sucede apenas às vezes. Pelo sentido contrário, pouco mais de um quinto dos jornalistas respondentes (22%) responde que muitas vezes e uma minoria (9,8%) admite que sempre que, devido a um maior controlo, verifica-se uma melhor coerência dos seus conteúdos informativos.

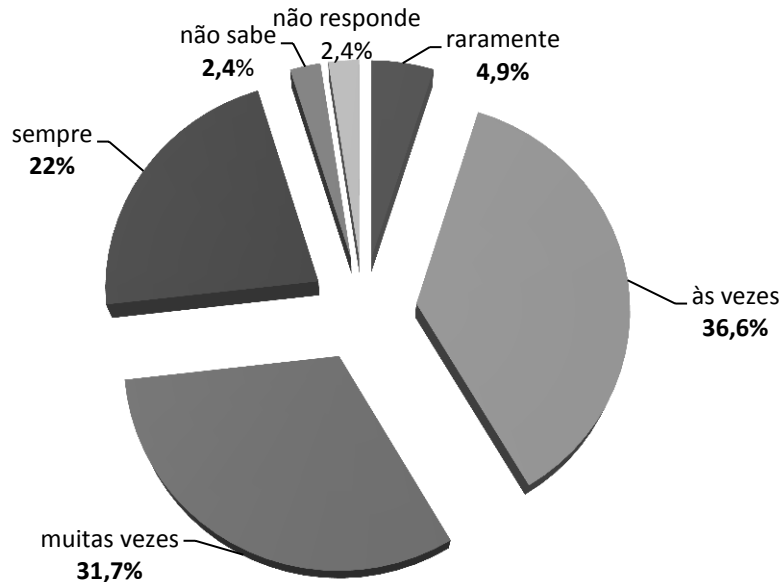
Gráfico 34 - Este maior controlo contribui para uma melhor coerência dos seus conteúdos jornalísticos televisivos?



Estes resultados não vão ao encontro dos resultados obtidos noutras investigações (Cottle e Ashton, 1999; García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d; Domingo *et al.*, 2007; Micó *et al.*, 2009; García Avilés, 2010), nas quais são realçadas que o maior controlo leva a que os conteúdos informativos apresentem mais coerência entre a componente sonora e a componente visual.

4.3.1.5. Disponibilização dos conteúdos noticiosos televisivos com uma maior brevidade

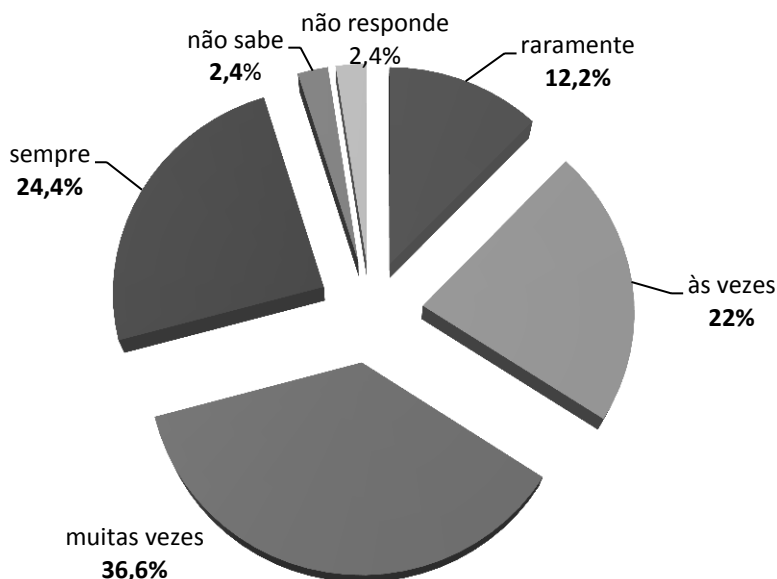
Gráfico 35 - Pelo facto de os jornalistas editarem em vídeo, vê reduzidos e mesmo eliminados os tempos de espera despendidos para montar em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos com os editores de imagem?



Dos resultados expostos no Gráfico 35, apura-se que a maioria dos jornalistas auscultados (53,7%) indica que sempre (22%) ou, pelo menos, muitas vezes (31,7%) vê reduzidos e mesmo eliminados os tempos de espera despendidos para montar os seus conteúdos com os editores de imagem. No entanto, para mais de um terço (36,6%), esta situação só se verifica às vezes e para uma minoria (4,9%) acontece raramente.

A este propósito, Alcides Vieira lembra que, antes de os jornalistas desempenharem a função/ tarefa em análise, estes tinham de despende algum do seu tempo na espera da desocupação das salas de edição de vídeo para montar os seus conteúdos informativos televisivos com os editores de imagem. Este tempo poderia ultrapassar as 2 horas. Tal como já foi esclarecido, o número de salas de montagem, bem como o número de editores de imagem, é muito reduzido face ao número de jornalistas. Com efeito, as salas de edição estão permanentemente ocupadas e os jornalistas têm de esperar pela sua vez. Esta prática faz perder muito tempo aos jornalistas. Neste contexto, segundo Alcides Vieira, para os jornalistas é frustrante ter uma notícia para dar, mas não a podem divulgar porque estão dependentes da disponibilidade das salas de edição de vídeo para montar os seus conteúdos noticiosos televisivos com os editores de imagem.

Gráfico 36 - Pelo facto de editar em vídeo, o processo de montagem é mais rápido, visto que não depende de terceiros para editar em vídeo?



Neste seguimento, tal como se pode ver no Gráfico 36, a maioria dos jornalistas inquiridos (61%) considera que sempre (24,4%) ou muitas vezes (36,6%) o processo de montagem é mais rápido, dado que estes já não estão dependentes da disponibilidade de terceiros para editar em vídeo alguns dos seus conteúdos noticiosos televisivos. Para mais de um quinto dos jornalistas interrogados (22%), esta situação só acontece às vezes e apenas para uma pequena parte (12,2%) é que raramente se verifica.

De acordo com o diretor de informação da SIC, para além de os jornalistas terem de esperar pela desocupação de uma sala de edição de vídeo, quando montam em vídeo com os editores de imagem, os jornalistas ainda tem de explicar aos editores de imagem o que pretendem e, por consequência, perde-se mais algum tempo. Deste modo, ainda segundo Alcides Vieira, os jornalistas, ao editarem em vídeo, disponibilizam os conteúdos noticiosos televisivos para difusão com uma maior rapidez.

Também no caso da TVI, os vários entrevistados, tais como Mário Moura ou João Maia Abreu ou António Prata, entendem que os jornalistas televisivos, ao não dependerem da disponibilidade dos editores de imagem, conseguem aprontar os conteúdos informativos televisivos num mais curto espaço de tempo. Na perceção de um dos coordenadores dos repórteres de imagem da TVI, Rui Romão, como o jornalista esteve no terreno, conhece o que fez no terreno e, por isso, perde menos tempo na montagem, dado que sabe quais as imagens que tem e sabe, sobretudo, onde estão. Por sua parte, os editores de imagem estão na redação e, por vezes, as imagens chegam em cima da hora do jornal e não conhecem o material audiovisual re-

colhido e nem a “estória” que terá de ser contada. Assim, os editores de imagem perdem muito tempo à procura das imagens e, às vezes, não chegam a colocar as melhores. Mas os jornalistas sabem o que querem, sabem exatamente onde estão as imagens que precisam e, nestas situações, a qualidade sai beneficiada.

Alguns estudos apontam resultados idênticos, evidenciando que os jornalistas de televisão deixam, cada vez mais, de depender dos editores de imagem para montar os seus conteúdos informativos televisivos e, com efeito, este processo é mais célebre (García Avilés e León, 2002; García Avilés *et al.*, 2004; García Avilés, 2006a; García Avilés, 2010).

4.3.1.6. Atualização dos conteúdos noticiosos televisivos

No contexto de funcionamento dos canais de televisão de 24 horas de informação, é crucial que os conteúdos jornalísticos televisivos sejam permanentemente atualizados, seja para refazer um conteúdo, para acrescentar um dado novo ou para retificar uma informação.

Gráfico 37 - Pelo facto de editar em vídeo, com que frequência atualiza os seus conteúdos informativos televisivos?



Relativamente à frequência com que os jornalistas inquiridos procedem à atualização dos seus conteúdos noticiosos televisivos, de acordo com os resultados exibidos no Gráfico 37, menos de metade dos jornalistas (46,3%), que formam a amostra sondada, assinalam que sempre (14,6%) ou, pelo menos, muitas vezes (31,7%) os atualizam. Todavia, para outra porção dos jornalistas consultados (48,8%), a atualização dos seus conteúdos informativos televisivos

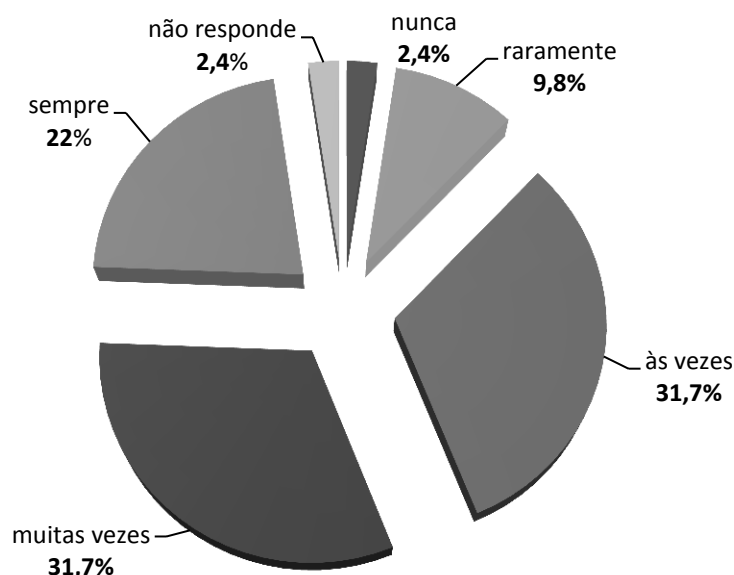
não é uma prática corrente, dado que uma parte destes jornalistas (31,7%) responde só “às vezes” e a restante parte (17,1%) diz que “raramente”.

No entanto, o diretor de informação da SIC, ciente de que, no contexto de um canal de 24 horas de informação, é determinante a atualização dos conteúdos noticiosos televisivos, sustenta que os jornalistas da SIC fazem reedições dos seus conteúdos informativos televisivos durante o dia.

Para além dos jornalistas televisivos não dependerem da disponibilidade das salas de montagem e dos editores de imagem para fazerem alterações de última hora nos seus conteúdos noticiosos televisivos, tal como recorda o coordenador dos editores de imagem da SIC, através dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo é mais fácil e simples, quer para os jornalistas quer para os editores de imagem, inserirem estas modificações. Estes sistemas de edição de vídeo permitem que os profissionais da informação televisiva, sem o esforço que seria necessário despendido se a edição de vídeo fosse executada num sistema de edição linear de vídeo, alterar e/ou atualizar os seus conteúdos noticiosos televisivos com uma maior facilidade (García Avilés, 2006a).

4.3.2. Aumento da produção jornalística televisiva

Gráfico 38 - Pelo facto de editar em vídeo, aumenta o número de conteúdos informativos televisivos produzidos por cada dia de trabalho?



Como se pode observar no Gráfico 38, mais de metade dos jornalistas inquiridos (53,7%) referem que sempre (22%) ou muitas vezes (31,7%), pelo facto de serem os próprios a

montar em vídeo, produzem mais conteúdos noticiosos televisivos por cada de dia de trabalho. Em contraposição, uma parte expressiva dos jornalistas sondados (31,7%) menciona que esta situação só sucede às vezes. Porém, somente uma pequena parte dos jornalistas respondentes (12,2%) é que assinala que raramente (9,8%) ou nunca (2,4%) é que elabora mais conteúdos informativos televisivos por editá-los em vídeo.

No que concerne a esta matéria, na ótica do diretor de informação da SIC, não foi só o número de conteúdos informativos televisivos concebidos por cada jornalista que aumentou, mas igualmente a quantidade de conteúdos noticiosos televisivos gerados pela redação, uma vez que, como se irá ver mais à frente, pelo facto de os jornalistas assumirem a edição de vídeo de alguns dos conteúdos informativos televisivos, os editores de imagem começaram a ter mais tempo para se dedicar a outros tipos de conteúdos jornalísticos televisivos, nomeadamente às médias e às grandes reportagens ou às reportagens especiais. Ora, tal como faz questão de evidenciar Alcides Vieira, a oferta informativa não aumentou unicamente em termos de quantidade, mas igualmente em diversidade, com o propósito de servir melhor os seus públicos.

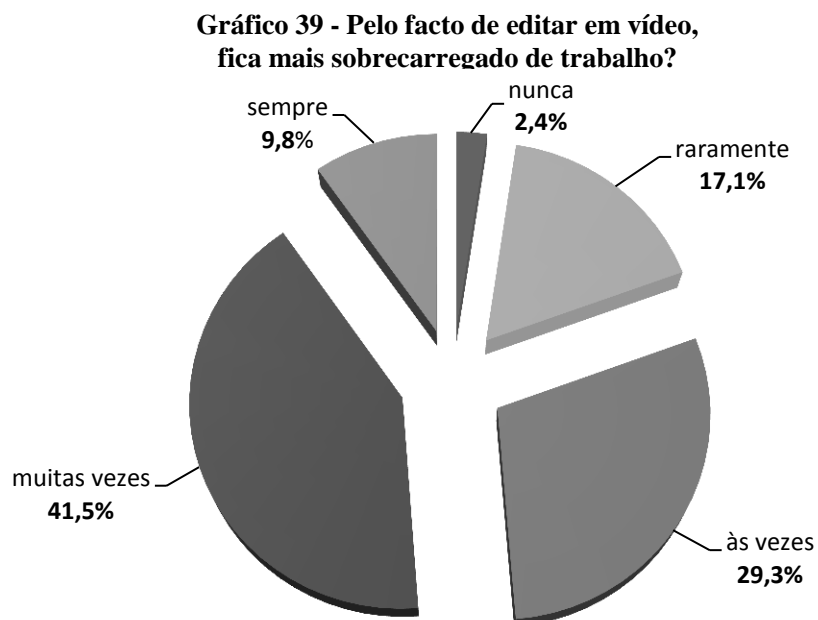
Ainda a este respeito, o diretor de informação da estação televisiva de Carnaxide não tem qualquer dúvida em afirmar que, se os telejornalistas não editassem em vídeo uma parte dos conteúdos informativos televisivos, um canal de 24 horas de informação não conseguiria responder em volume e nem no tempo útil às solicitações dos públicos deste tipo de canal televisivo.

No caso da TVI, Mário Moura confirma também que, com os jornalistas televisivos a editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, a redação aumentou consideravelmente a sua produção noticiosa, quer no âmbito da informação diária quer no âmbito da informação não diária, tendo-se verificado, deste modo, um incremento da produtividade, visto que, praticamente com os mesmos recursos humanos, a redação concebe um maior número de conteúdos jornalísticos televisivos. Esta ideia é partilhada quer pelo coordenador da redação quer pelo chefe dos editores de imagem.

Diversos estudos apontam resultados semelhantes (Cottle e Ashton 1999; García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c, 2006d), destacando que os jornalistas televisivos, ao editarem em vídeo, aumentam a quantidade de conteúdos informativos produzidos pelas redações televisivas.

4.3.3. Questões laborais

4.3.3.1. Os jornalistas televisivos ficam mais sobrecarregados de trabalho



Conforme o Gráfico 39, a maioria dos jornalistas inquiridos (51,3%) aponta que fica sempre (9,8%) ou muitas vezes (41,5%) sobrecarregada de trabalho devido a ter de montar os seus conteúdos noticiosos televisivos. Inversamente, um quinto dos jornalistas auscultados (19,5%) declara que nunca (2,4%) ou raramente (17,1%) fica sobrecarregado de trabalho em virtude de exercer a função/ tarefa em análise.

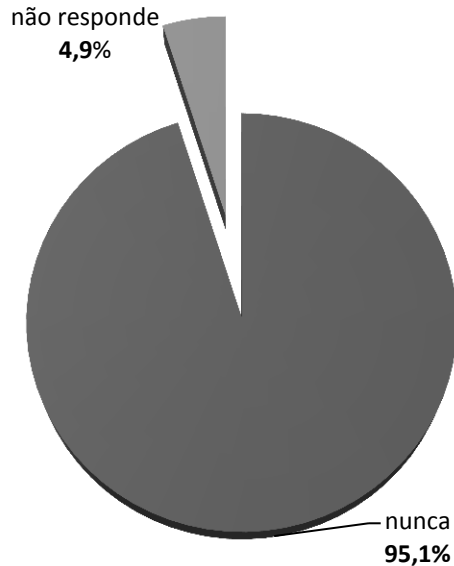
Em termos etários, são os jornalistas mais jovens (64,2%), isto é, os pertencentes ao escalão etário dos 20 aos 29 anos, que mais assinalam que, pelo facto de editar em vídeo, ficam sempre (7,1%) ou, sobretudo, muitas vezes (57,1%) mais sobrecarregados de trabalho.

No que toca ao género, são os jornalistas do sexo feminino (60,9%) que sentem mais a sobrecarga laboral, visto que 17,4 por cento indicam que sempre e 43,5 por cento declaram que muitas vezes, face às respostas facultadas pelos jornalistas do sexo oposto aos mesmos itens (41,2%).

Os resultados obtidos estão em sintonia com resultados de outras investigações (Cottle e Ashton, 1999; Pavlik, 2000; García Avilés e León, 2002; Deuze, 2004; Rintala e Suolanen, 2005; García Avilés, 2006a, 2006b, 2006c, 2006d, 2010), que apuraram que o facto de os jornalistas televisivos desempenharem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos contribui para uma sobrecarga laboral.

4.3.3.2. Compensação financeira

Gráfico 40 - Pelo facto de editar em vídeo, recebe alguma compensação financeira?



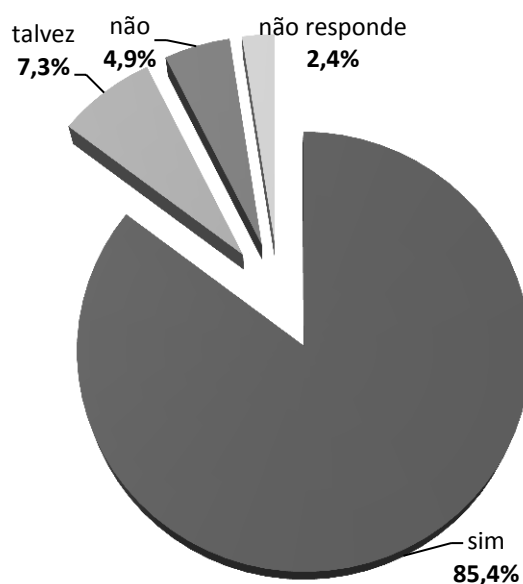
Mediante o Gráfico 40, a totalidade dos jornalistas questionados (100%), que responderam a esta pergunta, declara que nunca recebeu qualquer compensação financeira por editar em vídeo conteúdos informativos televisivos.

Alguns estudos (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006a, 2006c, 2010; Rintala e Suolanen, 2005; García Avilés, 2006c; Fernandes e Cascais, 2006) fazem referência a esta situação, ou seja, que os jornalistas de televisão não são compensados em termos remuneratórios por montar conteúdos noticiosos. Todavia, por exemplo, na RTP, como foi explicado por José Manuel Portugal, que para além de docente na Faculdade de Letras na Universidade de Coimbra, é diretor adjunto de informação do operador público de televisão, os repórteres de imagem sediados nas delegações regionais da RTP recebem uma compensação financeira por editar em vídeo, estando esta gratificação incluída no seu salário.

4.3.4. Mudanças na atuação dos jornalistas televisivos pelo facto de editarem em vídeo conteúdos informativos

4.3.4.1. Os jornalistas televisivos começam no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo noticioso em imagens e sons

Gráfico 41 - Pelo facto de editar em vídeo, começa no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo jornalístico televisivo em imagens e sons?

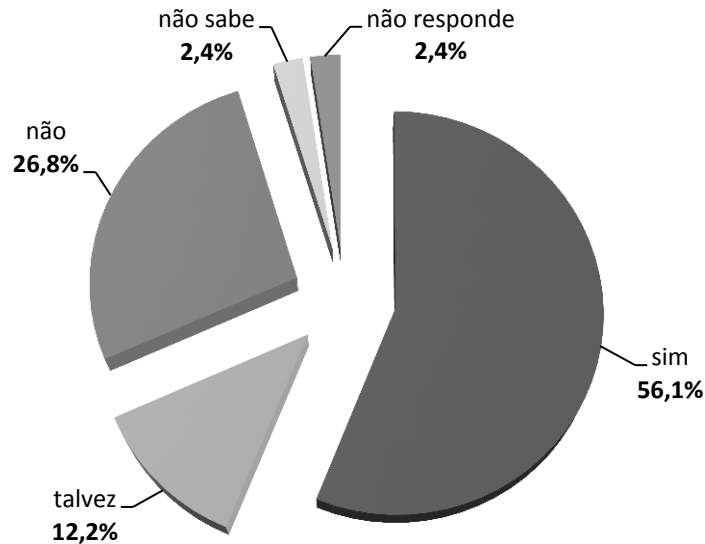


Como é observável no Gráfico 41³², praticamente a globalidade dos jornalistas inquiridos (92,7%) destaca que, pelo facto de editar em vídeo, começa no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo informativo televisivo em imagens e sons. Ainda não há muito tempo, os jornalistas televisivos preocupavam-se quase exclusivamente com a parte textual dos seus conteúdos noticiosos televisivos, ficando a parte visual a cargo dos repórteres de imagem e dos editores de imagem. A partir do momento em que a montagem começou a ser realizada também pelos jornalistas, estes tiveram de dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos noticiosos televisivos.

³² Estes resultados que estão representados neste gráfico e nos seguintes, até indicação em contrário, referem-se às respostas fornecidas unicamente por jornalistas.

4.3.4.2. Os jornalistas televisivos começaram a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos noticiosos

Gráfico 42 - Pelo facto de editar em vídeo, começou a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos jornalísticos televisivos?



Desta maneira, conforme o Gráfico 42, mais de dois terços dos jornalistas auscultados (68,3%) afirmam que, por montarem em vídeo, começaram a prestar mais atenção à componente visual dos seus conteúdos noticiosos televisivos. Contudo, mais de um quarto dos jornalistas respondentes (26,8%) dizem que, pelo facto de desempenharem a função/ tarefa de editar em vídeo, não começaram a dar mais atenção à componente visual dos seus conteúdos informativos televisivos, sendo os jornalistas mais velhos (com 40 ou mais anos) (37,5%) que mais assinalam esta resposta.

Na perceção de mais de metade dos repórteres de imagem inquiridos (53,4%), todos (6,7%) ou a maior parte dos jornalistas (46,7%), por editarem em vídeo, começaram a dispensar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos noticiosos televisivos.

Neste panorama, alguns estudos (García Avilés e León, 2002; García Avilés, 2006c) apontam semelhantes resultados, realçando que os jornalistas de televisão, ao terem a responsabilidade de editar em vídeo, começaram a preocupar-se mais com a componente visual dos seus conteúdos informativos televisivos.

Assim sendo, ao preocuparem-se também com a parte visual dos seus conteúdos noticiosos televisivos, os jornalistas televisivos estão mais conscientes das imagens e sons que precisam para emitir as mensagens noticiosas.

4.3.4.3. Os jornalistas televisivos estão mais conscientes das imagens e sons que necessitam para transmitirem as mensagens noticiosas

Gráfico 43 - Pelo facto de editar em vídeo, tornou-o mais consciente das imagens e sons que necessita para transmitir a mensagem noticiosa que pretende?



Desta forma, observando o Gráfico 43, verifica-se que para três quartos dos jornalistas interrogados (75,4%), a exigência de editar em vídeo conteúdos informativos televisivos, tornou-os mais conscientes das imagens e sons que precisam para veicular as mensagens informativas que pretendem, na medida em que «(...) o jornalista de televisão no processo de produção de notícia procura encontrar imagens para provar que os fatos aconteceram e *saltem aos olhos* dos telespectadores» (Vizeu e Cabral, 2009: 3).

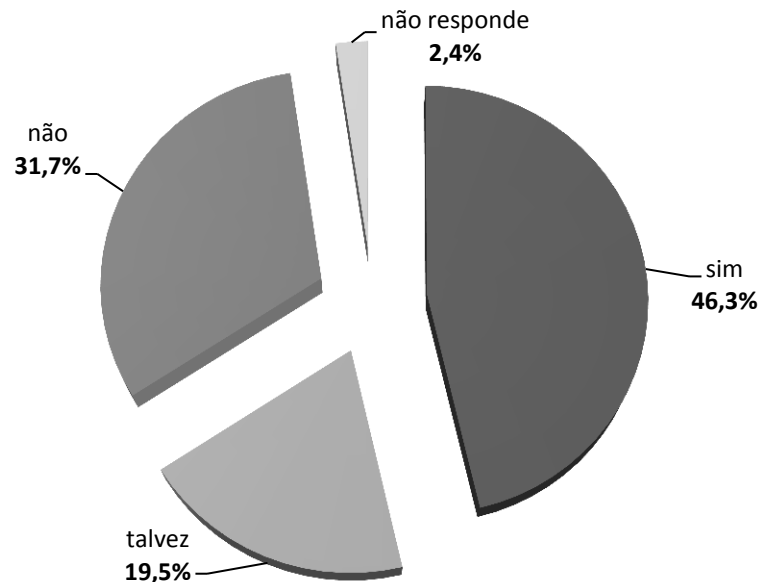
Todavia, no entender da maioria dos repórteres de imagem inquiridos (53,4%), só alguns (26,7%) ou poucos (26,7%) são os jornalistas que estão cientes das imagens e sons necessários para transmitir o que pretendem. De qualquer forma, para um número muito expressivo de repórteres de imagem consultados (46,7%), todos (6,7%) ou a maior parte (40%) dos jornalistas estão mais conscientes das imagens e sons que precisam para conceber os conteúdos noticiosos televisivos.

Por seu turno, na opinião da esmagadora maioria dos editores de imagem (84,7%), os jornalistas televisivos estão mais cientes das imagens e sons que precisam para elaborar os seus conteúdos informativos televisivos.

Com efeito, estando os jornalistas de televisão mais conscientes do material audiovisual necessário para produzir os seus conteúdos noticiosos televisivos, podem envolver-se mais no trabalho dos repórteres de imagem.

4.3.4.4. Maior envolvimento no trabalho dos repórteres de imagem

Gráfico 44 - Pelo facto de editar em vídeo, existe um maior envolvimento no trabalho dos repórteres de imagem?



Através dos resultados expostos no Gráfico 44, constata-se que para dois terços dos jornalistas auscultados (65,8%), por editarem em vídeo conteúdos informativos televisivos, existe um maior envolvimento no trabalho dos repórteres de imagem. No entanto, esta ideia é rejeitada por uma parte considerável dos jornalistas sondados (31,7%), sendo que são os jornalistas mais velhos (com 40 ou mais anos) (25%) e do género feminino (56,5%) que menos se envolvem no trabalho dos profissionais da captação de imagem. Em contrapartida, são os jornalistas mais jovens (dos 20 aos 29 anos) (88,4%) e do género masculino (76,4%) que declaram mais se envolver no trabalho dos repórteres de imagem.

A este propósito, o diretor de informação da SIC refere que, ainda que seja da competência dos repórteres de imagem, a recolha de imagens e sons é um trabalho de equipa, visto que os jornalistas podem pedir certas imagens e sons. Porém, no ponto de vista de praticamente metade dos repórteres de imagem respondentes (46,7%), só alguns jornalistas, pelo facto de montarem em vídeo os seus próprios conteúdos informativos televisivos, se envolvem mais no seu trabalho. Nesta linha, para mais de um quarto dos repórteres de imagem (26,7%) são poucos (20%) ou nenhuns (6,7%) os jornalistas que intervêm na captação do material audiovisual em bruto.

Por outra parte, ao montarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, os jornalistas televisivos podem condicionar o trabalho dos repórteres de imagem, ou seja, a captação de

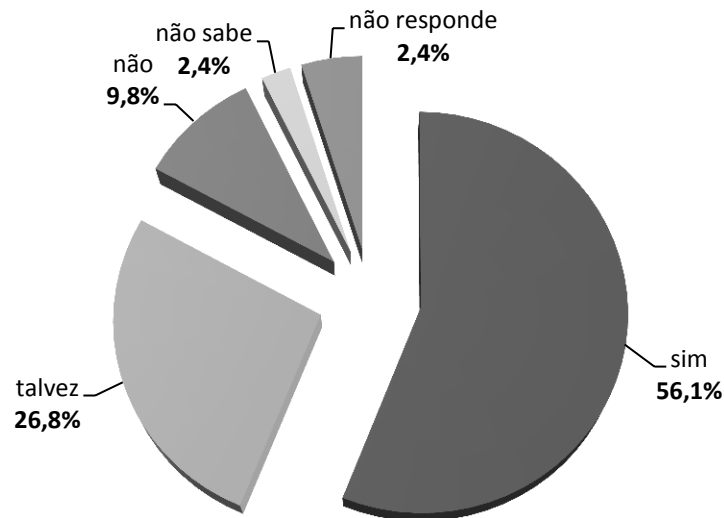
imagens e sons. Neste sentido, praticamente metade dos repórteres de imagem inquiridos (46,7%) evidenciam que às vezes o seu trabalho é condicionado por saberem que o material audiovisual em bruto captado irá ser montado por jornalistas. Para mais de um quarto destes profissionais do registo de imagem (26,7%) nunca (20%) ou raramente (6,7%) é que condiciona a sua atividade. Sobre esta matéria, o chefe dos repórteres de imagem da SIC, Guilherme Lima, afirma que o trabalho dos repórteres de imagem é muitas vezes condicionado pelos jornalistas, dito por outras palavras, os repórteres de imagem quando sabem que o material audiovisual em bruto irá ser editado em vídeo pelos jornalistas alteram a sua maneira de “filmar”. Na perceção do chefe dos repórteres de imagem, os editores de imagens fazem um melhor tratamento do material audiovisual em bruto captado pelos repórteres de imagem, existindo, deste modo, um melhor aproveitamento do trabalho feito por estes profissionais da imagem.

Tal como o coordenador dos repórteres de imagem da TVI entrevistado, Rui Romão, o sucesso do trabalho do repórter de imagem depende em muito de quem vai montar o material audiovisual em bruto registado. Se é verdade que quem monta, pode salvar uma má captação, também é verdade se a montagem não for bem executada, estraga completamente um bom trabalho efetuado pelo repórter de imagem. Com recorda Rui Romão, quando os jornalistas da TVI começaram a editar em vídeo conteúdos noticiosos, os repórteres de imagem não reagiram bem, porque os jornalistas cometiam erros básicos de montagem e colocavam em causa o trabalho realizado pelos repórteres de imagem. Contudo, esses erros foram desaparecendo, uma vez que os jornalistas foram aprendendo com a experiência.

4.3.5. A relação entre jornalistas televisivos e os editores de imagem

4.3.5.1. Conhecimentos sobre a montagem e a estruturação dos conteúdos noticiosos televisivos

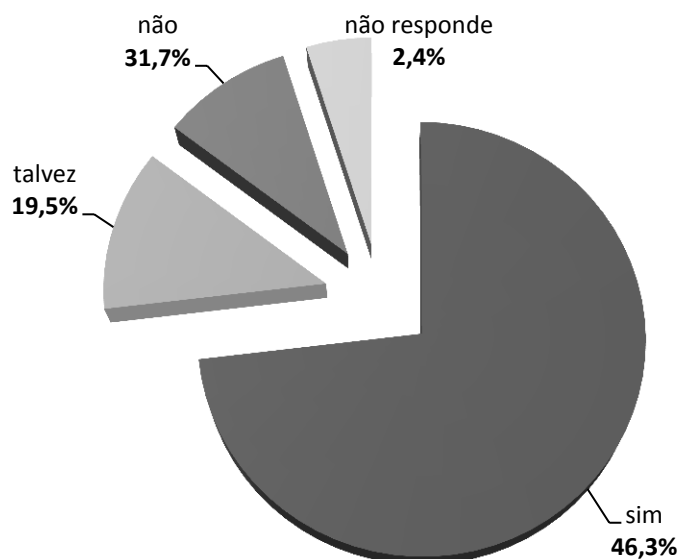
Gráfico 45 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, os conhecimentos que possui sobre a edição de vídeo ajudam-no a estruturar melhor esses conteúdos?



Como se pode ver no Gráfico 45, para uma vasta maioria dos jornalistas consultados (82,5%), mesmo quando os conteúdos noticiosos televisivos não são montados por estes, os conhecimentos que possuem sobre a edição de vídeo ajudam-no a estruturar melhor esses conteúdos. Importa sublinhar que esta opinião é partilhada por mais de metade dos editores de imagem inquiridos (53,9%).

4.3.5.2. Aquisição de conhecimentos sobre a edição de imagem

Gráfico 46 - Quando os seus conteúdos noticiosos são montados por editores de imagem, presta mais atenção ao seu trabalho, com vista a adquirir mais conhecimentos sobre a edição de vídeo?



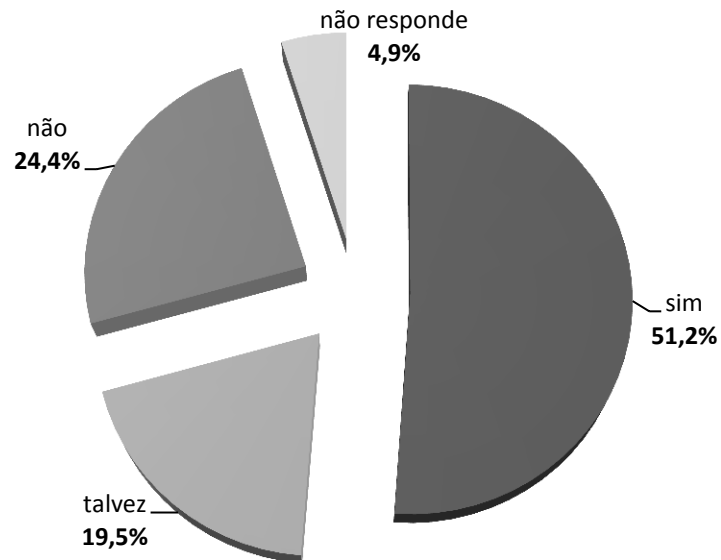
De acordo com o Gráfico 46, uma larga maioria dos jornalistas respondentes (85,4%) menciona que, quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, presta mais atenção ao seu trabalho, com vista a adquirir mais conhecimentos sobre a edição de vídeo.

Deste modo, tal como é destacado pelo coordenador dos editores de imagem da SIC, muitos dos conhecimentos adquiridos pelos jornalistas da SIC no campo da montagem advém dos editores de imagem. Para além da maior parte dos jornalistas ter tido como formadores editores de imagem, estes passaram muitas horas a observar os editores de imagem a montar conteúdos informativos televisivos, tendo assimilado muitos conhecimentos.

Por sua vez, também a grande maioria dos editores de imagem interrogados (84,7%) declara que, quando labora com os jornalistas que editam em vídeo, estes últimos prestam mais atenção ao seu trabalho, com o intuito de absorver mais conhecimentos acerca da montagem.

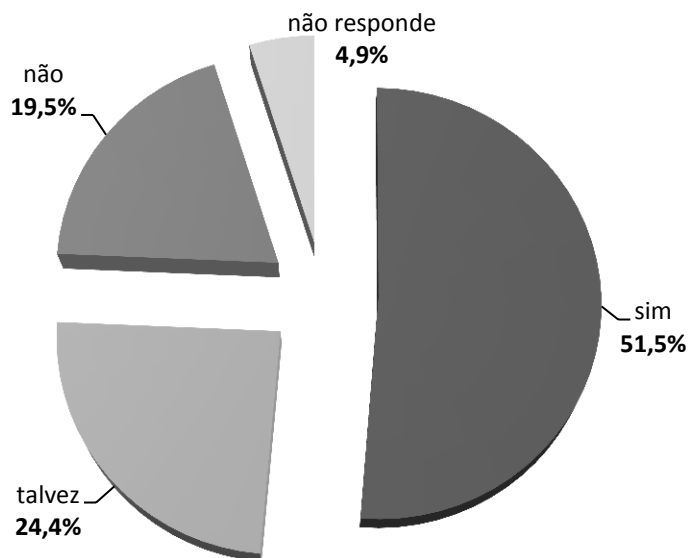
4.3.5.3. Interação mais eficiente entre jornalistas e editores de imagem

Gráfico 47 - Quando os seus conteúdos noticiosos são montados por editores de imagem, há uma interação mais eficiente entre si e os editores de imagem?



Face aos resultados referidos no Gráfico 47, mais de dois terços dos jornalistas respondentes (70,7%) referem que, quando os seus conteúdos informativos televisivos são montados pelos editores de imagem, existe uma interação mais eficiente entre jornalistas e os profissionais da montagem. Desta maneira, os jornalistas, ao saberem editar em vídeo, por um lado, compreendem melhor as decisões de montagem dos editores de imagem e, por outro, podem apresentar mais sugestões. Esta ideia é partilhada por mais de três quartos dos editores de imagem auscultados (77%).

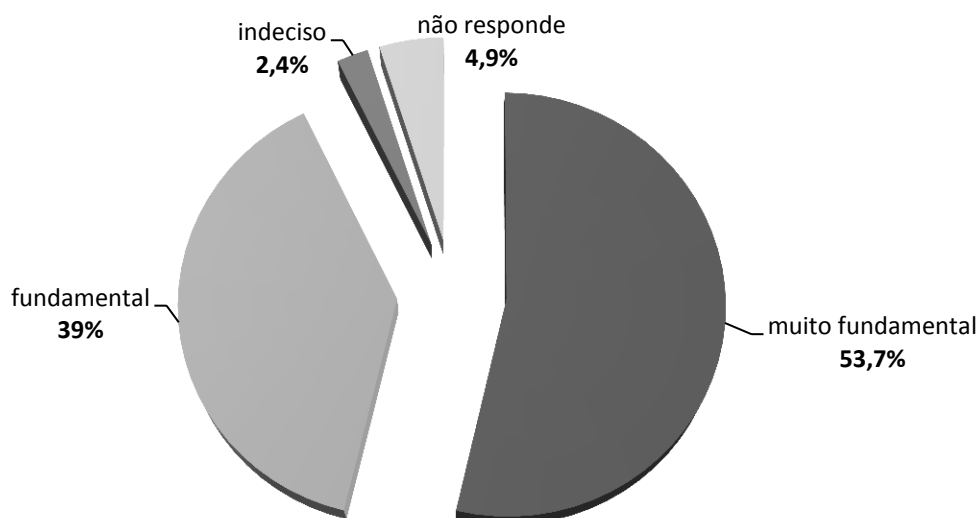
Gráfico 48 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, aumenta a sua participação na edição de vídeo?



No seguimento dos resultados anteriores, mediante os valores inseridos no Gráfico 48, mais de três quartos dos jornalistas inquiridos (75,9%) entendem que, quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, aumenta a sua participação no processo de edição de vídeo. Esta maior colaboração é confirmada por praticamente todos os editores de imagem sondados (92,3%).

4.3.5.4. O trabalho dos editores de imagem no contexto da produção jornalística televisiva

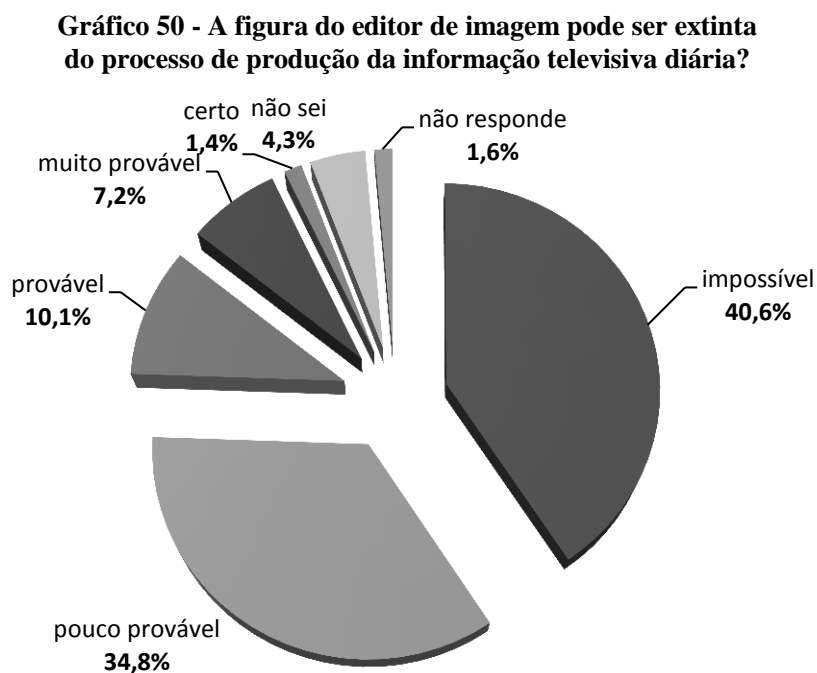
Gráfico 49 - Como vê o trabalho dos editores de imagem no contexto da produção jornalística televisiva?



Perante os resultados inseridos no Gráfico 49, a generalidade dos jornalistas questionados (92,7%) considera fundamental (39%) ou muito fundamental (53,7%) a atividade dos editores de imagem no contexto da produção noticiosa televisiva. Assim sendo, o trabalho dos editores de imagem é valorizado pelos jornalistas e os profissionais da edição de imagem têm a noção disso (76,9%).

4.3.6. Consequências para os editores de imagem

4.3.6.1. Extinção dos editores de imagem do processo de produção da informação televisiva diária



Tendo em vista o Gráfico 50³³, observa-se que três quartos dos profissionais da informação televisiva inquiridos (75,4%) consideram que é impossível (40,6%) ou pouco provável (34,8%) que os editores de imagem sejam extintos da produção da informação televisiva diária. No entanto, uma pequena parte dos indivíduos auscultados (17,3%) entende que é provável

³³ Os resultados introduzidos neste gráfico e nos seguintes, até nova indicação, referem-se às respostas dadas por jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem.

(10,1%) ou muito provável (7,2%) que o processo de produção de informação diária deixe de contar com a participação dos editores de imagem.

Nesta questão, importa sublinhar que apenas uma minoria dos editores de imagem (15,4%) pensa que estes podem deixar de trabalhar na produção jornalística diária, sendo que a esmagadora maioria (84,7%) assinala que é impossível (46,2%) ou pouco provável (38,5%).

A este propósito, o diretor de informação da SIC assegura que, na redação da estação de televisão de Carnaxide, a profissão de editor de imagem não está em extinção, visto que ostenta que os editores de imagem continuam a desempenhar um papel fundamental. Prova disso é que, tal como já tinha sido mencionado, a grande parte dos conteúdos jornalísticos televisivos difundidos nos principais programas noticiosos da SIC enquanto canal generalista continua a ser montada pelos editores de imagem. Para Alcides Vieira, a edição de imagem é decisiva quando se entra num processo de massificação da informação, uma vez que a qualificação numa redação é decisiva, seja dos jornalistas, seja dos repórteres de imagens, seja dos editores de imagem, acrescentando que é na qualificação que está a diferença. Assim, o diretor de informação da SIC defende que, por um lado, há conteúdos noticiosos televisivos que podem ser editados em vídeo pelos jornalistas, sem que haja grande redução de qualidade, por outro, existem conteúdos informativos televisivos que, devido à sua complexidade, têm de ser montados pelos editores de imagem. Desta forma, na opinião de Alcides Vieira, há conteúdos jornalísticos televisivos que só podem ser editados em vídeo por profissionais altamente qualificados.

Deste modo, o diretor de informação da SIC reconhece o valor dos editores de imagem, sustentando que são os conteúdos noticiosos televisivos montados por estes profissionais que fazem a diferença em termos de qualidade. Por isso, nas palavras de Alcides Vieira, não houve um desinvestimento na edição de imagem, existindo uma maior aposta nas médias e nas grandes reportagens, bem como nas reportagens especiais. Alcides Vieira reforça a ideia de que os principais conteúdos informativos televisivos continuam a ser montados pelos editores de imagem, para acrescentar valor, isto é, qualidade.

Ainda que o coordenador dos editores de imagem da SIC refira que, quando os jornalistas começaram a editar em vídeo conteúdos noticiosos, os editores de imagem consideraram que a sua profissão estava a ser desvalorizada, para Alcides Vieira, a profissão de editor de imagem ficou ainda mais valorizada, na medida em que os conteúdos noticiosos televisivos que os editores de imagem montam em vídeo são os mais complexos e exigentes, requerendo mais criatividade e conhecimentos técnicos.

Pelo lado da TVI, segundo o coordenador da redação desta estação de televisão entrevistado, apesar da grande parte dos conteúdos noticiosos difundidos nos diversos serviços in-

formativos diárias da TVI, quer enquanto canal generalista quer na qualidade de canal noticioso, já seja montada pelos jornalistas, os editores de imagem continuam a ter uma participação muito forte no processo produtivo jornalístico diário. A título de exemplo, como é explicado por António Prata, quando um o jornalista chega de reportagem, à redação, “em cima da hora” de um serviço informativo, é um editor de imagem que monta em vídeo esse conteúdo noticioso televisivo, já que este último executa o processo de edição de imagem mais rapidamente, assegurando a qualidade. Outro exemplo sobre o papel dos editores de imagem na redação da estação televisiva de Queluz de Baixo é quando os jornalistas têm dúvidas, tanto no que se refere ao uso do editor de vídeo como no que diz respeito à aplicação das regras e técnicas de montagem, estes dirigem-se aos editores de imagem com o intuito de as esclarecer. Tal como é salientado pelo chefe dos editores de imagem da TVI, João Ferreira, os editores de imagem encontram-se no seio da redação para apoiar nas questões da edição de imagem, quer em termos técnicos quer em termos estéticos, os jornalistas, com o propósito de garantir a qualidade dos conteúdos informativos televisivos produzidos por esta redação.

Ainda que alguns estudos (Lage, 1999; Boyd, 2001; Crocomo, 2001; Kneipp, 2008; Scolari *et al.*, 2008; Piveta, 2010; Kneipp e Maciel, 2011; Souza e Piveta, 2011b) prevejam que a figura do editor de imagem seja extinta da produção jornalística televisiva diária, outros (Rintala e Suolanan, 2005; García Avilés, 2006b), tal como os resultados obtidos na presente investigação, apontam o contrário.

4.3.6.2. Despedimentos de editores de imagem

Quando a medida em análise foi instituída na SIC, num primeiro momento, em 2000, na redação da *SIC Notícias*, e, num segundo momento, em 2003, quando esta medida foi alargada também aos jornalistas afetos à redação da SIC enquanto canal generalista, surgiu de imediato a ideia de que esta medida iria ter como consequência o despedimento de editores de imagem. Neste particular, o coordenador dos editores de imagem da SIC recorda que os editores de imagem ficaram muito apreensivos com a implementação desta medida, temendo pelos seus postos de trabalho. Tal como já foi sublinhado, o próprio Sindicato dos Jornalistas (2001), recorrendo à publicação de um comunicado, em 2001, manifestou a sua preocupação com os prováveis despedimentos dos editores de imagem da SIC. Ainda neste documento, o Sindicato dos Jornalistas advertiu os jornalistas da SIC «para o facto de a empresa poder estar a tomar medidas e acções concretas tendentes a dar como irreversível a dispensa de trabalhadores, em

virtude de uma suposta inutilidade funcional» (Sindicatos dos Jornalistas, 2001). Noutro documento, publicado na altura em que os jornalistas da SIC Generalista começaram também eles a montar conteúdos noticiosos televisivos, o Sindicato dos Jornalistas (2003) refere que com a disponibilização do editor de vídeo *Sony ClipEdit*, através do qual os próprios jornalistas editam em vídeo conteúdos informativos televisivos, os editores de imagem são a próxima “classe” a sofrer cortes, ou seja, despedimentos.

Porém, no primeiro momento, não foram demitidos editores de imagem na SIC. Pelo contrário, foram contratados alguns profissionais da edição de imagem, mais concretamente seis. De acordo com Domingos Ferreira, antes da preparação do canal televisivo *SIC Notícias*, o setor da edição de imagem da SIC era formado por 19 editores de imagem e, aquando do arranque das emissões deste canal noticioso televisivo, este setor passou a ser composto por 25 editores de imagem. Importa ainda lembrar que, no âmbito da preparação do canal de televisão *SIC Notícias*, foi criada uma redação jornalística de raiz, tendo sido admitidos várias dezenas de profissionais da informação televisiva, tais como jornalistas, repórteres de imagem e editores de imagem.

No segundo momento, isto é, em 2003, na altura em a medida em examinação foi estendida aos jornalistas da redação da SIC Generalista, foram efetivamente dispensados alguns editores de imagem. Deste modo, em novembro de 2003, na altura em que se concretizou a fusão das duas redações, segundo o coordenador do setor da edição de imagem da SIC, o grupo dos editores de imagem era constituído por 20 profissionais³⁴, passando, em 2004, a contar com apenas 14 editores de imagem. Ainda que há primeira vista, pareça que foram despedidos seis profissionais, na verdade, segundo Domingos Ferreira, foram quatro os editores de imagem destituídos. Para o coordenador do setor da edição de imagem, não há qualquer dúvida que existe uma relação causa e efeito entre o facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos e as demissões de editores de imagem, estando convicto de que, se os jornalistas não desempenhassem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, não teriam sido despedidos editores de imagem e até teriam sido contratados muitos mais.

Quando questionado sobre os despedimentos de editores de imagem, o diretor de informação da SIC, ainda que reconheça que houve algumas saídas, responde que não existiu uma relação direta com o facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos informativos televisivos, explicando que estas dispensas coincidiram com um reajustamento da mão-de-

³⁴ Como se irá ver mais adiante, entre os anos 2001 e 2003, alguns editores de imagem mudaram de serviço. Daí, o número de editores de imagem ter passado de 25 para 20.

obra, devido a um ciclo negativo vivido pela empresa. Nesta altura, para além dos editores de imagem, foram igualmente dispensados outros profissionais da informação televisiva. Não obstante, em 2003, Alcides Vieira (*in Público*, 10 de novembro de 2003) admitia que «a introdução do novo sistema de montagem de peças na redação da SIC generalista deverá levar a alguns cortes no departamento de edição de imagem», afirmando que «poderá haver alguma poupança de recursos na área da imagem» (*in Público*, 10 de novembro de 2003), acrescentando que «está a decorrer um processo de rescisões amigáveis com vista a dispensar “cerca de quatro pessoas”» (*in Público*, 10 de novembro de 2003).

No caso da TVI, na altura em a medida em estudo foi implementada na sua principal redação, nas palavras do chefe dos editores de imagem desta estação de televisão, também “pairava no ar” a ideia de que, com os jornalistas a editar em vídeo conteúdos informativos televisivos, os editores de imagem iriam ser despedidos. Todavia, João Ferreira e António Prata enaltecem que, pelo facto de os jornalistas montarem conteúdos informativos televisivos, não foram dispensados editores de imagem. Se bem que, de acordo com Mário Moura, as chefias da TVI pretendessem ver reduzido o número de editores de imagem, por forma a diminuir os custos com o pessoal.

4.3.6.3. Contratação de editores de imagem

No que diz respeito à contratação de editores de imagem, tal como é sublinhado pelos diversos entrevistados da SIC e da TVI, no contexto dos canais televisivos de 24 horas de notícias, se os telejornalistas não assegurassem a montagem de alguns conteúdos noticiosos televisivos, teriam de ser recrutados muitos mais profissionais da montagem.

Sobre esta matéria, o diretor de informação da SIC estima que, se os telejornalistas não editassem em vídeo conteúdos informativos televisivos, seria necessário aumentar, pelo menos, para o dobro o número de editores de imagem, de forma a garantir a atual oferta noticiosa. Por seu turno, o coordenador do setor da edição de vídeo da SIC também não tem qualquer dúvida de que, se os jornalistas televisivos não montassem alguns conteúdos noticiosos televisivos, teriam de ser contratados muitos mais editores de imagem. Esta mesma ideia é aplicada à TVI, visto que esta perspetiva é partilhada, por exemplo, quer por Mário Moura quer por João Ferreira.

Assim, ainda que, depois da medida em investigação ter sido instituída na redação da SIC e da TVI, tenham sido empregados alguns editores de imagem, se os jornalistas de televi-

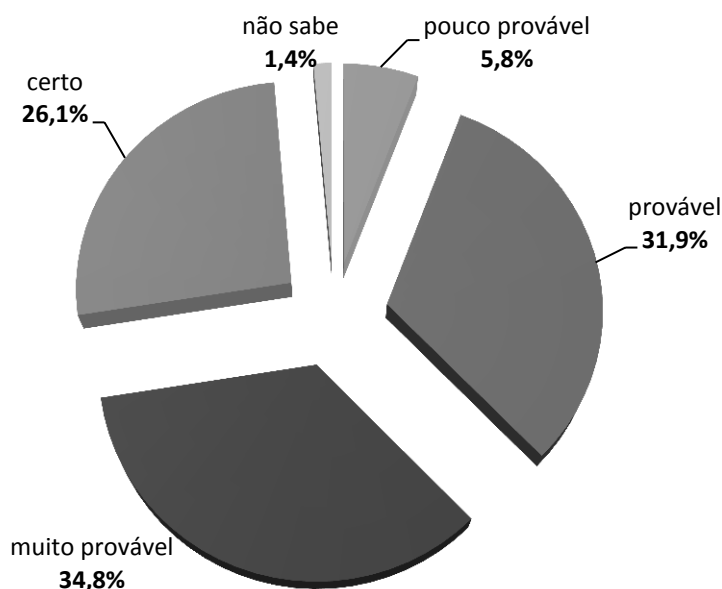
são não exercessem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, teriam sido recrutados muitos mais editores de imagem.

4.3.6.4. Transferência dos editores de imagem para outros serviços

Entre 2001 e 2003, o setor da edição de imagem da SIC foi reduzido de 25 para 20 profissionais. Porém, esta diminuição não esteve relacionada com despedimentos, mas sim com a mudança de serviço de alguns editores de imagem, como por exemplo, para a realização ou para o departamento de informática. De acordo com Domingos Ferreira, estas transferências não foram impostas pelas chefias da SIC, mas por vontade dos próprios.

4.3.6.5. Os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos televisivos mais exigentes

Gráfico 51 - Os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos televisivos mais exigentes?



Tendo como referência os resultados representados no Gráfico 51, constata-se que dois terços dos profissionais da informação televisiva auscultados (66,7%) apontam que é provável (31,9%) ou muito provável (34,8%) que os editores de imagem possam ser libertados para trabalhos jornalísticos televisivos que requerem, no que se refere às operações de montagem,

muitos conhecimentos técnicos e artísticos, como sejam os aplicados nas médias e nas grandes reportagens ou nas reportagens especiais. Nesta linha, para mais de um quarto dos sujeitos auscultados (26,1%) é uma certeza. Pelo lado inverso, somente uma minoria dos indivíduos respondentes (5,8%) declara que é pouco provável que os editores de imagem possam dedicar-se mais à produção de conteúdos informativos televisivos mais exigentes.

A este respeito, Alcides Vieira defende que o tempo e os conhecimentos técnicos e estéticos dos editores de imagem devem ser postos ao serviço dos conteúdos jornalísticos televisivos mais exigentes, considerando que é um desperdício que estes profissionais dediquem o seu tempo aos conteúdos informativos televisivos mais simples. Assim, segundo o diretor de informação da SIC, com os telejornalistas a editarem em vídeo os conteúdos noticiosos televisivos que requerem uma montagem mais simples, os editores de imagem ficam com mais tempo para trabalhar conteúdos informativos televisivos mais complexos, acrescentando-lhes valor, isto é, qualidade.

No que concerne à outra estação de televisão privada, na mesma linha da SIC, no entendimento de António Prata e de João Ferreira, com os jornalistas televisivos a assegurar a montagem dos conteúdos noticiosos televisivos mais simples, tanto em termos técnicos como em termos estéticos, os editores de imagem dispõem de mais tempo para aprimorar os conteúdos informativos televisivos que requerem operações de montagem mais complexas. Isto significa que os conteúdos jornalísticos televisivos montados pelos editores de imagem aumentam de qualidade, porque têm mais tempo para aperfeiçoá-los. Tal como é destacado por António Prata, os conteúdos informativos televisivos mais exigentes, como as médias e as grandes reportagens ou as reportagens especiais, são sempre montados por editores de imagem.

Por outra parte, não é unicamente a qualidade que aumenta, mas também a quantidade deste tipo de conteúdo jornalístico, já que os editores de imagem estão mais disponíveis para montar estes tipos de conteúdos informativos televisivos. Sobre a produção e emissão destes tipos de conteúdos noticiosos televisivos mais exigentes, Eduardo Cintra Torres (2011: 58) escreve que «nas últimas décadas, coube à SIC desenvolver e manter uma produção de reportagens longas, criando uma linguagem audiovisual original e com grande qualidade. Esse empenho teve como consequência o interesse da TVI e mais tarde da RTP pela realização de reportagens longas, dado o interesse manifestado pelos espectadores, (...)».

Algumas investigações expõem idênticos resultados, realçando que, com os jornalistas televisivos a editar em vídeo conteúdos informativos televisivos mais simples, os editores de imagem dedicam-se à montagem de média e grandes reportagens, ou seja, conteúdos jornalísti-

cos mais exigentes em termos de edição de vídeo (García Avilés e León, 2002; Fernandes e Cascais, 2006; García Avilés, 2006b, 2006c, 2006d).

4.4. As necessidades formativas dos jornalistas da SIC no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos

4.4.1. A importância da formação

Os recursos humanos de qualquer organização são considerados um dos fatores mais determinantes no que se refere à produtividade e à competitividade, já que estas dependem, em grande parte, do desempenho dos seus trabalhadores (Godinho *et al.*, 1996; Lopes, 2000; Fonseca, 2008). Dito por outras palavras, o sucesso de uma organização está quase sempre dependente da prestação dos recursos humanos. Porém, ainda que estes sejam vistos como um dos fatores mais influentes, quer da produtividade quer da competitividade, a maioria dos dirigentes das organizações empregadoras manifesta dificuldades em gerir e, sobretudo, potenciar o seu capital humano, isto é, o conhecimento acumulado pelos seus trabalhadores (Lopes, 2000).

No entanto, as organizações mais competitivas são aquelas que mais investem na valorização dos seus trabalhadores (Fonseca, 2008). Tanto mais que a valorização dos recursos humanos contribui para o desenvolvimento das suas competências e/ou pela aquisição de novas habilidades que permitem o aumento da produtividade e da competitividade das organizações (Fonseca, 2008). Por esse motivo, as organizações têm todo o interesse em que os seus trabalhadores aperfeiçoem as suas competências e, caso seja necessário, adquiram novas aptidões para enfrentar os atuais e novos desafios profissionais. Por isso, o investimento em capital humano é imprescindível, passando pela atualização constante de conhecimentos e pelo desenvolvimento das competências impostas pelas mudanças técnico-organizacionais (Fonseca, 2008).

Neste sentido, a aquisição e o desenvolvimento de competências, entendidas como os conhecimentos referentes à ação e aos saberes dos trabalhadores, estão dependentes dos conteúdos de trabalho, das opções técnico-organizacionais e da forma como é planeado e posto em prática o processo de formação, enquanto condição estratégica de mudança organizacional e imprescindível ao desenvolvimento dos recursos humanos (Fonseca, 2008). Desta maneira, as

competências dos trabalhadores podem ser melhoradas e/ou adquiridas novas através da formação (Kovács *et al.*, 2006; Almeida, 2007).

A formação é um processo que permite, quando bem conduzido, aos indivíduos adquirirem conhecimentos e competências para o exercício de funções/ tarefas profissionais (Marques, 2009). Então, esta tem de ser encarada como um instrumento decisivo para a mudança, possibilitando não apenas uma adaptação mas, igualmente, uma antecipação à luz das mudanças em curso, traduzindo-se numa preparação fundamental para qualquer atividade profissional (Beleza e Pimentel, 1996). Todavia, a formação continua a ser, na maior parte das vezes, encarada como um custo e não como um investimento reprodutivo (Fernandes e Cascais, 2006).

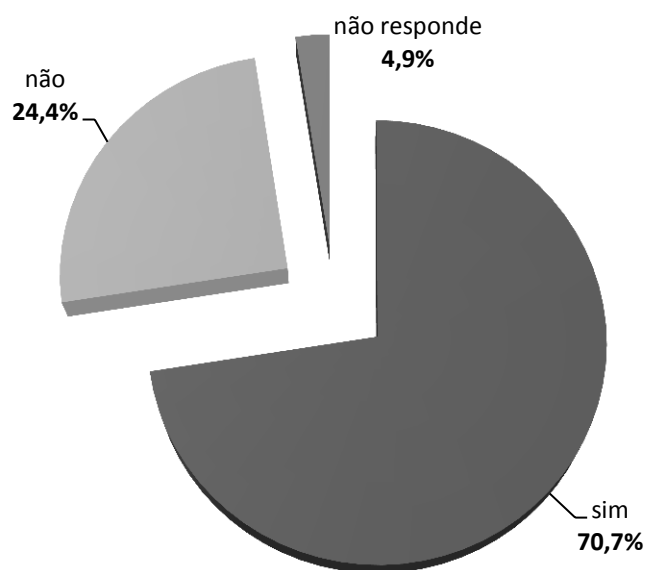
Em boa verdade, a formação desempenha uma importância estratégica enquanto meio privilegiado para a aquisição de conhecimento do “saber fazer” e comportamentos requeridos para o cumprimento das funções/ tarefas relativas a uma profissão (Marques, 2009). Ora, a formação tem de ser planeada em função das reais necessidades formativas sentidas pelos trabalhadores no exercício da sua atividade profissional e, conseqüentemente, pelas organizações (Fuller e Farrington, 2001; Fonseca, 2008; Marques, 2009). Nesta perspetiva, a formação é um meio de aprendizagem, com o propósito de fomentar a mudança constante, sustentada no aperfeiçoamento dos conhecimentos, de forma a favorecer o aumento do desempenho dos trabalhadores (Fuller e Farrington, 2001). Deste modo, a formação contribui para o desenvolvimento dos recursos humanos, a nível profissional e, também, a nível pessoal, o que, por consequência, leva a uma melhoria do seu desempenho na organização e para os resultados desta (Fuller e Farrington, 2001).

Contudo, a formação não deve ser encarada como um mero fator de adaptação às novas exigências laborais, mas como um elemento motor de evolução tecnológica, científica e de desenvolvimento das estruturas sócio-económicas (Godinho *et al.*, 1996).

4.4.2. A formação no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos por parte dos jornalistas da SIC

Seguidamente são abordadas algumas questões sobre a formação obtida pelos jornalistas da SIC para desempenharem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos, mais concretamente: verificar se estes jornalistas tiveram formação para exercer esta função/ tarefa e em que contexto é que a formação foi adquirida.

Gráfico 52 - Para exercer a edição de vídeo de conteúdos noticiosos televisivos teve formação?



De acordo com os resultados representados no Gráfico 52, a grande maioria dos jornalistas inquiridos (70,7%), correspondendo a 29 profissionais, teve formação para desempenhar a edição de vídeo de conteúdos noticiosos televisivos. Todavia, importa evidenciar que um quarto (24,4%), ou seja, 10 jornalistas, declara que não tiveram qualquer tipo de formação para editar em vídeo conteúdos informativos televisivos. Quase todos estes jornalistas, excetuando dois, foram contratados após o lançamento do canal *SIC Notícias*.

Dos jornalistas que tiveram formação para exercer a função e/ou a tarefa em análise, todos tiveram formação no contexto de trabalho, promovida pelo próprio operador televisivo. Destes, um quarto (75,8%) entende que esta formação foi a suficiente (58,6%) ou mais do que suficiente (17,3%). Porém, o restante quarto (24,1%) refere que esta não foi a suficiente.

No ano 2000, aquando da preparação do lançamento das emissões da *SIC Notícias*, os jornalistas afetos a esta redação passaram por um processo de formação facultado pela SIC. Tal como é sublinhado por Aristides Martins, tendo este pertencido à equipa de coordenação e de formadores, os jornalistas foram preparados para a nova realidade, isto é, para autonomamente

editarem em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos. Ainda que esta formação tenha focado algumas questões da linguagem audiovisual, o grosso desta formação foi dirigida para a utilização do sistema de produção e difusão de conteúdos noticiosos televisivos designado por *NewsBase*, com particular destaque para o uso do editor de vídeo *Sony ClipEdit*.

Em 2003, esta mesma formação foi proporcionada aos jornalistas da redação da SIC enquanto canal generalista para montarem em vídeo alguns dos seus conteúdos informativos televisivos. Lembra-se que, em novembro deste ano, verificou-se a fusão entre as duas redações localizadas nas instalações da SIC em Carnaxide numa única redação informativa.

Tal como já foi referido, durante o ano 2011, decorreu a instalação de um novo sistema de produção e difusão de conteúdos jornalísticos televisivos denominado por *SONAPS*, entrando em funcionamento no mês de março de 2012, tendo sido, por consequência, desligado o sistema *NewsBase*. Deste modo, a direção de informação da SIC entendeu que havia a necessidade de fornecer formação aos diversos profissionais da informação da SIC, nomeadamente aqueles que trabalham diariamente com o sistema, jornalistas, editores de imagem, realizadores, produtores, entre outros profissionais, de forma a que estes se adaptassem rapidamente ao novo sistema.

O plano de formação destinado aos jornalistas sobre o funcionamento do sistema *SONAPS* foi desenhado e colocado em prática pela jornalista Patrícia Moreira, desempenhando a função de formadora. Este plano contemplou 12 horas de formação distribuídas por dois dias, seis horas por cada dia. Neste contexto, foram constituídos grupos de 10 pessoas, tendo este processo formativo decorrido entre os meses de dezembro de 2010 e maio de 2011. Esta formação não recorreu na redação, mas num contentor que foi alugado para o efeito, situado junto às instalações da SIC, recriando uma minirredação. No primeiro dia de formação, foi explicado o funcionamento do sistema *SANOPS*, evidenciando as grandes diferenças entre este sistema digital de produção de conteúdos noticiosos e o *NewsBase*, o sistema que ia ser substituído. Uma das grandes diferenças é o *Workflow*, ou seja, o fluxo de trabalho, entendido com a sequência de etapas e/ou fases necessárias para automatizar os processos de produção e de difusão de conteúdos jornalísticos televisivos, segundo um conjunto de normas pré-estabelecidas, permitindo que estes possam ser transmitidos de uma pessoa para outra. Neste ponto, foram abordados os seguintes itens: como aceder ao planeamento (por exemplo, como os jornalistas podem consultar as marcações de serviço ou como podem consultar a agenda do dia), como “ingestar” o material audiovisual em bruto contido nos discos XDCAM no servidor de vídeo

da redação; como ter acesso aos *feeds* das agências noticiosas nacionais (Lusa TV³⁵) e internacionais (AP³⁶ [Associated Press], ENEX³⁷ [European News Exchange] ou Reuters³⁸); como aceder ao material audiovisual em bruto e editado e outros materiais (fotografias, grafismos, música, sons, etc.) armazenados no servidor de vídeo; como introduzir metadados nos ficheiros de vídeo; como consultar os vários alinhamentos dos programas e serviços regulares da SIC enquanto canal generalista e da *SIC Notícias*; entre outras diferenças. Ainda no primeiro dia, foram destacadas as diferenças entre a versão v.4.05 do ENPS³⁹ e a versão v.6.04 deste sistema. O segundo dia foi dedicado ao uso do novo editor de vídeo, o *Sony XPRi NS*. Sobre a aprendizagem deste editor de vídeo, a formadora Patrícia Moreira sublinha que todos os jornalistas tiveram a oportunidade de montar um *talking head*, um *clip off* e uma pequena peça noticiosa.

Devido ao atraso da instalação do sistema *SONAPS*, nos últimos meses de 2011 até ao arranque no novo sistema no mês de março de 2012, foi necessário relembrar os conhecimentos transmitidos e, desta forma, foi dada uma ação de formação de três horas, a grupos compostos por quatro ou cinco jornalistas, designadamente aqueles que trabalham diariamente com o editor de vídeo.

Ainda neste âmbito, a Patrícia Moreira concebeu um manual sobre os diversos conteúdos formativos abordados durante a formação e disponibilizou-o aos jornalistas para que o consultem quando surgirem as dúvidas.

Para além das ações de formação facultadas pela SIC, um quarto dos jornalistas que assinalam que tiveram formação para montar conteúdos informativos televisivos (24,1%), correspondendo a sete profissionais, indica que frequentou ações de formação de edição de vídeo de conteúdos noticiosos em empresas externas de formação. Destes, cinco jornalistas referem que esta formação foi a suficiente e os restantes dois consideram que não.

Ainda sobre os jornalistas que tiveram formação para executar a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, somente um pequena parcela (17,2%), correspondendo a cinco profissionais, é que diz que teve formação no contexto do ensino superior, quatro em Universidades e um no Ensino Superior Politécnico. Destes cinco, só um é que entende que a formação não foi a suficiente, visto que os restantes realçam que foi a suficiente.

³⁵ Mais informação sobre esta agência noticiosa, consultar: <<http://www.lusa.pt/>>.

³⁶ Mais informação sobre esta agência noticiosa, consultar: <<http://www.ap.org/>>.

³⁷ Mais informação sobre esta agência noticiosa, consultar: <<http://enex.lu/site2012pub/>>.

³⁸ Mais informação sobre esta agência noticiosa, consultar: <<http://www.reuters.com/>>.

³⁹ ENPS (The Essential News Production System) é um sistema de produção de conteúdos noticiosos desenvolvido pela Associated Press. Por exemplo, é através deste sistema que os jornalistas da SIC têm conhecimento do serviço a efetuar, escrevem os seus textos, entre outras operações noticiosas.

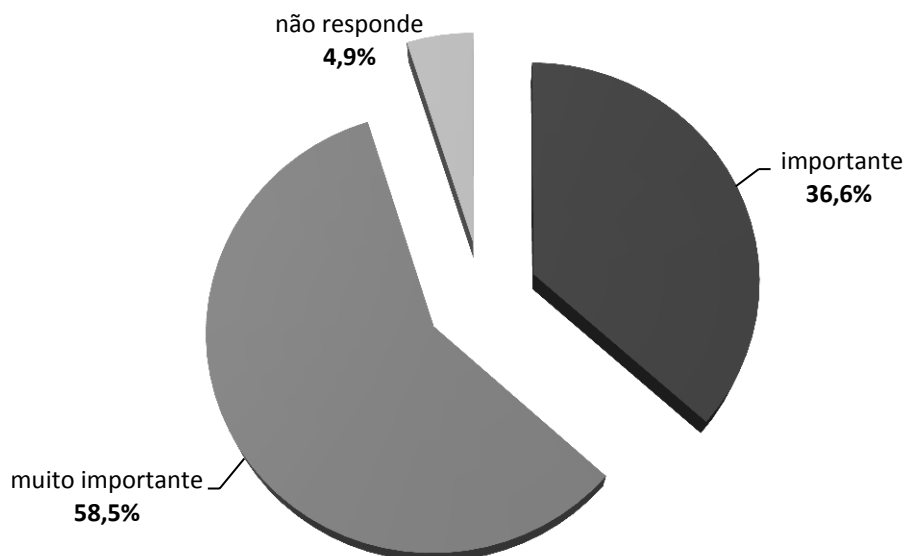
4.4.3. Os conhecimentos transmitidos pelos editores de imagem

O coordenador dos editores de imagem da SIC, Domingos Ferreira, traça dois perfis de jornalistas. Por um lado, o jornalista que trabalhou, durante anos, com os editores de imagem nas salas de montagem, tendo absorvido muitos conhecimentos sobre a teoria e a prática da montagem, e, por outro, o jornalista que foi contratado na altura em que foi preparado o lançamento da *SIC Notícias* ou após o seu arranque e que nunca trabalhou com editores de imagem. Tendencialmente, o primeiro perfil é constituído pelos jornalistas mais velhos e que há mais tempo exercem a sua atividade profissional na principal redação da SIC, enquanto o segundo perfil é composto pelos jornalistas mais jovens e que há menos tempo laboram nesta redação televisiva. Na opinião de Domingos Ferreira, não há qualquer dúvida que são os jornalistas que se enquadram no primeiro perfil que melhor editam em vídeo conteúdos informativos televisivos, isto é, contam melhor uma história com imagens e sons.

Nesta linha, a jornalista Patrícia Moreira, tendo como referência a sua experiência como formadora de jornalistas no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, também divide os jornalistas em dois grupos. Um grupo formado por jornalistas que passaram e continuam a passar muito tempo nas salas de montagem a trabalhar com os editores de imagem, geralmente os jornalistas com mais idade, e um segundo grupo constituído por jornalistas que passaram ou ainda passam pouco ou nenhum tempo nas salas de montagem com os editores de imagem, por norma os jornalistas mais jovens. Neste particular, Patrícia Moreira defende que deveria acontecer o inverso, ou seja, os jornalistas mais jovens é que deveriam passar mais tempo nestas salas a montar os seus conteúdos informativos televisivos com os editores de imagem, de forma assimilar mais conhecimentos sobre a arte de contar histórias com imagens e sons. Tal como o coordenador do setor da edição de imagem da SIC, Patrícia Moreira também evidencia que são os jornalistas do primeiro grupo que melhor montam em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

Tal como recorda Harris Watts (1990), autor de diversos manuais de formação da área da produção de filmes e vídeos para a BBC, não há lugar melhor do que uma sala de montagem para se aprender a editar em vídeo conteúdos televisivos. Isto é, a melhor forma de se aprender a montar é observar os editores de imagem a exercerem a sua atividade profissional e compreender as suas decisões de montagem. Por isso, este autor recomenda que os profissionais que queiram realmente aprender a editar em vídeo devem passar o máximo tempo possível com os editores de imagem, com vista a reter o máximo de conhecimentos possíveis (Watts, 1990).

Gráfico 53 - Como considera os conhecimentos adquiridos com os editores de imagem acerca da edição de vídeo?



Observando o Gráfico 53, verifica-se que, excetuando os jornalistas que não responderam a esta questão (4,9%), todos os outros consideram importantes (36,6%) ou muito importantes (58,5%) os conhecimentos sobre a montagem adquiridos com os editores de imagem.

Neste seguimento, a esmagadora maioria dos jornalistas inquiridos (85,4%) declara que, quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem nas salas de montagem, presta mais atenção ao seu trabalho, com o intuito de obter mais conhecimentos acerca da teoria e prática da edição de imagem.

4.4.4. As dificuldades sentidas pelos jornalistas da SIC no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos

Seguidamente, serão apresentadas e analisadas as dificuldades expressas pelos jornalistas inquiridos quando editam em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, com o propósito de serem apuradas as suas necessidades de formação neste domínio.

4.4.4.1. Imagem televisiva

Por regra, as imagens televisivas têm de respeitar determinadas normas técnicas e estéticas. Assim sendo, em termos técnicos, as imagens têm de possuir alguns requisitos, tais co-

mo: uma exposição⁴⁰ exata, isto é, as imagens não devem estar subexpostas (com pouca luz) ou sobreexpostas (com luz a mais); as cores corretas, conseguida pelo balanceamento dos brancos⁴¹; os elementos de interesse nítidos, recorrendo à focagem⁴² e à profundidade de campo⁴³; estáveis, ou seja, não estarem tremidas⁴⁴; entre outros aspetos técnicos (Ward, 2000, 2001; Barroso García, 2001; Antero, 2007; Owens e Millerson, 2012; Pato, 2012; Zettl, 2012).

Por sua vez, as normas estéticas estão, sobretudo, relacionadas com os enquadramentos (escala de planos; variedade de planos; ângulos; movimentos de câmara; entre outros aspetos) e com a composição de imagem (por exemplo, a aplicação da regra dos terços), por forma a que os planos sejam esteticamente atrativos (Rocha de Sousa, 1992; Barroso García, 2001; Antero, 2007).

Isto não quer dizer que por vezes não se possam usar imagens com falhas técnicas e estéticas. «A título de exceção, as imagens que se encontram em más condições técnicas ou até estéticas só podem ser emitidas se, devido à sua importância e exclusividade, o responsável pelo programa concluir que têm um interesse fundamental» (Direção de Informação da RTP, 2001: 59-60).

Ainda que a captação de imagens televisivas seja da responsabilidade dos repórteres de imagem, é essencial que os jornalistas, que editam em vídeo, tenham conhecimento destas normas, de modo a retirar o melhor partido das imagens registadas e, principalmente, a evitar alguns erros, nomeadamente a utilização de imagens com falhas técnicas e estéticas. Como

⁴⁰ A exposição é a quantidade de luz que atinge o(s) sensor(es) da câmara de vídeo, definindo a quantidade de luz da imagem captada. Nas câmaras de vídeo, a exposição é ajustada pela abertura do diafragma e pela definição da velocidade de obturação, geralmente denominado por *Shutter*. Assim, é através da conjugação da abertura de diagrama e da velocidade de obturação que os repórteres de imagem obtêm a exposição correta das imagens. Para saber mais sobre estas e outras operações de câmara de vídeo, consultar os seguintes autores (Ward, 2000, 2001; Barroso García, 2001; Antero, 2007; Owens e Millerson, 2012; Pato, 2012; Zettl, 2012).

⁴¹ O balanceamento dos brancos é uma operação técnica executada na câmara de vídeo de forma a assegurar a correta temperatura de cor, isto é, manter as cores naturais dos vários elementos que compõem a imagem (Antero, 2007).

⁴² As câmaras de vídeo usadas pelos repórteres de imagem dispõem de um anel de focagem que permite a estes profissionais controlar a nitidez dos vários elementos que compõem a imagem.

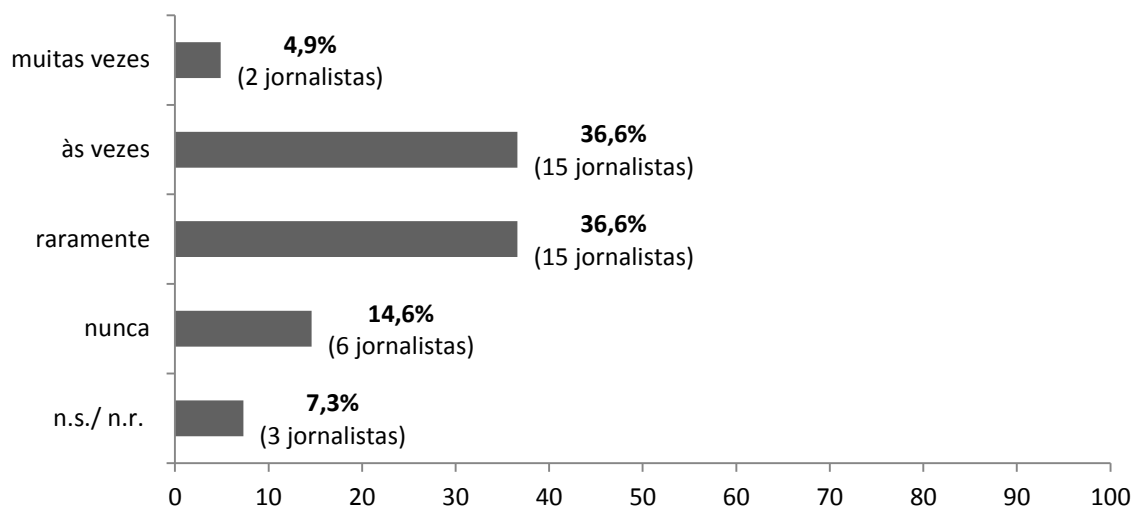
⁴³ A profundidade de campo é a área de foco que se estende para a frente e para trás do motivo focado (Antero, 2007). Ainda que a profundidade de campo seja regulada através de operações técnicas na câmara de vídeo, nomeadamente, tal como a exposição, pelo ajuste da abertura do diafragma e da velocidade de obturação, esta é um elemento crucial da composição de imagem ao guiar o telespetador sobre o que é importante na imagem, uma vez que a profundidade de campo permite destacar os pontos de interesse da imagem (Ward, 2000).

⁴⁴ Por norma, as imagens devem ser registadas com a câmara de vídeo fixada num tripé. Porém, no contexto do jornalismo televisivo, em diversas situações, esta regra não pode ser cumprida, e os repórteres de imagem têm de colocar a câmara ao ombro de forma a garantir a estabilidade possível. Tal como evidencia Jaime Barroso García (2001), para se obter a máxima eficácia comunicativa é fundamental que o telespetador disfrute de uma boa composição e que contemple a imagem sem distrações. No que respeita às distrações, a estabilidade da imagem é fundamental.

sublinha o chefe dos repórteres de imagem, Guilherme Lima, por regra os repórteres de imagem captam planos “limpos”, quer dizer, as operações técnicas, como sejam a focagem, o *zoom*, a abertura de diafragma ou o balanceamento dos brancos, não são gravadas. Porém, por vezes, podem ser registadas imagens que não cumpram os requisitos necessários. Se os jornalistas incluírem, nas suas edições, imagens com falhas, para além de pôr em causa o trabalho dos repórteres de imagem, a qualidade dos conteúdos informativos televisivos diminui drasticamente.

Desta forma, os jornalistas televisivos, ao editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, devem ter a capacidade de reconhecer, quer em termos técnicos quer em termos estéticos, as qualidades da imagem televisiva, com vista a selecionar as melhores imagens, desde que estas vão ao encontro do que se pretende transmitir, evitando o uso de imagens que não estejam em conformidade com as exigências televisivas.

Gráfico 54 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na identificação de imagens que não estão em conformidade com as exigências televisivas?



Tendo em consideração os resultados apresentados no Gráfico 54, constata-se que a maioria dos jornalistas auscultados (51,2%) assinala que nunca (14,6%) ou raramente (36,6%) sente dificuldades na identificação de imagens que não estão de acordo com as exigências televisivas. Contudo, mais de um terço dos jornalistas questionados (36,6%) indicam que às vezes têm dificuldades em detetar imagens que possuem falhas técnicas e/ou estéticas. Ainda sobre estas dificuldades, somente uma minoria dos jornalistas (4,9%) responde que muitas vezes.

Os dois jornalistas que respondem “muitas vezes” e nove dos 15 que indicam “às vezes” foram contratados aquando da preparação do canal *SIC Notícias* ou após o seu lançamento. No entanto, dos nove jornalistas inquiridos que já exerciam a sua atividade na SIC antes do

surgimento do canal televisivo noticioso, apenas um diz que “raramente” e dois apontam que “nunca”.

4.4.4.2. Linguagem audiovisual

Os conteúdos jornalísticos produzidos e veiculados pela televisão devem adequar-se às exigências da linguagem audiovisual, ou seja, deve utilizar uma linguagem que combina coerentemente e com unidade narrativa as imagens e os sons (Cebrián Herreros, 1992). Tanto mais que a linguagem audiovisual é sintética e integral (Cloutier, s.d.). Esta linguagem é sintética, no sentido em que funde a imagem e o áudio de forma a dar origem a uma nova comunicação (Cloutier, s.d.). Não se trata de uma soma, mas de uma fusão da imagem e do som, permitindo ao cérebro integrar simultaneamente as informações que compreende e aquelas que as memórias acústica e visual preservaram, as quais lhe atribuem todo o seu sentido (Cloutier, s.d.).

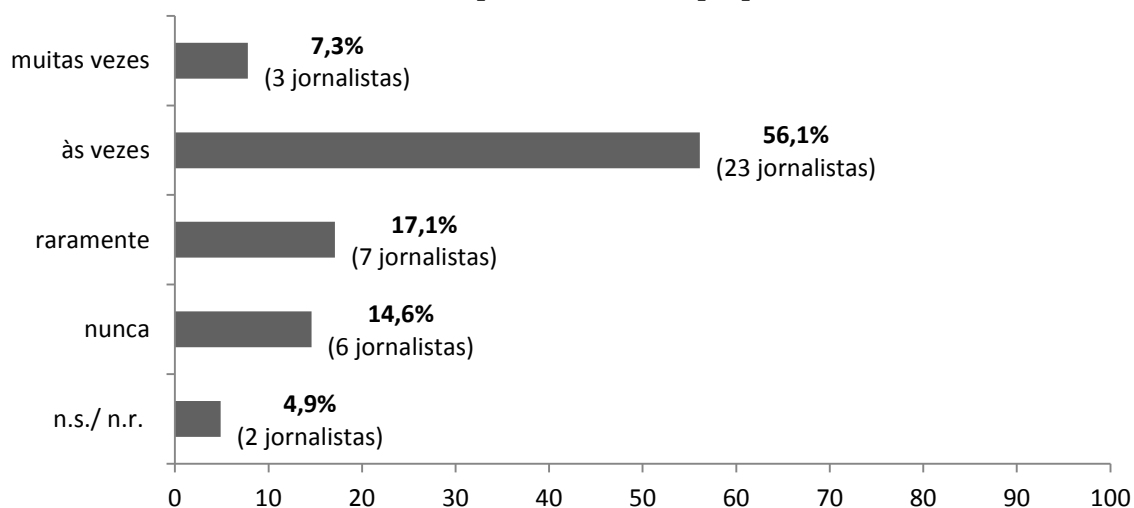
Neste contexto, por linguagem audiovisual entende-se as diversas convenções, cuja maioria foi instituída pelo cinema, aceites e usadas mundialmente, quer no campo do cinema quer no campo da televisão, para transmitir as suas mensagens de uma forma eficiente. Assim, as várias convenções estão relacionadas com a forma como as narrativas audiovisuais são construídas, designadamente como estas são estruturadas em cenas e/ou em sequências; o uso da escala de planos; os movimentos de câmara, como sejam as panorâmicas e os *travellings*; a regra dos 180 graus; a regra dos 30 graus; o campo e o contra-campo; os diversos tipos de *rac-cords* de imagem e de som, de maneira a manterem a continuidade, quer visual quer sonora; entre muitas outras convenções (Arijon, 1976; Betton, 1987; Watts, 1990, 1999; Bazin, 1991; Rocha de Sousa, 1992; Carrière, 1994; Crittenden, 1995; Fernández Diéz e Martínez Abadía, 1999; Thompson, 2001; Schiavone, 2003; Siety, 2004; Martin, 2005; Mazzoleni, 2005; Jacquinet *et al.*, 2006; Antero, 2007; Aumont, 2009; Thompson e Bowen, 2009; Dancyger, 2010; Marner, 2010; Nogueira, 2010; Reisz e Millar, 2010; Briselance e Morin, 2012; Pato, 2012).

Neste panorama, o profissional que edita em vídeo tem de ter um conhecimento muito aprofundado sobre a linguagem audiovisual, cujos conhecimentos são imprescindíveis para se escrever com imagens e sons.

4.4.4.2.1. Seleção e ordenação dos planos

Tal como já foi sobejamente mencionado, o processo técnico da edição de vídeo passa pela seleção e ordenação dos planos registados por um ou mais repórteres de imagem. Por outra parte, a montagem não é apenas um processo técnico, sendo, acima de tudo, um princípio de criação (Amiel, 2010). Por isso, o profissional responsável pela montagem deve escolher os planos, de entre os disponíveis, e dispô-los pela ordem e com a duração apropriada para transmitir a mensagem pretendida.

Gráfico 55 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na seleção e na ordenação dos planos mais indicados para transmitir o que pretende?



Observando os resultados representados no Gráfico 55, verifica-se que a maior parte dos jornalistas que compõem a amostra inquirida (56,1%) refere que, quando está a editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, às vezes possui dificuldades na seleção e na ordenação dos planos mais apropriados para transmitir o que pretende. Para uma pequena parte dos jornalistas auscultados (7,3%), estas dificuldades acontecem muitas vezes. Pelo lado contrário, para uma parte expressiva dos jornalistas respondentes (31,7%), estas dificuldades nunca (14,6%) ou raramente (17,1%) surgem.

Os dados apurados revelam que são os jornalistas, que ingressaram na SIC durante a preparação do canal *SIC Notícias* ou após o seu funcionamento, que revelam mais dificuldades na seleção e na ordenação dos planos mais apropriados para emitir o que desejam.

No que diz respeito à idade, são os jornalistas mais jovens que expressam mais limitações nesta questão (dos 20 aos 29 anos). Em contrapartida, são os jornalistas mais velhos (com 40 ou mais anos) que referem que menos dificuldades têm neste ponto. A este propósito, diver-

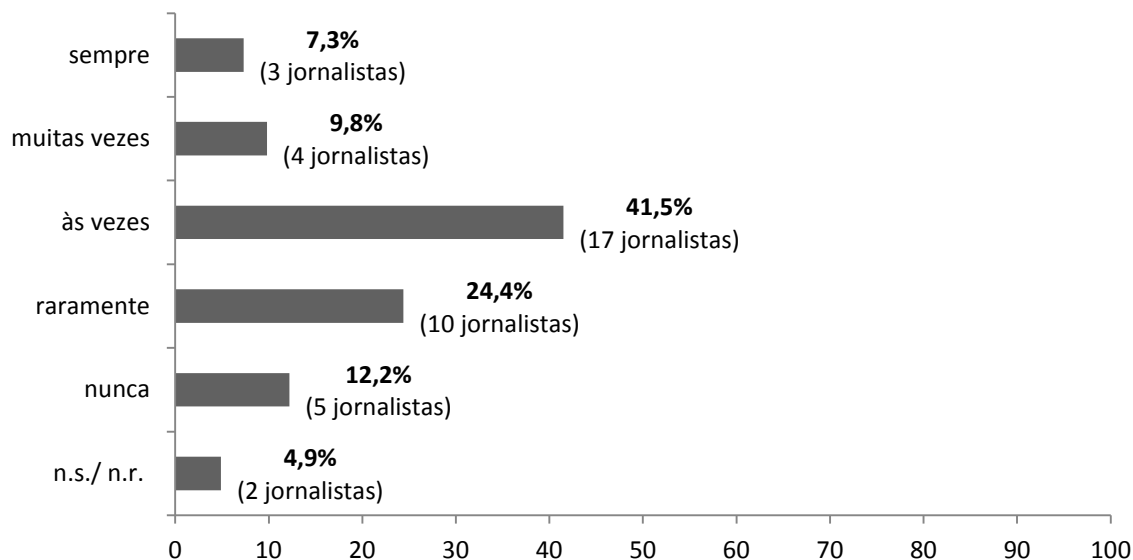
sos entrevistados, como sejam o coordenador dos editores de imagem, Domingos Ferreira, a formadora dos jornalistas, Patrícia Moreira, o formador dos editores de imagem e de jornalistas, Jorge Costa, e o ex-formador de jornalistas Aristides Martins, enfatizam que são os jornalistas mais jovens que têm mais dificuldades na aplicação da linguagem audiovisual. Pelo lado oposto, os jornalistas mais velhos, principalmente os que trabalharam durante anos com os editores de imagem, possuem mais conhecimentos sobre a linguagem audiovisual e, conseqüentemente, não sentem tantas dificuldades na escolha e na ordenação dos planos. Ainda neste ponto, no entender de Patrícia Moreira, os jornalistas mais jovens não se preocupam com os aspetos estéticos dos conteúdos noticiosos televisivos, ao contrário dos jornalistas mais velhos que têm uma grande preocupação com esta vertente.

4.4.4.2.2. Aplicação das diversas técnicas e regras de montagem

A seleção e a ordenação dos planos, bem como o ajuste da duração destes, de modo a construir as cenas e/ou as sequências que, por sua vez, irão dar origem às narrativas noticiosas televisivas, devem respeitar as várias técnicas e regras de montagem estabelecidas, fazendo estas parte da linguagem audiovisual (Arijon, 1976; Crittenden, 1995; Sánchez-Biosca, 1996; Fernández Diéz e Martínez Abadía, 1999; Thompson, 2001; Schiavone, 2003; Pinel, 2004; Thompson e Bowen, 2009; Amiel, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010). Daí, ser imprescindível que o profissional que desempenhe a edição de vídeo de conteúdos informativos televisivos tenha conhecimento das diversas técnicas e regras de montagem, tais como: a regra dos 180 graus; a regra dos 30 graus; os *raccords* de imagem e de som, com a finalidade de preservar a continuidade, quer visual quer sonora; entre outras normas de montagem⁴⁵.

⁴⁵ Acerca das diversas técnicas e regras de montagem, consultar os seguintes autores: Arijon, 1976; Crittenden, 1995; Sánchez-Biosca, 1996; Fernández Diéz e Martínez Abadía, 1999; Thompson, 2001; Schiavone, 2003; Pinel, 2004; Thompson e Bowen, 2009; Amiel, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010.

Gráfico 56 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na aplicação das diversas técnicas e regras da montagem?



Face aos resultados incluídos no Gráfico 56, observa-se que a parte mais expressiva dos jornalistas inquiridos (41,5%) assinala que às vezes depara-se com dificuldades no que se refere à aplicação das diversas técnicas e regras de montagem. Uma porção significativa dos jornalistas respondentes (17,1%) indica que sempre (7,3%) ou muitas vezes (9,8%) tem limitações no uso das referidas técnicas e regras. No entanto, uma parte muito considerável dos jornalistas auscultados (36,6%) sinaliza que nunca (12,2%) ou raramente (24,4%) enfrenta dificuldades no emprego das várias técnicas e regras da edição de vídeo.

Igualmente neste ponto, confirma-se que são os jornalistas, que entraram na SIC na altura da preparação da *SIC Notícias* ou depois desta entrar em funcionamento, que evidenciam mais restrições na aplicação das técnicas e normas de montagem.

Ao contrário dos pontos anteriores, nos quais não se verificaram diferenças significativas entre géneros, neste acaso há desvios que devem ser sublinhados. Assim, os jornalistas do género feminino declaram que possuem mais dificuldades do que o género oposto, visto que os três jornalistas que assinalam a resposta “sempre” são mulheres e dos quatro que marcam “muitas vezes”, três pertencem a este género. Também em termos relativos, são as jornalistas que menos sinalizam as respostas “nunca” e “raramente”.

4.4.4.3. Construção de narrativas noticiosas televisivas

A escolha e a organização dos planos em cenas e/ou sequências, à luz das várias técnicas e regras de montagem, procuram construir as narrativas jornalísticas televisivas. Tanto mais que «o trabalho dos jornalistas gira em torno da produção de narrativas, tendo a realidade factual como grande referente» (Araújo, 2012: 5). Assim sendo, os jornalistas, independentemente do meio para o qual trabalham, contam “estórias” (Tuchman, 1976; Bird e Dardenne, 1988; Patterson, 2000; Mesquita, 2003; Traquina, 2004, 2007). Tal como recorda Thomas Patterson (2000), a notícia é uma forma de contar “estórias” e os jornalistas preferem “estórias” interessantes para contar. Porém, tal como sublinha Nelson Traquina (2001), o paradigma da notícia considerada como narrativa não implica que as estas sejam ficção. Nesta linha de pensamento, Michael Schudson (1982) também realça que as notícias não são ficcionais, mas sim convencionais, na medida em que as convenções ajudam a tornar as mensagens legíveis. Neste seguimento, Gaye Tuchman (1976) entende que afirmar que as notícias são “estórias” não é de forma alguma rebaixar as notícias, nem acusá-las de serem fictícias, mas significa apenas que as notícias são realidades construídas. No mesmo sentido, Elizabeth Bird e Robert W. Dardenne (1988: 265) defendem que «considerar as notícias como narrativas não nega o valor de as considerar como correspondentes da realidade exterior, afectando ou sendo afectados pela sociedade, como produto de jornalistas ou da organização burocrática, mas introduz uma outra dimensão às notícias, dimensão essa na qual as “estórias” de notícias transcendem as suas funções tradicionais de informar e explicar», acrescentado que «as notícias enquanto abordagem narrativa não negam que as notícias informam» (Bird e Dardenne, 1988: 265).

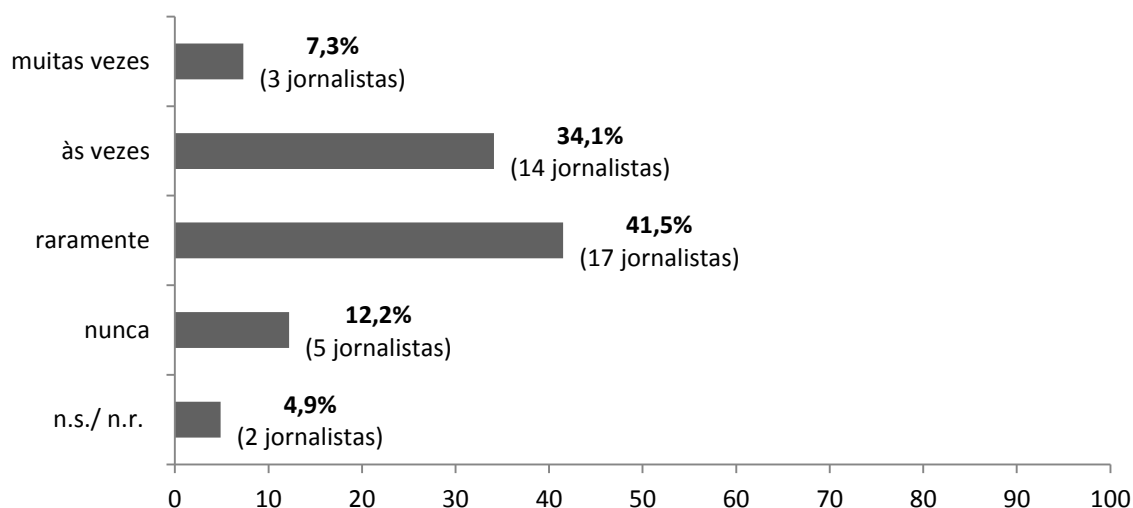
Muito embora as notícias não sejam ficção, são “estórias” acerca da realidade, não a realidade (Bird e Dardenne, 1988), possuindo uma relação com o “mundo real”, não só no conteúdo mas também na forma, ou seja, na maneira como o mundo é incorporado em convenções narrativas inquestionáveis e despercebidas (Schudson, 1982). A presença da narratividade significa admitir que os conteúdos noticiosos correspondem a uma realidade produzida segundo uma lógica interna própria, que se expressa ao nível de conteúdo e da estrutura externa (Mesquita, 2003).

As investigações académicas não se têm debruçado muito no estudo das práticas narrativas noticiosas (Bird e Dardenne, 1988; Zelizer, 2000; Henderson, 2007, 2011, 2012). Todavia, já há muito que é uma preocupação dos jornalistas, tentando perceber como podem aperfeiçoar as suas narrativas informativas (Zelizer, 2000).

As narrativas jornalísticas são consideradas como a «arte de contar histórias» (Waisbord, 1999). Nelson Traquina (2000) chega a falar sobre o “saber de narração”, entendido como a capacidade de compilar as informações importantes e “empacotá-las” numa narrativa informativa, em tempo útil e de modo interessante. Tal como refere João Correia (1995), a construção de uma narrativa supõe a escolha dos elementos que permitem fazer progredir a “estória”. Deste modo, um acontecimento não é uma mera ocorrência, mas uma componente narrativa (Ricoeur, 1991).

Os jornalistas devem tornar as narrativas facilmente compreensíveis e reconhecíveis (Correia, 1995).

Gráfico 57 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção de narrativas adaptadas aos diversos géneros informativos televisivos?



Conforme os valores representados no Gráfico 57, a maioria dos jornalistas inquiridos (53,7%) aponta que, quando monta em vídeo, nunca (12,2%) ou raramente (41,5%) tem dificuldades na construção de narrativas adaptadas aos diversos géneros noticiosos televisivos (notícia, reportagem, entrevista, ...). Contudo, mais de um terço dos jornalistas (34,1%), que compõem a amostra, mencionam que às vezes sentem limitações na conceção destas narrativas. Apenas uma minoria (7,3%) reconhece que estas dificuldades surgem muitas vezes.

Quanto à idade, de acordo com os dados apurados, são os jornalistas mais jovens (dos 20 aos 29 anos) que indicam estas dificuldades.

No que se refere ao género, são as jornalistas que admitem mais dificuldades, já que 39,1 por cento destas referem que nunca (4,3%) ou raramente (34,8%) sentem dificuldades na construção de narrativas adaptadas aos géneros informativos televisivos face aos 76,4 por cen-

to dos jornalistas do género masculino que evidenciam que nunca (23,5%) ou raramente (52,9%) têm estas restrições.

4.4.4.4. Na escrita para as imagens

Como já foi sublinhado, os conteúdos noticiosos televisivos dirigem-se simultaneamente à vista e ao ouvido (Jespers, 1998). A imagem e o som podem caminhar juntos num labor de mútuo apoio e, desta forma, serão mais fortes do que se estivessem separados (Gil de Muro, 1990). A imagem e o som convivem na televisão e reforçam-se mutuamente (Torres, 2006).

Mesmo assim, o poder da televisão provém da imagem, ainda que se reconheça o papel importantíssimo do som (Sousa e Aroso, 2003). Porém, «a linguagem televisiva está centrada no domínio absoluto da imagem» (Santos, 2000: 62). Tanto mais que o conceito central do pequeno ecrã, ou seja, o seu princípio de funcionamento e de ação, é a exibição de imagens (Jespers, 1998). Tal como vem escrito no manual de estilo da RTP (2001: 39), «a televisão vive essencialmente de imagens, uma vez que são elas que tornam única a experiência televisiva, dando vida e rosto aos acontecimentos (...)». Deste modo, os acontecimentos são mostrados aos telespetadores através de imagens, mesmo que estas sejam, ao mesmo tempo, explicadas ou simplesmente acompanhadas por palavras, por exemplo pela voz-off (Jespers, 1998).

A imagem atribui credibilidade à mensagem, tornando-a verosímil ou autêntica (Babin, 1993; Sousa e Aroso, 2003), sendo menos mentirosa do que a palavra (Wolton, 1994). Apesar da imagem ser uma representação da realidade (Cascais, 2001), ela é interpretada pelos telespetadores como sendo a realidade (Sousa e Aroso, 2003). Por outro lado, a imagem televisiva cria a realidade a partir da sua própria perspectiva (Vilches, 1989; Brandão, 2006).

No entanto, na maior parte dos casos, as imagens têm de ser explicadas, visto que elas não dão, por si só, quase nenhuma inteligibilidade (Sartori, 2000). Para além disso, não é de todo verdade que a imagem fala por si (Sartori, 2000), visto que é muito frequente as imagens serem consideradas pouco esclarecedoras e os jornalistas sublinharem a necessidade de as explicar (Torres, 2006).

Neste contexto, surge a voz-off, sendo o resultado da gravação de um texto noticioso elaborado e lido pelo próprio jornalista. No entender de Jacinto Godinho (2011), este texto é, geralmente, um texto independente em relação à montagem das imagens, «o que faz que com que a voz não surja entre as imagens, mas antes por cima ou ao lado destas» (Godinho, 2011: 71). Isto acontece porque, na maior parte dos casos, o texto informativo é escrito antes de se

definir a sequência de imagens. Tal como foi verificado na presente investigação, quer pelas entrevistas realizadas, quer pela observação direta efetuada, como regra geral, na redação central da SIC e, também, da TVI, os jornalistas escrevem primeiro o texto noticioso e, posteriormente, gravam-no, dando origem à voz-off. Só depois desta etapa é que as imagens são selecionadas e ordenadas em função da voz-off.

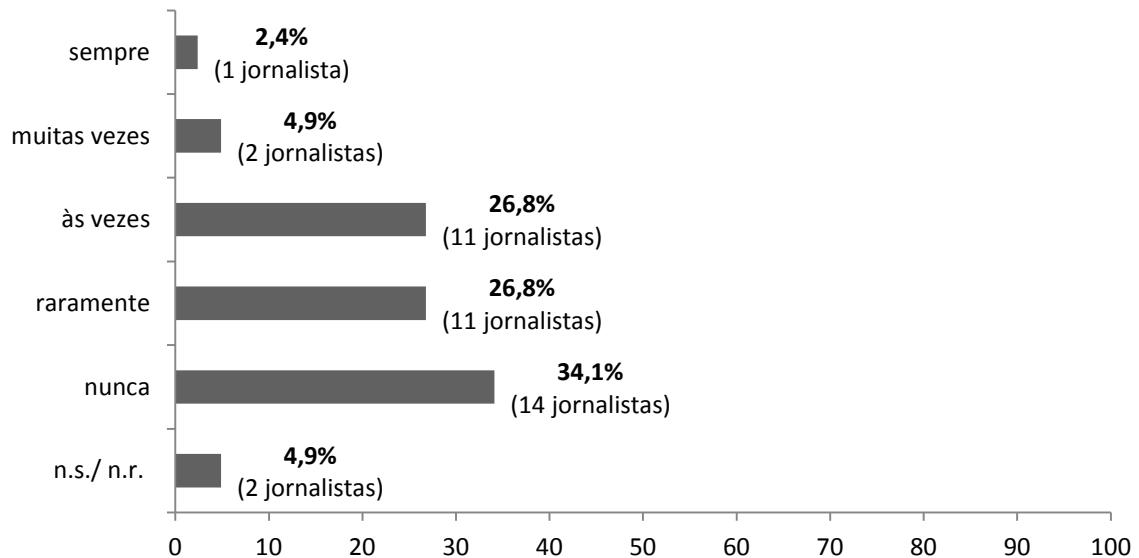
Na opinião de Jacinto Godinho (2011), se é a voz-off que orienta a montagem, as imagens desempenham um papel decorativo que, na maior parte das situações, funciona mal, «já que ou as imagens deslizam num papel metafórico em relação às palavras lidas (o que provoca um excesso de sentido), ou abismam-se, fracturando a reportagem entre a lógica autista do texto e a polissemia da imagem, instalando uma inultrapassável confusão na cabeça do espectador» (Godinho, 2011: 72), acrescentando que «o sujeito-espectador absorve uma informação ou outra, retém umas palavras e alheia-se, por vezes, do sentido da reportagem, perdendo-se a apreciar uma imagem» (Godinho, 2011: 72). Na mesma linha, Mariano Cebrián Herreros (1992) entende que quando as imagens são usadas simplesmente para ilustrar o que é relatado pela voz-off, em vez de proporcionar uma narração audiovisual única, oferece-se ao telespectador uma narração de factos distintos. Quando as palavras assumem o comando da montagem, as imagens vão a reboque (Watts, 1999). Para Cebrián Herreros (1992), a força da imagem é superior à do som, dado que a vista sobrepõe-se ao ouvido. Daí, a voz-off deve ser feita em função das imagens e não o contrário (Machado, 2004).

Desta forma, para Jacinto Godinho (2011: 84), «o texto da voz-off deve funcionar como prótese discursiva, ou seja, deve enxertar-se nas imagens apenas para favorecer uma melhor experimentação por parte do espetador, dando-lhe pistas para alargar a observação, a reflexão ou a inquietação que lhe são propostas pela reportagem». O texto tem de complementar a imagem, explicando-a e facultando ao telespectador informações que ela não dá (Direção de Informação da Radiotelevsão Portuguesa, 2001). Neste panorama, o texto não se pode limitar a dizer o que a imagem já mostra, devendo complementá-la e explicá-la e não descrevê-la, tendo de existir uma constante e dinâmica relação texto-imagem (Direção de Informação da Radiotelevsão Portuguesa, 2001).

Pelo lado contrário, outros autores (Vilches, 1989; Jaspers, 1998) defendem o primado do texto e da voz-off em relação à imagem. Assim, Lorenzo Vilches (1989) sustenta que o som, nomeadamente a voz-off, é mais importante do que a imagem, na medida em que, nas narrativas noticiosas televisivas, a voz do jornalista está acima de tudo. Para Jean-Jacques Jaspers (1998: 93), «o elemento essencial da mensagem real da informação televisiva é o texto». O autor recorre a estudos que mostram que para se compreenderem os conteúdos noticiosos

produzidos e disseminados pela televisão, a componente sonora é mais importante do que a componente visual (Jerspers, 1998).

Gráfico 58 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção do texto noticioso, que irá dar origem à voz-off, em função das imagens disponíveis?



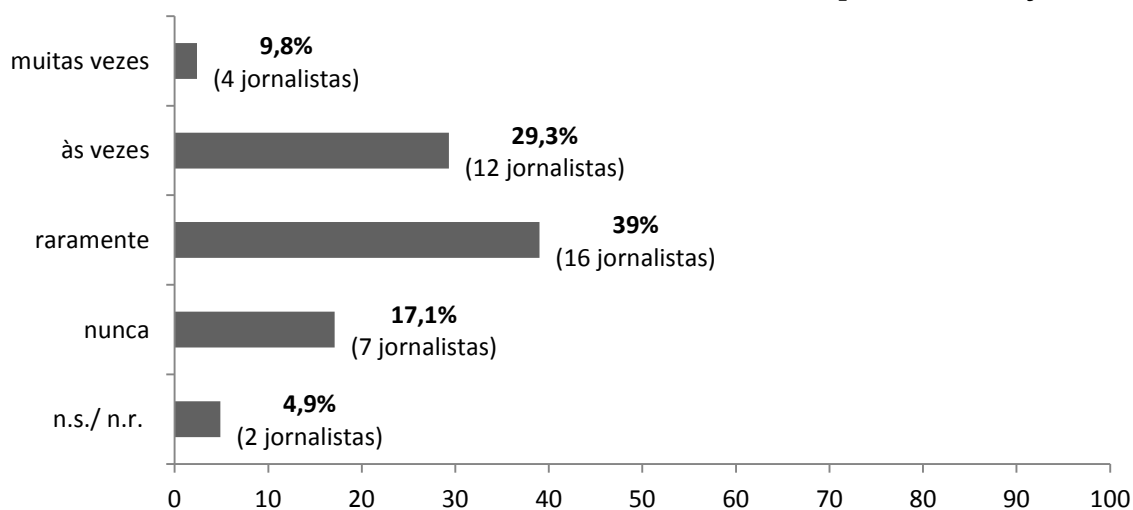
Tendo em conta os resultados publicados no Gráfico 58, a maioria dos jornalistas inquiridos (60,9%) nunca (34,1%) ou raramente (26,8%) possui dificuldades na construção do texto noticioso, que irá dar origem à voz-off, em função das imagens disponíveis. Todavia, para mais de um quarto dos jornalistas respondentes (26,8%), estas dificuldades aparecem às vezes. Apenas uma pequena parte dos jornalistas auscultados (7,3%) reconhece que sempre (2,4%) ou muitas vezes (4,9%) sente limitações na elaboração do texto informativo em função das imagens disponibilizadas.

No que toca ao género, as jornalistas expressam mais dificuldades do que os jornalistas do sexo oposto no que se refere à preparação dos textos noticiosos, visto que todas as respostas obtidas nos itens “sempre” e “muitas vezes” são dadas por mulheres e também são elas que mais assinalam a resposta “às vezes”. Por parte dos jornalistas pertencentes ao género masculino, mais de três quartos destes (76,5%) sinalizam que nunca (35,3%) ou raramente (41,2%) têm dificuldades na construção dos referidos textos informativos, contra menos de metade (47,8%) das jornalistas que consideram nunca (34,8%) ou raramente (13%) sentem esta limitação.

4.4.4.5. Na utilização do sistema de edição de vídeo

Os jornalistas, para montarem conteúdos noticiosos televisivos, têm de recorrer a um sistema de edição de vídeo. Na altura em que foi efetuada a recolha de dados, ainda que os jornalistas da SIC estivessem a ser preparados para utilizar um novo editor de vídeo, o *Sony XPRINS*, estes ainda estavam a editar no editor de vídeo *Sony ClipEdit*.

Gráfico 59 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se no uso do editor de vídeo disponível na redação?



Observando o Gráfico 59, constata-se que, pese embora a maioria dos jornalistas inquiridos (56,1%) nunca (17,1%) ou raramente (39%) refira que sente dificuldades no uso do editor de vídeo disponibilizado na redação, uma parte expressiva (29,3%) reconhece que às vezes tem essas dificuldades e uma pequena parte (9,8%) admite que isso acontece muitas vezes.

Ainda que, na perceção da jornalista Patrícia Moreira e do editor de imagem Jorge Costa, na qualidade de formadores, são os jornalistas mais velhos que manifestam mais dificuldades na utilização do editor de vídeo disponibilizado na redação para estes montarem em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos, curiosamente os 9,8 por cento atribuídos à resposta “muitas vezes” correspondem a quatro jornalistas situados no estalão etário mais jovens (dos 20 aos 29 anos).

4.4.4.5.1. No tratamento da componente sonora

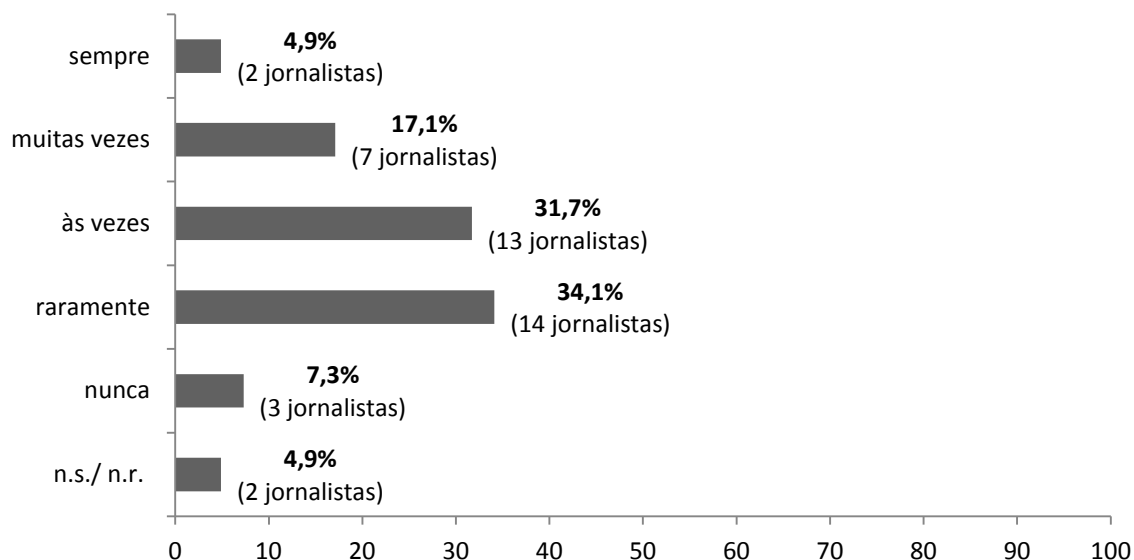
Quando editam em vídeo, os jornalistas também têm de efetuar o tratamento da componente sonora. Nos conteúdos informativos televisivos, nomeadamente nas pequenas peças

jornalísticas e nas reportagens, a componente sonora é composta pela voz-off do jornalista, pelos depoimentos dos entrevistados ou intervenções do próprio jornalista se estiver presencial, designados na gíria profissional televisiva por “*vivos*” e pelo som ambiente. Por vezes, a estes três elementos de áudio pode ser acrescentado um quarto, os efeitos de som que poderão ser uma música de fundo, outros sons com o propósito de recriar ambientes acústicos específicos, ou no caso de não existir o som original criar um semelhante. Estes elementos sonoros têm por intuito valorizar as narrativas noticiosas televisivas, já que introduzem uma nova dimensão para tornar mais ricos os conteúdos jornalísticos televisivos (Direção de Informação da Rádio-televisão Portuguesa, 2001). Os elementos sonoros, quando devidamente utilizados, atribuem um valor acrescentado. Por valor acrescentado entende-se como o valor expressivo e informativo com que o som enriquece as imagens, «até dar a crer, na impressão imediata que dela se tem ou na recordação que dela se guarda, que essa informação ou essa expressão decorre “naturalmente” daquilo que vemos e que já está contida apenas na imagem» (Chion, 2011: 12).

Para o tratamento da componente sonora, os editores de vídeo oferecem diversos recursos e ferramentas. Um destes recursos é a disponibilização de algumas pistas de áudio, no caso dos editores de vídeo mais básicos, ou inúmeras pistas, no caso dos editores de vídeo intermédios e avançados. Desta forma, a existência de mais do que uma pista destinada ao som, possibilita aos profissionais, que realizam a montagem, “misturar” sons. A título ilustrativo, a voz-off do jornalista e o som ambiente podem ser “misturados”, colocando cada um destes elementos sonoros em pistas independentes. Porém, o nível de áudio (o volume ou a intensidade sonora) de cada elemento sonoro tem de ser ajustado de forma apropriada, por exemplo, de modo a que o som ambiente não se converta em ruído, prejudicando a audição da voz-off e, consequentemente, a sua compreensão por parte dos telespetadores.

O ajuste dos níveis de áudio é, seguramente, a maior dificuldade dos jornalistas no uso do editor de vídeo, tal como é destacado pelo coordenador dos editores de imagem, Domingos Ferreira, pela jornalista Patrícia Moreira e pelo editor de imagem Jorge Costa. Segundo os mesmos, o grande problema não reside na operação técnica dos recursos e das ferramentas disponibilizados pelo editor de vídeo para o tratamento sonoro, uma vez que cada elemento sonoro se encontra numa pista independente e, por isso, é relativamente fácil alterar os níveis de áudio. Assim, o maior problema está na sensibilidade auditiva dos jornalistas em conseguirem acertar os diversos níveis de áudio. Ainda a este respeito, Domingos Ferreira realça que até para os editores de imagem o tratamento de áudio é das partes mais complexas do seu trabalho.

Gráfico 60 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se no tratamento da componente sonora?

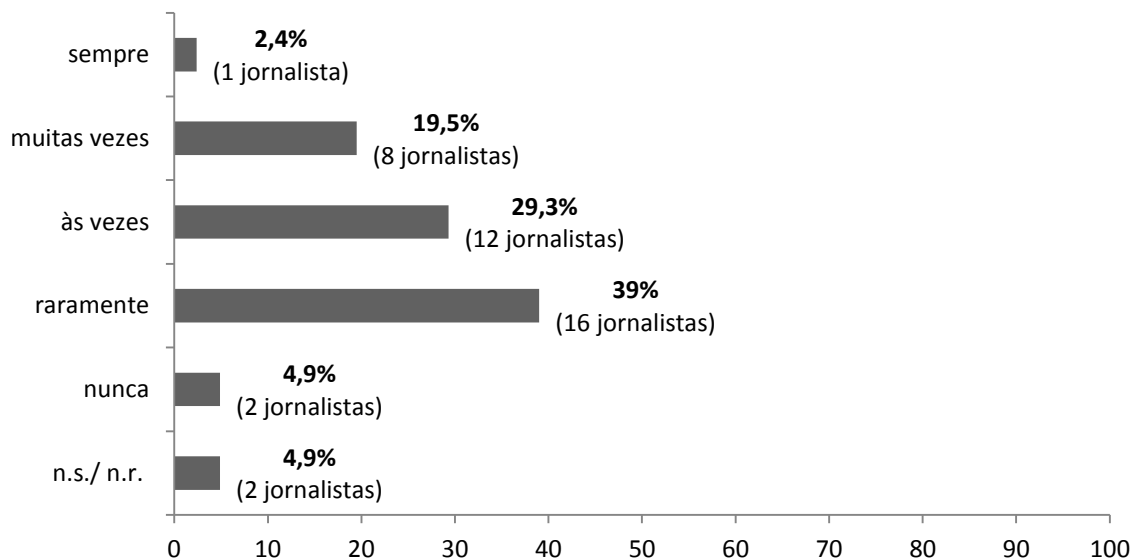


À luz dos resultados exibidos no Gráfico 60, observa-se que, para praticamente um terço dos jornalistas que preencheram o questionário (31,7%), o tratamento da componente sonora é por vezes uma das dificuldades sentidas por estes quando estão a editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos. Para além destes, para mais de um quinto dos jornalistas inquiridos (22%), esta dificuldade surge sempre (4,9%) ou, pelo menos, muitas vezes (17,1%).

As dificuldades em relação ao áudio são transversais, não se verificando diferenças significativas entre os jornalistas mais jovens e mais velhos e nem em género.

4.4.4.6. Na gestão do tempo que possui para editar em vídeo

Gráfico 61 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na gestão do tempo que possui para editar em vídeo?



Pese embora, tal como se pode ver no Gráfico 61, a maior porção de respostas facultadas pelos jornalistas questionados se tenha concentrado no item “raramente” (39%), ainda assim uma parte significativa (29,3%) evidencia que às vezes tem dificuldades em gerir o tempo que dispõe para montar em vídeo conteúdos informativos televisivos. Para mais de um quinto dos jornalistas inquiridos (21,8%), estas dificuldades surgem sempre (2,4%) ou, sobretudo, muitas vezes (19,4%).

Segmentando os resultados por género, apura-se que são as jornalistas que dizem sentir mais dificuldades na gestão do tempo que têm disponível para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos.

**5. Contributos para o Ensino e Formação
da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos
Televisivos para Jornalistas**

5.1. O ensino superior e a formação profissional do jornalismo em Portugal

5.1.1. Ensino superior

Ainda que o debate sobre a entrada do Jornalismo no ensino superior português se tenha iniciado no final do século XIX (Cascais, 2008; Sobreira, 2010; Sousa, 2011; Mendes, 2013), a formação do Jornalismo no contexto do ensino superior tem uma história recente, uma vez que o primeiro curso superior relacionado com esta área surgiu apenas no final da década 70 do século passado, mais concretamente em 1979, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, com a designação de *Comunicação Social* (Mesquita, 1994; Mesquita e Ponte, 1997; Pinto, 2004; Cascais, 2008; Canavilhas, 2009c; Graça, 2009; Sousa, 2009; Teixeira, 2010; Mendes, 2013). Este curso foi proposto sob a orientação do *Professor Doutor* Adriano Duarte Rodrigues (Mesquita e Ponte, 1997; Pinto e Sousa, 2003; Graça, 2009; Teixeira, 2010; Mendes, 2013), tendo servido de modelo para a criação de cursos análogos noutros estabelecimentos de ensino superior portugueses (Pinto, 2004; Canavilhas, 2009c).

No ano seguinte, apareceu o segundo curso superior, também denominado por *Comunicação Social*, pelas mãos do Instituto de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa (Mesquita, 1994; Mesquita e Ponte, 1997; Graça, 2009). Ainda em 1980, a Universidade Católica Portuguesa promoveu os primeiros cursos de Ciências da Informação, destinados a indivíduos detentores de formação superior e a profissionais de jornalismo com mais de cinco anos de exercício de atividade noticiosa (Mesquita, 1994; Mesquita e Ponte, 1997; Graça, 2009).

No ano 1983, o Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, em Braga, criou uma especialização em *Comunicação Social* no âmbito da licenciatura em Ciências Sociais (Mesquita e Ponte, 1997; Graça, 2009).

No ano seguinte, a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa disponibilizou o primeiro mestrado em *Comunicação* (Mesquita, 1994; Pinto e Sousa, 2003; Pinto, 2004; Teixeira, 2010).

Em 1986, surgiu o primeiro bacharelato da área do Jornalismo, igualmente com a designação de *Comunicação Social*, promovido pela Escola Superior de Jornalismo do Porto (ESJ) (Mesquita e Ponte, 1997). Esta escola superior, tendo sido constituída em 1985, teve a

sua génese no Centro de Formação de Jornalistas criado, em 1983, por uma cooperativa de jornalistas desta cidade (Pinto e Sousa, 2003).

No entanto, tal como escreve Mário Mesquita (1994: 82) «o milagre da multiplicação dos cursos de *Comunicação Social* verifica-se após a adesão à CE [Comunidade Europeia], em plena era dos governos de Cavaco Silva».

Em 1988, foi apresentada a primeira tese de doutoramento na área do Jornalismo, intitulada «*Formas de censura oculta na imprensa escrita em Portugal no pós 25 de Abril (1974-1987)*» desenvolvida por José Manuel Paquete de Oliveira (Teixeira, 2010).

Ainda nesta década, em 1989, nasceram a licenciatura em *Comunicação Social* da Faculdade de Arte e Letras da Universidade da Beira Interior, na Covilhã, a licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Universidade Autónoma de Lisboa e os bacharelatos em *Jornalismo* do Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração, em Aveiro, e do Instituto Superior de Administração, Comunicação e Empresa, na Guarda (Mesquita, 1994; Mesquita e Ponte, 1997; Canavilhas, 2009c; Teixeira, 2010). Destaca-se que a Universidade Autónoma de Lisboa foi a primeira instituição de ensino superior universitário privado a ministrar uma licenciatura em *Ciências da Comunicação* (Mesquita e Ponte, 1997; Canavilhas, 2009c; Teixeira, 2010).

A década de 1990 foi caracterizada por duas linhas que se desenvolveram paralelamente. Uma refere-se à criação de cursos de *Jornalismo* ou afins pelas Universidades e a outra diz respeito à criação desses cursos pelos Institutos Politécnicos (Pinto, 2004).

Em 1990, a Universidade Fernando Pessoa, situada na cidade do Porto, lançou a licenciatura em *Ciências da Comunicação* e o Instituto Português de Estudos Superiores, sediado em Lisboa, disponibilizou na sua oferta educativa o curso de *Comunicação e Jornalismo* (Mesquita e Ponte, 1997).

No ano seguinte, em Braga, nasceram mais duas licenciaturas em *Comunicação Social*, uma no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho e a outra no pólo da Universidade Católica Portuguesa (Mesquita e Ponte, 1997; Teixeira, 2010).

Durante o ano de 1993, apareceu a licenciatura em *Comunicação Social e Cultural* da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa, as licenciaturas em *Ciências da Comunicação* da Universidade Independente, em Lisboa, e do Instituto Erasmus de Ensino Superior, no Porto (Mesquita, 1994; Mesquita e Ponte, 1997). Ainda nesse ano, a Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa alterou a denominação de *Comunicação Social* para *Ciências da Comunicação* (Mesquita e Ponte, 1997).

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

Porém, o primeiro curso superior universitário a adotar a designação de *Jornalismo* foi o da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, em 1993, sob a coordenação do *Professor Doutor* Mário Mesquita (Mesquita, 1994; Mesquita e Ponte, 1997; Pinto e Sousa, 2003; Sousa, 2009; Teixeira, 2010).

Em 1995, a Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa, deu início à lecionação da licenciatura em *Ciências da Comunicação* e, no ano seguinte, o Instituto de Serviço Social de Coimbra disponibilizou a licenciatura em *Ciências da Informação* (Mesquita e Ponte, 1997).

Nessa década, os bacharelatos em *Comunicação Social* começaram a ser lecionados pelas instituições politécnicas públicas (Mesquita e Ponte, 1997). Deste modo, estes bacharelatos foram introduzidos nas Escolas Superiores de Educação dos Institutos Politécnicos de Coimbra e Setúbal, em 1993, e, na Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu, em 1995 (Mesquita e Ponte, 1997). Não adotando o nome de *Comunicação Social*, a Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre apresentou, em 1994, um bacharelato em *Jornalismo e Comunicação*, a Escola Superior de Educação de Faro da Universidade do Algarve deu início, em 1995, ao seu bacharelato em *Ciências da Comunicação* e a Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa criou, em 1996, o bacharelato em *Jornalismo* (Mesquita e Ponte, 1997; Teixeira, 2010).

No final da década de 1990 e início da década seguinte, para além dos bacharelatos, os estabelecimentos de ensino superior politécnico passaram a disponibilizar licenciaturas bi-etápicas, ou seja, após obterem o grau de bacharel, os alunos faziam mais dois a quatro semestres, consoante o estabelecimento de ensino, de formação superior com aproveitamento, e obtinham o grau de licenciado (Canavilhas, 2009c). Portanto, nessa altura, surgiram várias licenciaturas em *Jornalismo/ Comunicação Social*.

Já no ano 2000 é que a Faculdade de Letras da Universidade do Porto lançou o curso de *Jornalismo e de Ciências da Comunicação* (Pinto, 2004).

Em 2005, iniciou-se adequação dos cursos superiores ao processo de Bolonha (Canavilhas, 2009c), tendo a grande parte dos cursos de ser reestruturada para três anos de duração, em vez de quatro ou cinco anos.

Presentemente, tendo em conta os dados disponibilizados pela Direção-Geral do Ensino Superior, em termos de 1.º ciclo, isto é, cursos que conferem o grau de licenciado, existem

26 cursos superiores de *Jornalismo* ou afins⁴⁶ (Ciências da Comunicação, Comunicação Social e/ou cursos com outras designações) em Portugal Continental (ver quadros Quadro 17 e Quadro 18), dos quais 15 são lecionados por universidades e 11 por institutos politécnicos. Relativamente aos 15 cursos ministrados pelos estabelecimentos de ensino universitário, oito são instituições públicas e sete são instituições privadas. Por seu turno, os 11 cursos lecionados nos estabelecimentos de ensino superior politécnico, sete estão a ser ministrados por instituições públicas e quatro por instituições privadas.

Quadro 17 - Oferta formativa do ensino superior universitário de cursos de Jornalismo ou afins

Ensino Superior Universitário	
denominação dos cursos	instituição de ensino
Público	
Ciências da Comunicação	Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real
Ciências da Comunicação	Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve
Ciências da Comunicação	Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, Covilhã
Ciências da Comunicação	Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Nova de Lisboa
Ciências da Comunicação	Faculdade de Letras da Universidade do Porto
Ciências da Comunicação	Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa
Comunicação Social	Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, Braga
Jornalismo	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra
Privado	
Ciências da Comunicação	Universidade Autónoma de Lisboa
Ciências da Comunicação	Faculdade de Filosofia da Universidade Católica Portuguesa, Braga
Ciências da Comunicação	Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, Porto
Ciências da Comunicação e Cultura	Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa
Ciências da Comunicação e Cultural	Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa
Ciências da Comunicação e da Cultura	Faculdade de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona do Porto
Comunicação e Jornalismo	Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa

⁴⁶ Links: <<http://www.dges.mctes.pt/DGES/pt/OfertaFormativa/CursosConferentesDeGrau/>> e <<http://www.acessoensinosuperior.pt/indmain.asp?frame=1>>, consultados durante o período de desenvolvimento da presente tese de doutoramento.

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

Quadro 18 - Oferta formativa do ensino superior politécnico de cursos de Jornalismo ou afins

Ensino Superior Politécnico	
denominação dos cursos	instituição de ensino
Público	
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra
Comunicação Social	Escola Superior de Educação Instituto Politécnico de Viseu
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal
Comunicação Social	Escola Superior de Tecnologias de Abrantes do Instituto Politécnico de Tomar
Comunicação Social e Educação Multimédia	Escola Superior de Educação e Ciências Sociais do Instituto Politécnico de Leiria
Jornalismo	Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa
Jornalismo e Comunicação	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre
Privado	
Ciências da Comunicação	Instituto Superior da Maia
Comunicação	Instituto Superior de Ciências da Informação e da Administração, Aveiro
Comunicação Social	Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra
Jornalismo	Instituto Superior de Novas Profissões, Lisboa

De fora desta contagem ficaram outros cursos superiores da área da Comunicação, como sejam o de Comunicação e Relações Públicas ministrado pela Escola Superior de Educação, Comunicação e Desporto do Instituto Politécnico da Guarda ou o de Comunicação Organizacional lecionado na Escola Superior de Educação de Coimbra, entre outros, visto que estes não estão não vocacionados para a preparação dos futuros jornalistas, dando primazia a outros campos da Comunicação.

5.1.2. Formação profissional para jornalistas

O CENJOR, abreviatura de Centro Protocolar de Formação Profissional de Jornalistas, tal como a sua denominação evidencia, é um centro formativo que promove cursos e/ou ações de formação destinados a jornalistas e a outros profissionais da informação noticiosa, privilegiando uma vertente técnica e prática (Cascais, 2004; Fernandes e Cascais, 2006; CENJOR, 2013).

Este centro deu início à sua atividade formativa no ano de 1988 (Cascais, 2004; Teixeira, 2010), ainda que tenha sido constituído juridicamente no dia 16 de outubro de 1986, resul-

tante de um protocolo estabelecido entre o Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP), a Direção-Geral da Comunicação Social (DGCS), presentemente designada por Gabinete para os Meios de Comunicação Social (GMCS), o Sindicato dos Jornalistas (SJ), a Associação da Imprensa Diária (AID) e a Associação Portuguesa de Imprensa Não Diária (AIND) (Portaria n.º 667/86 de 7 de novembro).

Com sede na cidade de Lisboa, o CENJOR é um organismo que possui personalidade jurídica de direito público, com autonomia administrativa e financeira e património próprio (Portaria n.º 667/86 de 7 de novembro). Este centro voltou-se «predominantemente para a formação de profissionais em serviço, numa aparente afirmação implícita de que os rumos que os estudos universitários da comunicação haviam começado a seguir não respondiam às necessidades da profissão jornalística e do jornalismo» (Pinto, 2004: 52).

Contudo, o CENJOR não foi o primeiro centro de formação profissional de jornalistas a surgir em Portugal, uma vez que, em 1983, nascera no Porto, pelas mãos de uma cooperativa de jornalistas desta cidade, o Centro de Formação de Jornalistas (CFJ), que dois anos mais tarde, isto é, em 1985, seria integrado no ensino superior politécnico, dando origem à Escola Superior de Jornalismo (Mesquita e Ponte, 1997; Pinto e Sousa, 2003; Pinto, 2004; Graça, 2009; Teixeira, 2010, 2012).

Segundo a informação disponibilizada no *website* do CENJOR (2013), o objetivo deste centro de formação profissional para jornalistas é contribuir para a melhoria da qualidade dos conteúdos noticiosos veiculados pelos *media* informativos de abrangência nacional, regional e local e, também, da atividade empresarial do setor. Desta forma, com vista à concretização deste objetivo, o CENJOR promove cursos e/ou ações formativas que procuram o aperfeiçoamento e a qualificação de profissionais e colaboradores regulares, contribui para a adaptação de novas áreas dos *media*, favorece a aquisição de competências profissionais mais abrangentes e apoia a atualização e desenvolvimento das empresas do setor.

O campo de atuação do CENJOR não se restringe ao território nacional, já que este deseja contribuir para a cooperação internacional, nomeadamente para a aproximação dos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (PALOP), participando na formação de jornalistas destes países (CENJOR, 2013).

Os cursos e/ou as ações de formação promovidos pelo CENJOR destinam-se prioritariamente a jornalistas e a outros profissionais de empresas noticiosas, procurando a melhoria dos serviços das organizações jornalísticas, recorrendo à dignificação dos profissionais da informação e, conseqüentemente, melhorar o trabalho por elas prestado à comunidade (Portaria n.º 667/86 de 7 de novembro). Deste modo, tendo como atribuições a promoção de atividades de

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

educação e formação profissional, o CENJOR faculta ações de formação a trabalhadores inscritos no Sindicato dos Jornalistas ou nas empresas filiadas na Associação da Imprensa Diária e na Associação da Imprensa não Diária; aos colaboradores das empresas jornalísticas nacionais, regionais e locais credenciados pelas respetivas empresas; aos restantes jornalistas detentores de carteira profissional; aos trabalhadores provenientes de países terceiros com os quais sejam estabelecidos protocolos de cooperação nesta área específica de formação e a candidatos à profissão com perspectivas de colocação no mercado de trabalho, onde se enquadram os recém-formados em Jornalismo ou afins (Portaria n.º 667/86 de 7 de novembro).

Ainda no âmbito da formação jornalística, este centro promove, em parceria com entidades de reconhecida competência nos respetivos setores, seminários e outras ações, contribuindo para a especialização de candidatos ou de jornalistas em áreas temáticas com interesse jornalístico (CENJOR, 2013).

Nas palavras de Fernando Cascais (2004: 88-89), diretor do CENJOR entre os anos 1996 e 2010, a formação oferecida por este centro apresenta as seguintes especificidades: constante preocupação pela reformulação dos programas dos cursos e/ou ações de formação, ajustando-os à evolução do sector nas suas diversas vertentes, como a profissional e a empresarial; complementaridade no que se refere à formação ministrada pelos estabelecimentos de ensino superior na área da Comunicação e do Jornalismo; conteúdo formativo essencialmente prático, fomentado no saber-fazer e no saber-analisar criticamente o que se produz; primazia à formação contínua, promovendo o aperfeiçoamento, a atualização, a reciclagem e, acima de tudo, a especialização; equilíbrio formativo entre técnicas noticiosas e temas de relevância jornalística; fornecer saberes e facultar competências técnicas e tecnológicas de forma tão intensiva quanto possível.

Tal como é sublinhado no parágrafo anterior, o CENJOR não pretende ser um concorrente dos estabelecimentos de ensino superior no que diz respeito à formação dos profissionais da informação jornalística, mas sim um complemento à formação destes. Para Fernando Cascais (2004), a formação profissional deve ser o complemento prático de formação dada nos cursos de Jornalismo e afins pelos estabelecimentos do ensino superior. Assim, este centro formativo desenvolve atividade complementar ao ensino académico de Jornalismo ou afins, recorrendo a *ateliers* de forte dinâmica prática. Neste âmbito, diversas instituições do ensino universitário e politécnico têm acordos com o CENJOR (2013).

Os cursos e/ou ações de formação lecionados pelo CENJOR (2013) estão segmentados em seis áreas de formação, sendo elas: a imprensa; a rádio; a televisão; a fotografia; o multimédia; e o desenvolvimento pessoal.

5.2. A edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos no ensino superior e na formação profissional para jornalistas

5.2.1. No ensino superior

Um dos objetivos a atingir com a realização da presente investigação é verificar a forma como os alunos dos cursos superiores, que formam jornalistas, nos cursos de *Jornalismo* ou afins, estão a ser preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos e, nessa sequência, sugerir potenciais recomendações com vista a uma maior proximidade dessa formação ao cenário atual. Para a concretização deste objetivo, tal como descrito no processo metodológico, recolheram-se e analisaram-se os planos de estudos da maioria dos cursos superiores, ao nível do 1.º ciclo, ou seja, da licenciatura, bem como as fichas das unidades curriculares que, direta ou indiretamente, estão relacionadas com a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos. Para além disso, entrevistaram-se um total de 20 docentes do ensino superior, que lecionam no campo do jornalismo televisivo nestes cursos, a saber: Bruno Silva (Universidade do Algarve, Faro); Carla Cruz (Universidade Técnica de Lisboa); Filipa Cerol Martins (Universidade do Algarve, Faro); Francisco Sousa (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa); Frederico Lopes (Universidade Fernando Pessoa, Porto); Gil Ferreira (Instituto Politécnico de Coimbra); Hugo Gilberto (Instituto Superior da Maia); João Canavilhas (Universidade da Beira Interior, Covilhã); João Simão (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real); Jorge Carvalho (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa); José Manuel Portugal (Universidade de Coimbra); José Rodrigues dos Santos (Universidade Nova de Lisboa); Miguel Ângelo (Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra); Pedro Felício (Instituto Politécnico de Setúbal); Pedro Bruno Lima (Instituto Politécnico de Lisboa e Universidade Católica Portuguesa, Lisboa); Pedro Pinto (Universidade Autónoma de Lisboa); Rúben Neves (Instituto Politécnico de Lisboa); Sandra Sá Couto (Universidade do Porto); Sónia Lamy (Instituto Politécnico de Portalegre) e Teresa Gouveia (Instituto Politécnico de Viseu).

Neste contexto, examinaram-se 19 cursos superiores ao nível do 1.º ciclo. No que concerne ao ensino universitário, sete cursos são lecionados por instituições públicas e cinco por instituições privadas. Deste modo, os sete cursos do ensino superior universitário público são: *Ciências da Comunicação* da Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, em Vila Real; *Ciências da Comunicação* da Escola Superior de Edu-

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

cação e Comunicação da Universidade do Algarve; *Ciências da Comunicação – percurso Jornalismo* da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa; *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, na Covilhã; *Ciências da Comunicação – ramo Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade do Porto; *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa e *Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

Por seu turno, os cinco cursos superiores ministrados por universidades privadas são os seguintes: *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa, no Porto; *Ciências da Comunicação* da Universidade Autónoma de Lisboa; *Ciências da Comunicação e Cultural – especialização em Comunicação Social e Jornalismo* da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, em Lisboa; *Ciências da Comunicação e da Cultura – área Jornalismo e Comunicação e Jornalismo*, ambos cursos lecionados na Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa.

No que respeita ao ensino superior politécnico, analisaram-se sete cursos referentes igualmente ao 1.º ciclo, sendo que cinco são disponibilizados por instituições públicas e dois por instituições privadas. No ensino superior politécnico público, investigaram-se os cursos de *Comunicação Social* das Escolas Superiores de Educação dos Institutos Politécnicos de Coimbra, Viseu e Setúbal, o curso de *Comunicação Social* da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa e o curso de *Jornalismo e Comunicação* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre.

Por último, relativamente ao ensino superior politécnico privado, estudaram-se dois cursos, designadamente o de *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior da Maia e o de *Comunicação Social* do Instituto Superior Miguel Torga, em Coimbra.

Os resultados apurados neste ponto indicam que todos os cursos examinados abordam a edição de imagem de conteúdos jornalísticos televisivos, ainda que em dois destes cursos os alunos não sejam ensinados a utilizar um editor de vídeo. Tal como já foi sobejamente explicado, a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos não se restringe ao uso do editor de vídeo, mas também ao conhecimento e aplicação da linguagem audiovisual, em especial as técnicas e regras de montagem, a escrita para as imagens, entre outros aspetos.

Todos os docentes consideram que é fundamental que os estabelecimentos de ensino superior que formam jornalistas foquem a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, dado que estes estão conscientes de que, presentemente, os jornalistas, para exercer a sua

atividade numa redação televisiva, têm de ser detentores desta competência. Alguns docentes, como João Canavilhas, professor no curso de *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, ou João Simão, docente no curso de *Ciências da Comunicação* da Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, realçam que os alunos não devem somente ser preparados para editar em vídeo conteúdos informativos para televisão, mas também para outros *media* informativos, nomeadamente os disponibilizados *online*, uma vez que estes veiculam, cada vez com maior frequência, as suas mensagens jornalísticas através de conteúdos em vídeo. Ainda a este respeito, como destaca João Canavilhas (2009a), devido à implementação de novas ferramentas digitais nas redações, os estabelecimentos de ensino superior veem-se obrigados a preparar jornalistas multitarefas, o que implica introduzir novas unidades curriculares ou alterar conteúdos nalgumas unidades curriculares existentes nos planos de estudos. Nestes moldes, *Captação e Edição Digital de Imagem* e *Captação e Edição de Som* passam a ser conteúdos programáticos obrigatórios (Canavilhas, 2009a).

No que se reporta à aprendizagem de utilização dos editores de vídeo por parte dos alunos, verifica-se que o *Adobe Premiere*⁴⁷ (ver quadro seguinte) é o mais ensinado, já que nove cursos dos 19 estudados usam este programa informático. Em segundo lugar como o editor de vídeo mais ensinado nos cursos examinados surge o *Avid*⁴⁸, sendo utilizado em cinco cursos. O terceiro lugar pertence ao *Sony Vegas*⁴⁹, sendo aprendido em três cursos. O editor de vídeo *Grass Valley Edius*⁵⁰ é ensinado em dois dos cursos investigados. Por último, o *Final Cut*⁵¹ é apenas abordado por um curso, o de *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Fernando Pessoa.

⁴⁷ Mais informações em: <www.adobe.com>.

⁴⁸ Mais informações em: <<http://www.avid.com/US/>>.

⁴⁹ Mais informações em: <<http://www.sonycreativesoftware.com/vegaspro>>.

⁵⁰ Mais informações em: <<http://www.grassvalley.com/products/nlesoftware>>.

⁵¹ Mais informações em: <<http://www.apple.com/pt/finalcutpro/>>.

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

Quadro 19 - Editores de vídeo ensinados

curros	instituições de ensino	editores de vídeo
Ciências da Comunicação	Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve, Faro	Grass Valley Edius
Ciências da Comunicação	Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior, Covilhã	Adobe Premiere
Ciências da Comunicação	Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Fernando Pessoa, Porto	Grass Valley Edius, Sony Vegas e Final Cut
Ciências da Comunicação	Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Nova de Lisboa	-
Ciências da Comunicação	Faculdade de Letras da Universidade do Porto	Adobe Premiere
Ciências da Comunicação	Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa	Avid
Ciências da Comunicação	Universidade Autónoma de Lisboa	Avid
Ciências da Comunicação	Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real	Adobe Premiere
Ciências da Comunicação	Instituto Superior da Maia	Adobe Premiere
Ciências da Comunicação e Cultura	Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Lisboa	Avid
Ciências da Comunicação e Cultural	Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, Lisboa	Adobe Premiere e Sony Vegas
Comunicação e Jornalismo	Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Lisboa	Avid
Comunicação Social	Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa	Avid
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal	Sony Vegas
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra	Adobe Premiere
Comunicação Social	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu	Adobe Premiere
Comunicação Social	Instituto Superior Miguel Torga, Coimbra	Adobe Premiere
Jornalismo	Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra	-
Jornalismo e Comunicação	Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre	Adobe Premiere

Em dois cursos, os discentes têm a oportunidade de aprender a montar em mais do que um editor de vídeo, como no caso dos cursos de *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Humanas e Sociais da Universidade Fernando Pessoa e da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa. No curso de *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Fernando Pessoa, os alunos utilizam como editores de vídeo o *Grass Valley Edius*, o *Sony Vegas* e, para produções audiovisu-

ais que exijam um tratamento mais cuidado ao nível da pós-produção, o *Final Cut*. No caso do curso lecionado na Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, para além de os alunos serem ensinados a editar em vídeo no *Sony Vegas*, estes têm disponíveis alguns computadores com o *Adobe Premiere*.

No curso de *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e no curso de *Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, os estudantes não são ensinados a utilizar um editor de vídeo. Todavia, tanto num caso como no outro, os alunos são encorajados a usar os seus próprios computadores e o seu *software* de forma a trabalhar fora da sala de aula. José Rodrigues dos Santos, na qualidade de docente do curso de *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa no campo do jornalismo televisivo, sublinha que esta prática permite preparar os futuros jornalistas para uma realidade de *freelancer* mais compatível com a atual situação do mercado de trabalho.

Pese embora, no curso de *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa, na unidade curricular *Televisão e Cinema*, lecionada no 2.º semestre do 2.º ano, onde são exploradas as questões relacionadas com a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, não seja ensinado a usar nenhum editor de vídeo, tal como é explicado por uma das docentes desta unidade curricular, Carla Cruz, no 3.º ano, os alunos deste curso participam em *ateliers* de jornalismo (Imprensa, Rádio e Televisão) do CENJOR, ao abrigo de um protocolo estabelecido entre as duas entidades envolvidas. É no CENJOR que os alunos deste curso aprendem a utilizar um editor de vídeo, especificamente o *Avid*.

De assinalar que em nenhum curso analisado é ensinado o mesmo editor de vídeo usado pelos jornalistas nas principais redações televisivas portuguesas (RTP, SIC e TVI). Na RTP e na TVI, os jornalistas utilizam os editores de vídeo da *Quantel*, mais concretamente os editores de vídeo *sQ Cut* e *sQ Edit*, e na redação da SIC os jornalistas recorrem ao editor de vídeo *Sony Xpri NS*. Porém, tal como é enfatizado por diversos docentes, o mais importante é adquirir os princípios de utilização, na medida em que a grande parte dos editores de vídeo rege-se pelos mesmos princípios e, assim sendo, quem souber usar um editor de vídeo, adaptar-se-á com uma relativa facilidade a outro editor de vídeo.

Ainda a propósito do ensinamento acerca do uso dos editores de vídeo, a grande maioria dos docentes entrevistados realça que os discentes aprendem com muita facilidade a utilizar os editores de vídeo. Nalguns casos, principalmente nos cursos onde a utilização de um editor de vídeo não é ensinado, os alunos são autodidatas, tal como é enaltecido por José Manuel

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

Portugal, docente na licenciatura em *Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

De todos os planos de estudos examinados, apenas um apresenta uma unidade curricular dedicada exclusivamente à edição de vídeo, denominada *Ateliê de Edição Vídeo*, pertencente ao curso de *Comunicação Social* da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, ainda que seja uma opção lecionada no 2.º semestre do 3.º ano. Nesta unidade curricular, de acordo com o docente Pedro Bruno Lima, os estudantes aprendem as diferenças entre editar e montar um produto audiovisual, entendendo os limites da manipulação da informação, de forma a não cometer erros durante a edição jornalística. Assim, em termos teóricos, os discentes adquirem os conhecimentos sobre como manusear corretamente a imagem e o som, tendo em consideração os conceitos psicológicos de esquema e guião mental, de modo a criar suspense, mistério ou surpresa. Em termos práticos, os discentes são instruídos a dominar um sistema de edição não linear de vídeo.

Em alguns dos cursos analisados, os alunos aprendem a editar em vídeo em unidades curriculares ligadas à Comunicação e/ou Produção Audiovisual e/ou Televisiva, como sejam:

- *Atelier de Televisão e Cinema* (unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu);
- *Comunicação Audiovisual* (unidade curricular do 1.º semestre do 1.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Escola Superior de Educação da Universidade do Algarve);
- *Comunicação Televisiva*⁵² (unidade curricular da licenciatura em *Ciências da Comunicação e Cultural* da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa);
- *Iniciação à Produção Televisiva* (unidade curricular do 2.º semestre do 1.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra);
- *Laboratórios de Som e Imagem* (unidade curricular do 1.º semestre do 3.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Letras da Universidade do Porto);

⁵² Ainda que o plano de estudos da licenciatura em Ciências da Comunicação e Cultural, ministrada na Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa, contemple uma unidade curricular com o nome de *Técnicas de Comunicação Audiovisual*, é, segundo o docente Pedro Bruno Lima, na unidade curricular *Comunicação Televisiva* que os alunos deste curso aprendem a editar em vídeo conteúdos jornalísticos televisivos.

O Binómio Jornalista-Editor de Imagem na Produção Noticiosa Televisiva

- *Produção Audiovisual* (unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Setúbal);
- *Produção e Realização Audiovisual I e II* (unidades curriculares do 2.º ano e 1.º semestre do 3.º ano, respetivamente, da licenciatura em *Comunicação Social* do Instituto Superior Miguel Torga).

Noutros cursos, os alunos são instruídos a editar em vídeo em unidades curriculares ligadas às Tecnologias da Informação e da Comunicação. Por exemplo, na licenciatura em *Ciências da Comunicação* ministrada pela Faculdade de Letras da Universidade do Porto, os estudantes têm o seu primeiro contacto com a edição de vídeo no 1.º semestre deste curso, numa unidade curricular designada por *Tecnologia dos Média*. No 2.º semestre do 2.º ano, na unidade curricular *Ateliers de Multimédia*, os discentes voltam a ter mais algum contacto com a edição de vídeo, mas é no semestre seguinte que estes aprofundam os conhecimentos sobre esta temática na unidade curricular *Laboratórios de Som e Imagem*.

Noutro caso, segundo o docente Hugo Gilberto, no curso de *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior da Maia, os alunos aprendem, em termos técnicos, a editar em vídeo numa unidade curricular denominada Tecnologias da Informação e Comunicação. Neste curso, verifica-se uma grande aposta na componente tecnológica, visto que, em todos os semestres, há uma unidade curricular de Tecnologias da Informação e da Comunicação (I, II, III, IV, V e VI).

Em diversas unidades curriculares ligadas à vertente jornalística, os estudantes aprendem e/ou aplicam os conhecimentos sobre a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, nomeadamente:

- *Ateliê de Jornalismo Televisivo I e II* (unidades curriculares do 2.º semestre do 2.º ano e do 1.º semestre do 3.º ano, respetivamente, da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa);
- *Atelier de Comunicação e Informação I* (unidade curricular do 1.º semestre do 3.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro);
- *Atelier de Jornalismo* (unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior);

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

- *Atelier de Televisão - Jornalismo, Newsroom* (unidade curricular do 2.º semestre do 3.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Universidade Autónoma de Lisboa);
- *Géneros Jornalísticos* (unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu);
- *Jornalismo Televisivo* (unidade curricular do 1.º semestre do 2.º ano do curso de *Ciências da Comunicação* da Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve; unidade curricular do 2.º ano do 3.º ano das licenciaturas em *Ciências da Comunicação e da Cultura* e em *Comunicação e Jornalismo* da Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa; e unidade curricular no 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra);
- *Laboratório de Jornalismo Televisivo I e II* (unidades curriculares do 1.º e do 2.º semestre do 3.º ano, respetivamente, da licenciatura em *Comunicação Social* no Instituto Superior Miguel Torga);
- *Laboratório de Televisão* (unidade curricular do 2.º semestre do 1.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Universidade Fernando Pessoa);
- *Oficina de Jornalismo Televisivo* (unidade curricular do 1.º semestre do 3.º ano da licenciatura em *Jornalismo e Comunicação* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Portalegre);
- *Técnicas de Expressão Jornalística I e II* (unidades curriculares do 2.º semestre do 1.º ano e do 1.º semestre do 2.º ano, respetivamente, da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Letras da Universidade do Porto).

Em outras unidades curriculares, muito embora os alunos não sejam ensinados a editar em vídeo conteúdos jornalísticos televisivos, são focadas as questões referentes à construção de histórias com imagens e sons, explorando a linguagem audiovisual, a construção de narrativas e como escrever para as imagens, tais como:

- *Jornalismo Televisivo, Atelier de Jornalismo Televisivo e Géneros Televisivos* (unidades curriculares da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa);

O Binómio Jornalista-Editor de Imagem na Produção Noticiosa Televisiva

- *Princípios e Práticas de Jornalismo Televisivos I e II* (unidades curriculares do 1.º e 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra);
- *Televisão e Cinema* (unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa).

Como já foi inúmeras vezes salientado (nomeadamente na secção 4.4), para se editar em vídeo não basta operar adequadamente um sistema de edição de vídeo, seja ele linear ou não linear. Nesta perspetiva, é fundamental que os alunos adquiram outros conhecimentos, designadamente os relacionados com a imagem. Com efeito, a grande parte dos cursos investigados inclui, nos seus planos de estudos, unidades curriculares dedicadas à imagem:

- *Análise do Discurso e da Imagem* (unidade curricular do 1.º semestre do 3.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro);
- *Análise e Interpretação Fílmica* (unidade curricular do 2.º semestre do 1.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação e Cultural* da Faculdade de Ciências Humanas da Universidade Católica Portuguesa);
- *Design e Comunicação Visual* (unidade curricular do 2.º semestre do 1.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Letras da Universidade do Porto);
- *Comunicação com a Imagem* (unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra);
- *Cultura Visual* (unidade curricular do 1.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação e da Cultura* da Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa; e unidade curricular do 1.º semestre do 3.º ano licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Viseu);
- *Estudos de Imagem* (unidade curricular do 2.º semestre do 1.º ano da licenciatura em *Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra);
- *Filmologia* (unidade curricular da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências e Humanas da Universidade Nova de Lisboa);

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

- *História e Estética da Imagem Mediatizada* (unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* do Instituto Superior Miguel Torga);
- *Metodologia de Análise da Imagem* (unidades curriculares das licenciaturas de *Ciências da Comunicação e da Cultura* e *Comunicação e Jornalismo* da Escola de Comunicação, Arquitetura, Artes e Tecnologias da Informação da Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, em Lisboa, sendo que, no primeiro curso, é lecionada no 1.º semestre do 1.º ano, enquanto no segundo curso é dada no 1.º semestre do 3.º ano);
- *Representação e Cultura Visual* (unidade do 1.º semestre do 3.º ano da licenciatura em *Comunicação Social*, no percurso alternativo em Jornalismo e Informação, da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Coimbra);
- *Semiologia da Imagem e do Discurso* (unidade curricular do 1.º semestre do 2.º ano da licenciatura de *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Artes e Letras da Universidade da Beira Interior);
- *Teoria da Imagem* (unidade curricular do 2.º semestre do 1.º ano da licenciatura em *Comunicação Social* da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico da Setúbal; unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Letras da Universidade do Porto; e unidade curricular do 2.º semestre do 2.º ano da licenciatura em *Ciências da Comunicação* do Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa);
- *Teoria da Imagem e da Representação* (unidade curricular da licenciatura em *Ciências da Comunicação* da Faculdade de Ciências e Humanas da Universidade Nova de Lisboa).

Estas unidades curriculares permitem aos discentes adquirir maior sensibilidade para as questões da imagem, o que contribui para melhorar a edição de imagem.

Sobre se os alunos saem devidamente preparados para editar em vídeo conteúdos jornalísticos televisivos, praticamente todos os docentes entrevistados reconhecem que são apenas fornecidos os conhecimentos elementares, saindo minimamente preparados. A razão apontada pelos docentes é a falta de tempo, isto é, o número reduzido de horas destinadas a esta componente de ensino. Através da análise efetuada aos planos de estudos aos cursos examinados, constata-se que estes são muito abrangentes, porque, para além de serem, igualmente, focadas as técnicas específicas dos outros *media* informativos (imprensa escrita, rádio e *online*), são abordadas outras áreas da Comunicação, como a Publicidade ou as Relações Públicas. Tanto mais que, mesmo no campo da Comunicação Jornalística, a componente teórica das unidades

curriculares que compõem os diversos planos de estudos continua a ser a predominante. Daí, tal como escreve Jorge Pedro Sousa (2004b: 4), «a preocupação central de muitos cursos superiores é, assim, a formação de comunicólogos e a pesquisa comunicológica e não a formação específica de jornalistas». Nesta ótica, Joaquim Vieira (Gomes *et al.*, 2004) considera que os cursos superiores que preparam os estudantes para serem jornalistas parecem ser cursos destinados a formar académicos e não jornalistas. Na continuidade desta ideia, Lopes Araújo (2004: 119) acredita que «na Universidade não se fabricam jornalistas, mas ajuda-se a despertar a vocação e dá-se formação essencial ao desempenho futuro da profissão». Neste sentido, este autor crê que «a existência de uma componente prática, composta de trabalhos nos laboratórios de rádio, televisão e imprensa, completados, depois, pelo estágio, são igualmente um elemento importante da formação do jovem estudante de Jornalismo. Porém, a prática vem depois no dia-a-dia de uma redação. E a teoria, esta é que já não se aprende senão na Universidade...» (Gomes *et al.*, 2004: 119). Não obstante, tal como diz António Fidalgo (2007: 1), «o ensino do jornalismo é um ensino teórico e prático, tal como o ensino de certas profissões para as quais se exige uma formação académica superior (...). Não basta saber, é preciso saber fazer». O problema do currículo dos cursos que formam jornalistas «é que são elaborados por académicos que raramente possuem experiência da profissão» (Gomes *et al.*, 2004: 115). Na opinião de Joaquim Vieira (Gomes *et al.*, 2004), os jornalistas recém-formados não saem dos estabelecimentos de ensino superior preparados para desempenhar a carreira, e é na prática, quando já estão a exercer a sua atividade profissional, que aprendem como se faz jornalismo, herdando o saber mas igualmente os vícios que os colegas mais antigos lhes vão transmitindo. No entanto, tal como alerta Helder Bastos (Gomes *et al.*, 2004), a preparação dos futuros profissionais da informação noticiosa deve procurar o equilíbrio entre a sólida construção teórica e a imprescindível proficiência prática, no sentido em que «a excessiva valorização de uma em detrimento da outra tende a gerar distorções, umas vezes no campo académico, outras vezes no terreno das redações» (Gomes *et al.*, 2004: 112). Aliás, a componente prática do ensino do jornalismo pelos estabelecimentos do ensino superior foi, desde do início, um dos grandes temas de discussão entre os jornalistas, considerando os cursos demasiados teóricos (Graça, 2009). Na adequação dos cursos no âmbito do Processo de Bolonha, foram introduzidas algumas unidades curriculares que respondessem as novas necessidades (Canavilhas, 2009c). Contudo, tal como é evidenciado por João Canavilhas (2009c), esta oportunidade não foi totalmente aproveitada derivado à redução da duração das licenciaturas, passando de quatro ou cinco anos para três anos. De qualquer forma, a grande parte dos planos de estudos dos cursos que formam jornalistas

tas reflete a preocupação de preparar os futuros profissionais da informação noticiosa na componente prática (Teixeira, 2012).

Por outra parte, em alguns cursos, de forma a colmatar a falta de tempo e proporcionar mais alguma prática, nomeadamente os cursos de *Ciências da Comunicação* da Universidade da Beira Interior, da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro e da Universidade Fernando Pessoa, os discentes são estimulados a desenvolver trabalho extracurricular no que se refere à produção de conteúdos informativos televisivos.

Neste panorama, a Universidade da Beira Interior dispõe de uma televisão interna, designada por TUBI, acrónimo de Televisão Universitária da Beira Interior, tendo emitido a primeira transmissão no dia 19 de outubro de 1997. Este canal, sendo distribuído através de um circuito interno, funciona como laboratório para os alunos da licenciatura em *Ciências da Comunicação*. A versão *online* deste canal interno de televisão, a TUBIWEB⁵³, foi lançada no ano de 2003. Todavia, após um período experimental e de um interregno, a TUBIWEB retomou as suas emissões em março de 2006 (Site oficial da TUBIWEB, 2003).

Na opinião de João Simão, docente do curso de *Ciências da Comunicação* da Escola de Ciências Sociais e Humanas da Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, o que os alunos aprendem neste curso não é o suficiente para fazer face aos desafios profissionais com que se venham a deparar. Deste modo, esta formação tem de ser completada com atividades extracurriculares. Daí, os estudantes serem encorajados a colaborar no canal de televisão emitido através da *web*, denominado por UTAD TV⁵⁴, de maneira a aperfeiçoar as suas competências na produção de conteúdos televisivos. Impulsionada pelo docente João Simão, a UTAD TV surgiu em 2007, com o propósito de criar um Laboratório Experimental para os discentes da licenciatura em *Ciências da Comunicação*, tendo como principal objetivo a produção de programas informativos, com vista ao desenvolvimento de competências técnicas e práticas comunicativas por parte dos alunos envolvidos. Segundo João Simão, existe uma preocupação em assinalar os erros dos alunos e explicar como deveriam ter feito, de modo a que, num primeiro momento, os alunos tenham consciência das suas falhas e que, num segundo momento, estes não tornem a cometer os mesmos erros.

Nesta linha, na Universidade Fernando Pessoa, tal como é explicado pelo docente Frederico Lopes, os estudantes, que pretendem desenvolver as suas competências no que diz respeito à produção televisiva, podem frequentar, durante o seu percurso académico, como uma

⁵³ Transmissões televisivas disponíveis em: <<http://www.tubi.ubi.pt/>>.

⁵⁴ Emissões televisivas disponíveis em: <<http://utadtv.utad.pt/>>.

atividade extracurricular, uma Oficina de Televisão, com uma carga semanal de nove horas, sem qualquer custo.

Em síntese, por um lado, estes laboratórios de televisão proporcionam a primeira experiência profissional aos alunos, permitindo que estes tenham a possibilidade de aprender as práticas e as rotinas vigentes nas redações televisivas, tentando facilitar o seu ingresso no mercado de trabalho. Por outro lado, os trabalhos dos estudantes ganham visibilidade, já que os conteúdos jornalísticos produzidos podem ser visionados através dos respetivos canais de televisão *online*. A este propósito, João Canavilhas salienta que, ao participarem nestes projetos, os estudantes adquirem uma prática inestimável e publicam os seus trabalhos, construindo um *portfolio* para enfrentar o mercado laboral.

5.2.2. Na formação profissional para jornalistas

Acerca da formação profissional facultada pelo CENJOR no domínio da edição de imagem para jornalistas, optou-se por entrevistar Jorge Nuno Oliveira, na qualidade de coordenador pela formação do campo do Jornalismo Televisivo, João Ferreira que, para além de chefe dos editores de imagem da TVI, é formador neste domínio, e Rui Romão que, para além de ser um dos coordenadores dos repórteres de imagem da TVI, é formador na vertente da captação de imagem. Para além disso, foram recolhidos e analisados os planos de formação dos cursos e/ou ações desenvolvidos no domínio em estudo por este centro formativo.

No que se refere ao facto de os jornalistas serem preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, Jorge Nuno Oliveira, que é jornalista da TVI desde 1992, salienta que, atualmente, esta competência é um pré-requisito exigido para qualquer jornalista que pretenda exercer a sua atividade profissional numa redação de televisão. Assim, o coordenador pela formação do campo do Telejornalismo do CENJOR sublinha que é fundamental que o jornalista televisivo edite em vídeo conteúdos informativos.

A respeito do ensino ministrado pelos estabelecimentos de ensino superior nos cursos de Jornalismo e afins no domínio da edição de imagem de conteúdos jornalísticos televisivos, Jorge Nuno Oliveira expressa uma opinião negativa, considerando que, por regra, os jornalistas recém-formados saem mal preparados neste domínio, especialmente na componente prática. No mesmo sentido, os formadores João Ferreira e Rui Romão também possuem uma opinião desfavorável, entendendo que os jornalistas recém-formados não estão devidamente preparados para executar a edição de imagem de conteúdos informativos a serem veiculados pela tele-

5. Contributos para o Ensino e Formação da Edição de Imagem de Conteúdos Noticiosos Televisivos para Jornalistas

visão. Tal como o seu coordenador, João Ferreira e Rui Romão também sublinham que a estes jornalistas falta-lhes prática, e, no campo da edição de imagem, tal como em outros domínios da televisão, o “saber prático” ou o “saber fazer” é imprescindível.

Na perceção de João Ferreira, os jornalistas recém-formados, enquanto alunos, elaboraram poucos ou, pelo menos, não o número suficiente de trabalhos práticos de montagem durante o curso. Ainda no entender de João Ferreira, nos cursos de *Jornalismo* ou afins não é dado o tempo suficiente aos discentes para assimilarem os conceitos teóricos fornecidos e, sobretudo, para aplicá-los. Desta maneira, os estudantes não têm tempo para errar e, para João Ferreira, é fundamental que estes tenham tempo para errar para, conseqüentemente, aprender.

Sobre as principais dificuldades sentidas pelos jornalistas recém-formados, Jorge Nuno Oliveira entende que estas estão relacionadas com as questões da linguagem audiovisual e não tanto na utilização dos equipamentos tecnológicos, designadamente dos editores de vídeo. No seu ponto de vista, os alunos sentem muitas limitações no que toca a contar uma história com imagens e sons.

De acordo com Jorge Nuno Oliveira, os cursos promovidos pelo CENJOR que abordam a edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos são mais procurados pelos jornalistas recém-diplomados do que por jornalistas que já se encontram no mercado de trabalho há algum tempo. Na opinião do coordenador pela formação da área do jornalismo para televisão, os jornalistas recém-formados sentem a necessidade de completar a sua formação no CENJOR, permitindo reforçar a componente prática. Nas palavras do formador João Ferreira, o CENJOR procura fazer a ponte entre os estabelecimentos do ensino superior e o mercado de trabalho.

Tal como já foi realçado, os cursos e/ou ações de formação lecionados pelo CENJOR (2013) estão segmentados em seis áreas de formação, sendo elas: a imprensa; a rádio; a televisão; a fotografia; o multimédia; e o desenvolvimento pessoal.

Na área de formação televisiva, onde a presente investigação se enquadra, o CENJOR disponibiliza a seguinte oferta formativa: Ateliê de Jornalismo Televisivo; Apresentação em Televisão; Direitos de Televisão; Escrita Jornalística para Televisão; Reportagem de Televisão; Entrevista em Televisão; Operação de Câmara de Reportagem ENG; e Edição de Vídeo Digital.

O curso de *Edição de Vídeo Digital* tem como finalidade proporcionar aos formandos conhecimentos na aplicação das técnicas de edição de vídeo de materiais televisivos em sistemas digitais não lineares de vídeo, mais especificamente num sistema *Avid*, tendo como público-alvo profissionais da informação televisiva que necessitam desta forma específica para exercer a sua atividade laboral (CENJOR, 2013). Assim, os objetivos a concretizar pelos for-

mandos são: conhecer e, posteriormente, aplicar a teoria e as regras da edição de vídeo digital; montar em vídeo através do sistema de edição não linear de vídeo *Avid*; usar de uma forma adequada os servidores de vídeo como banco de armazenamento de ficheiros (imagem e vídeo; áudio; grafismo; ...) a serem usados na montagem; ter conhecimento e utilizar as técnicas de produção global de uma reportagem televisiva através do sistema *Avid* e compreender e, sobretudo, interiorizar o conceito de Redação Digital (CENJOR, 2013). Durante as 40 horas que formam a carga horária deste curso, são fornecidas as noções básicas e teóricas da edição de vídeo digital, assim como os conhecimentos necessários sobre a utilização do equipamento *Avid*, por forma a que os formandos aprendam a usá-lo de um modo apropriado para editar em vídeo conteúdos jornalísticos televisivos. Neste curso, os formandos aprendem a produzir uma reportagem, dando principal destaque à montagem, procurando que os formandos alcancem a independência na execução desta etapa. Em termos metodológicos, este curso faz uso de metodologias que fomentam o trabalho prático por parte dos formandos, como sejam a Simulação, os Jogos Pedagógicos ou o *Role Play*.

Outro curso, que foca a edição de vídeo de conteúdos informativos televisivos, é o *Ate-liê de Jornalismo Televisivo*. Com uma duração de 80 horas, neste curso é abordada a linguagem televisiva, a escrita jornalística para televisão, a montagem digital e a produção de reportagens, entrevistas e diretos.

Por último, ainda outro curso que deve ser evidenciado, uma vez que este está diretamente relacionado com a edição de vídeo de conteúdos informativos televisivos, é o denominado *Escrita Jornalística para Televisão*. Tendo em conta os seus conteúdos programáticos, em 20 horas de formação, os formandos adquirem as seguintes competências: escrever textos noticiosos para imagens estáticas e em movimento; escrever textos criativos sem apoio direto de imagens; sistematizar a harmonização entre texto e imagem; ilustrar textos literários e adaptar estes textos à narrativa jornalística televisiva (CENJOR, 2013).

5.3. Algumas recomendações para um melhor ensino e formação ao nível da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos para jornalistas

Seguidamente apresentam-se algumas recomendações, que podem ser seguidas pelos estabelecimentos de ensino superior e por centros de formação profissional que preparam os jornalistas para o mercado de trabalho, com o propósito de contribuir para o melhoramento do ensino e da formação ao nível da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos.

Sensibilizar os futuros jornalistas sobre a importância de adquirirem as competências para editar em vídeo conteúdos noticiosos. Os docentes, que lecionam as unidades curriculares que abordam a edição de imagem de conteúdos noticiosos, devem reforçar, junto dos alunos, a relevância de estes, enquanto futuros jornalistas, adquirirem as competências necessárias para editar em vídeo conteúdos informativos televisivos. Tal como a presente investigação demonstra, presentemente o jornalista saber montar em vídeo é um pré-requisito para este exercer a sua atividade profissional numa redação televisiva, tornando-se uma mais-valia na hora da contratação e no desempenho da sua atividade profissional. Se os estudantes compreenderem que é útil ser detentor destas competências, certamente que estes se sentirão mais motivados para as obterem.

Ainda neste ponto, pese embora alguns jornalistas a desempenharem a sua atividade profissional em redações televisivas continuarem a pensar que a função/ tarefa de edição de imagem não é uma função/ tarefa do jornalista, os alunos devem interiorizar esta função/ tarefa como algo natural, tal como um jornalista de imprensa percebe que faz parte das suas funções/ tarefas escrever no computador uma notícia.

Abordar com profundidade as normas técnicas e estéticas da imagem. Como explicado anteriormente, as imagens difundidas pela televisão têm de respeitar certas normas técnicas e estéticas (Ward, 2000, 2001; Barroso García, 2001; Antero, 2007; Owens e Miller-son, 2012; Pato; 2012; Zettl, 2012). Relembrem-se que as normas técnicas referem-se se as imagens possuem uma exposição exata, se as cores são as corretas, se os elementos de interesse estão nítidos, se as imagens estão estáveis, entre outros aspetos técnicos. Por sua vez, as normas estéticas dizem respeito aos enquadramentos e, sobretudo, à composição de imagem. Deste modo, os discentes devem assimilar estas normas, porque, permitir-lhe-ão por um lado, ter a capacidade de escolher as melhores imagens e, por outro, não usar imagens como erros técnicos e estéticos que contribuem para a perda de qualidade dos conteúdos jornalísticos televisivos.

Versar sobre o poder informativo da imagem. Para além das normas técnicas e estéticas da imagem, os alunos devem aprender a reconhecer, em primeiro lugar, o seu poder informativo. Na medida em que o valor jornalístico da imagem sobrepõe-se às normas técnicas e estéticas, tal como já tinha sido antes sublinhado «as imagens que se encontram em más condições técnicas ou até estéticas só podem ser emitidas se, devido à sua importância e exclusividade, o responsável pelo programa concluir que têm um interesse fundamental» (Direção de Informação da RTP, 2001: 59-60). Além do mais, se toda a imagem informa (Costa, 1989), os futuros jornalistas têm de ter estar cientes das informações que são transmitidas pelas imagens veiculadas. Porém, os estudantes devem igualmente estar conscientes de que para se descodificar a informação contida na imagem é necessário partilhar os mesmos códigos culturais de quem transmite e de quem recebe a imagem (Jespers, 1998).

Focar os limites éticos da utilização da imagem e do som na conceção de conteúdos noticiosos televisivos. Os alunos devem conhecer os limites éticos da utilização da imagem e do som na produção de conteúdos informativos televisivos, visto que, tal como alerta João Canavilhas (2009a), montar é uma forma de manipular e, por este motivo, o ensino da ética, neste caso particular os aspetos referentes à imagem e ao som, deve ser reforçado, com a discussão de casos resultantes das novas práticas digitais. Tanto mais que as imagens e os sons podem ser manipulados deliberadamente com o fim de propaganda ou de desinformação e, mesmo sem serem manipulados, raramente são difundidos inocentemente (Jespers, 1998).

Aprofundar a linguagem audiovisual, em especial as técnicas e as regras da montagem. Para se editar em vídeo de uma forma apropriada é imprescindível que o futuro jornalista televisivo tenha um conhecimento aprofundado acerca da linguagem audiovisual, tal como um escritor possui sobre a língua na qual escreve. Por outro lado, tal como é evidenciando por diversos autores (Gomes *et al.*, 2004), se o jornalista em geral tem de dominar a língua na qual comunica, sendo visto como o principal instrumento de trabalho, o jornalista de televisão, para além disso, tem de dominar a linguagem audiovisual, porque é recorrendo a esta linguagem que constrói e veicula as suas mensagens informativas.

As narrativas jornalísticas televisivas são compostas por cenas e/ou sequências, resultantes da seleção e organização de planos. Nesta perspetiva, os discentes devem compreender o que é um plano e devem ter conhecimento de uma escala de planos e, principalmente, da significação de cada um dos planos que compõem esta escala, de modo a que estes os possam utilizar de um modo adequado (Rocha de Sousa, 1992; Sousa e Aroso, 2003; Antero, 2007; Oliveira, 2007; Simão e Fernandes, 2007; Pato, 2012). Neste seguimento, os estudantes devem ter conhecimento dos movimentos de câmara, designadamente da *panorâmica* e do *travelling*, e

perceber em que situações práticas devem estes movimentos ser usados. Ainda no que concerne aos planos, é preciso que os futuros jornalistas tenham conhecimentos sobre os planos quanto à colocação da câmara ou ângulo de captação (normal, picado e contrapicado) (Rocha de Sousa, 1992; Antero, 2007). Não basta identificar e explicar estes conceitos, sendo necessário mostrar aos alunos como estes planos são usados na prática, recorrendo a bons exemplos, e, ainda mais importante, os próprios alunos aplicá-los na realização de atividades práticas. Assim, deve ser dado aos discentes o tempo suficiente para poderem aplicar os conhecimentos teóricos transmitidos, de forma a serem interiorizados.

Para os planos serem organizados em cenas e/ou sequências com vista a ser construída uma narrativa noticiosa televisiva, os estudantes devem conhecer as diversas técnicas e regras da montagem. Nestes termos, devem ser explicadas as principais técnicas e regras de montagem, como sejam: o que se entende por *raccord* e os vários tipos, quer de imagem quer de áudio; a regra dos 180 graus; a regra dos 30 graus; o campo e o contra-campo; o equilíbrio de planos; o plano de corte; o plano *insert*; o plano de reação; o plano subjetivo; o uso das elipses; entre outras técnicas e regras da montagem (Arijon, 1976; Crittenden, 1995; Sánchez-Biosca, 1996; Fernández Díez e Martínez Abadía, 1999; Thompson, 2001; Schiavone, 2003; Pinel, 2004; Thompson e Bowen, 2009; Amiel, 2010; Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010). Paralelamente à explicação destas e outras técnicas e regras de montagem, é importante que sejam mostrados bons exemplos da aplicação prática destas aos alunos e que, seguidamente, tenham eles próprios a possibilidade de aplicá-las em atividades práticas. Neste âmbito, é crucial que a realização das atividades práticas seja acompanhada pelos docentes de forma a corrigir os eventuais erros cometidos.

Neste ponto, considera-se também importante demonstrar aos alunos que a disposição dos planos pode alterar por completo o sentido da mensagem, evidenciando que é a relação entre planos que cria o sentido e não os planos por si (Dancyger, 2010; Reisz e Millar, 2010).

O domínio da linguagem audiovisual, em especial das técnicas e regras da montagem, contribuem para melhorar o ato de se contar histórias, ou no caso particular do jornalismo televisivo, através de imagens e sons. Tanto mais que, ainda que o processo de edição de imagem seja um processo técnico, este é fundamentalmente um processo criativo.

No contexto de aprendizagem de utilização de um editor de vídeo, dar uma especial atenção à edição de áudio. Ainda que, segundo os resultados apurados, os alunos dos cursos analisados não manifestam grandes dificuldades na aprendizagem no uso de um editor de vídeo, há uma componente que deve ser reforçada, a sonora. Como explicado anteriormente, os conteúdos jornalísticos televisivos, nomeadamente nas pequenas peças noticiosas e re-

portagens, a componente sonora é, na maior parte das vezes, formada pela voz-off do jornalista, pelos “vivos” e pelo som ambiente. Para o tratamento desta componente, os editores de vídeo oferecem vários recursos e ferramentas que devem ser usadas para editar esta componente. Um destes recursos é a disponibilização de várias pistas de áudio para que cada um dos elementos sonoros ocupe uma pista, possibilitando a mistura de “sons”, como seja a voz-off com o som ambiente. É precisamente na “mistura” de som, isto é, no ajuste dos níveis de áudio, que reside uma das dificuldades dos alunos. Portanto, é fundamental dar mais atenção a esta parte.

Reforçar o ensino das técnicas de escrita para as imagens. Como explicado anteriormente, os conteúdos noticiosos televisivos, designadamente as pequenas peças jornalísticas e as reportagens, possuem voz-off, sendo este o resultado da leitura de um texto elaborado pelo jornalista. Muito embora, tal como já foi destacado, a prática instituída nas redações televisivas portuguesas seja elaborar primeiro o texto e em função deste é que são montadas as imagens, o ideal, de acordo com vários autores (Cebrián Herreros, 1992; Watts, 1999; Sousa e Aroso, 2003; Machado, 2004; Godinho, 2011), seria montar primeiro as imagens e em função destas construir-se o texto jornalístico. Mesmo que o texto seja escrito antes da montagem das imagens, o futuro jornalista não deve escrever o texto sem antes saber as imagens que tem disponíveis. Assim sendo, «tem que ser evitado, a todo o custo, o texto que é escrito sem que haja conhecimento das imagens, e totalmente à revelia destas» (Direção de Informação da RTP, 2001: 56). Ainda que isto pareça mais do que evidente, nem sempre é considerado quando os jornalistas elaboram o texto (Oliveira, 2007).

Por outra parte, escrever para televisão requer o domínio de uma técnica muito apurada. Tal como refere Jorge Nuno Oliveira (2007: 33), «a escrita audiovisual representa, no fundo, um corte absoluto com os parâmetros de escrita que nos ensinaram desde os tempos de escola. De uma escrita apoiada em sinais gráficos e destinada a ser lida vamos passar para uma escrita que representa sons. Uma escrita que se destina a ser ouvida e entendida logo à primeira vez e que, por isso, deve ser coloquial».

Neste ponto, os alunos devem aprender as técnicas de escrita de textos jornalísticos para televisão, tendo de entender a relação imagem e texto.

Contar com a colaboração de profissionais da área. Alguns dos docentes entrevistados, mais concretamente José Manuel Portugal, professor na licenciatura de *Jornalismo* da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Miguel Ângelo, docente na licenciatura em *Comunicação Social* do Instituto Superior Miguel Torga, e Rui Romão, formador do CENJOR, entendem que a lecionação da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos deve con-

tar com a colaboração de profissionais da área, neste caso particular com editores de imagem, por forma a transmitirem as suas experiências aos futuros jornalistas.

Fomentar a participação dos alunos em atividades extracurriculares referentes à produção noticiosa televisiva. Os estabelecimentos de ensino superior, que ministram cursos que formam jornalistas, devem criar as condições necessárias para que os seus alunos tenham a possibilidade de frequentar atividades extracurriculares no domínio da produção jornalística televisiva. Por sua parte, os docentes devem encorajar os seus alunos a participar nestas atividades, sensibilizando-os para a importância destas para o seu futuro profissional. É nestas atividades extracurriculares que os alunos têm tempo para praticar e para errar. Neste contexto, é imprescindível que estas atividades sejam acompanhadas pelos docentes ou por outros profissionais da área de forma a assinalar os erros efetuados pelos estudantes e a indicar a sua resolução.

Aquisição de conhecimentos com os editores de imagem nos estágios curriculares realizados nas redações televisivas. Na maioria dos cursos analisados, os discentes podem realizar um estágio curricular numa organização jornalística. O estágio faz parte integrante do currículo da grande parte das licenciaturas. A necessidade do estabelecimento de uma estreita ligação entre o meio académico e o meio profissional empresarial é uma das principais razões na aposta na realização de estágios curriculares (Salgado e Cravo, s.d.). Através do desenvolvimento de estágios académicos, os alunos têm a possibilidade de contactar com o mercado real de emprego, adquirir experiência profissional apropriada e pôr em prática os conhecimentos académicos adquiridos (Salgado e Cravo, s.d.).

O estágio curricular é uma etapa muito importante na formação de qualquer aluno, mas desempenha, ainda, maior relevância, no caso de um estudante de jornalismo, uma vez que «a prática diária de uma redacção, com as suas rotinas e prazos ou os afazeres e as correrias de uma estação de televisão são experiências que qualquer estudante deveria vivenciar, antes de ingressar, em pleno, na profissão que escolher» (Teixeira, 2012: 420). Deste modo, aconselha-se os estudantes, que pretendam exercer a sua vida profissional como jornalistas televisivos, a realizarem o seu estágio curricular numa redacção de televisão.

Por norma, o estágio curricular tem por objetivo complementar a formação académica através do exercício de funções e tarefas práticas em organizações, proporcionando ao estudante a aprendizagem de competências profissionais num contexto real de trabalho. Porém, o estágio curricular não deve ser visto apenas como a possibilidade de alunos aplicarem os conhecimentos teóricos e práticos, mas, igualmente, para obterem novos conhecimentos e competências. Tal como sugerido por Patrícia Moreira, na qualidade de formadora dos jornalistas da SIC

O Binómio Jornalista-Editor de Imagem na Produção Noticiosa Televisiva

no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos, os jornalistas-estagiários e os jornalistas recém-formados devem tentar passar o máximo tempo com os editores de imagem de forma a assimilar os conhecimentos sobre as boas práticas da montagem. Recuperando a ideia de Harris Watts (1990), a melhor maneira de aprender a montar é observar os editores de imagem a exercerem a sua atividade profissional e compreender as suas decisões de montagem.

6. Conclusão

No presente capítulo, mais concretamente na primeira secção, são sintetizadas as principais conclusões da investigação desenvolvida. Para além disso, na segunda secção, são identificadas algumas limitações deste estudo e propostas algumas sugestões para investigações futuras.

6.1. Conclusões sobre o processo de investigação

Tal como foi sublinhado, a *convergência jornalística* apresenta diversas implicações nas dimensões dos *media* informativos, nomeadamente na tecnológica, na empresarial, na profissional, na dos conteúdos e na relação com as suas audiências. Consequentemente, as mudanças impostas pela *convergência noticiosa* estão a ter repercussões nos processos de produção, de distribuição e de receção dos conteúdos jornalísticos de todos os *media* noticiosos.

No caso particular da televisão, na qualidade de órgão informativo, a *convergência jornalística* está a provocar inúmeros e relevantes efeitos nas suas redações, impondo transformações nos processos de conceção, de disseminação e de receção de conteúdos noticiosos. No âmbito da produção informativa televisiva, a referida *convergência* redefiniu e continua a redefinir a organização e os métodos de trabalho de todos os profissionais da informação. Por exemplo, os telejornalistas começaram a desempenhar funções/ tarefas que eram realizadas por outros profissionais, sendo uma destas funções/ tarefas a edição de imagem.

Neste contexto, planeou-se e desenvolveu-se uma investigação empírica, com o propósito de identificar e perceber quais as causas e as consequências de serem os próprios jornalistas televisivos a executar a edição de imagem de conteúdos informativos veiculados pela televisão, mais especificamente, procurou-se: apurar e entender quais as causas que contribuem para que os jornalistas de televisão realizem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos; averiguar e compreender as consequências, tanto as positivas como as negativas, desta mudança profissional; identificar e perceber as dificuldades dos telejornalistas quando assumem esta função/ tarefa, com o intuito de assinalar as suas necessidades de formação neste domínio; verificar a forma como os alunos dos cursos superiores, que formam jornalistas, nos cursos de *Jornalismo* ou afins, estão a ser preparados para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos; e propor algumas recomendações, no campo do ensino e da formação da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, que possam conduzir a uma melhoria do desempenho dos jornalistas de televisão no exercício desta função/ tarefa.

Para se alcançarem os objetivos destacados no parágrafo anterior, após a revisão da literatura e a preparação, realização e análise de algumas entrevistas exploratórias, foi preparado um modelo de análise, tendo sido estabelecidas as seguintes hipóteses de investigação: **hipótese 1.** Os jornalistas televisivos executam a tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos devido à conjugação de diversos fatores: tecnológicos; organizacionais; económico-financeiros; relacionados com as audiências; concorrenciais; e formativos. Contudo, entre estes fatores, os tecnológicos, os organizacionais e os económico-financeiros são os grandes impulsionadores; **hipótese 2.** Esta mudança profissional apresenta consequências em diversas vertentes, nomeadamente no conteúdo noticioso televisivo; nas rotinas e práticas profissionais dos jornalistas; noutros profissionais da informação noticiosa televisiva, em particular nos editores de imagem, e na entidade empregadora. Todavia, as consequências mais importantes referem-se à perda de qualidade dos conteúdos jornalísticos; **hipótese 3.** Por norma, os recém-formados não saem suficientemente preparados dos cursos de Jornalismo ou afins, ministrados pelos estabelecimentos de ensino superior, para exercer a função/ tarefa da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos.

Nesta altura, estabeleceu-se como principal campo de análise a redação central da SIC, localizada em Carnaxide, uma vez que foi nesta redação que, pela primeira vez em Portugal, a função/ tarefa da edição de imagem de conteúdos informativos foi implementada como uma das funções/ tarefas a ser acumulada pelos jornalistas. Porém, de maneira a constatar se esta investigação para além da validade interna possui validade externa, examinou-se também a redação central da TVI, sedeada em Queluz de Baixo. Deste modo, a população de estudo foi constituída por profissionais da informação televisiva da SIC e da TVI.

Ainda no que toca ao campo de estudo e de forma a concretizar os objetivos relativos ao ensino e à formação, solicitou-se a colaboração de docentes do ensino superior e formadores do CENJOR que estivessem, de um modo direto ou indireto, envolvidos na lecionação no campo da edição de imagem de conteúdos informativos televisivos para jornalistas. Assim, a presente investigação contou com a colaboração de 20 docentes do ensino superior e três formadores do CENJOR.

Quanto aos métodos de recolha de dados, a entrevista e o inquérito por questionário foram os principais. Desta forma, no caso da redação central da SIC foram entrevistados Alcides Vieira (diretor de informação), Domingos Ferreira (coordenador dos editores de imagem), Guilherme Lima (chefe dos repórteres de imagem), Aristides Martins (ex-formador de jornalistas no campo da edição de imagem), Jorge Costa (editor de imagem e formador de jornalistas e de editores de imagem no campo da edição de imagem) e Patrícia Moreira (formadora dos jorna-

listas no uso do novo sistema de edição de vídeo). Para além das entrevistas, foram aplicados três modelos de questionário nesta redação, um dirigido aos jornalistas, outro aos repórteres de imagem e, ainda outro, aos editores de imagem, tendo sido recolhidos 69 questionários, sendo que 41 foram respondidos por jornalistas, 15 por repórteres de imagem e 13 por editores de imagem.

Por sua vez, na redação central da TVI, entrevistaram-se os seguintes profissionais da informação: Mário Moura (um dos diretores adjuntos de informação); João Maia Abreu (diretor de informação na altura em que arrancaram as emissões do canal *TVI24*); António Prata (um dos coordenadores da redação); João Ferreira (chefe dos editores de imagem e formador de jornalistas em edição de imagem) e Rui Romão (um dos coordenadores dos repórteres de imagem e formador na área da captação de imagem).

Ainda no que se refere aos métodos de recolha de dados, empregou-se a observação direta e a análise documental para complementarem e/ou confrontarem os dados coletados pelos principais instrumentos.

Após a recolha de dados, com a intenção de verificar se os dados recolhidos validam as hipóteses formuladas, efetuou-se o tratamento e a análise de dados. Ora, recorreu-se à análise de conteúdo dos dados recolhidos através das entrevistas, da observação direta e da análise documental, utilizando o *software NVivo*. Por seu turno, realizou-se uma análise estatística aos dados obtidos pela aplicação do inquérito por questionário, usando o programa informático *SPSS*.

Já no que diz respeito aos resultados, apurou-se que os jornalistas da redação da SIC começaram a editar em vídeo no ano 2000, aquando da preparação do lançamento do canal informativo *SIC Notícias*, cujas transmissões tiveram o seu início no dia 8 de janeiro de 2001. Nesta altura, passaram a existir duas redações nas instalações da SIC, em Carnaxide, uma que produzia conteúdos informativos para os programas noticiosos da SIC enquanto canal generalista e a outra que concebia conteúdos jornalísticos para os serviços noticiosos regulares da *SIC Notícias*, tendo sido os jornalistas afetos a esta última redação os primeiros a agregarem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos. Só com a fusão das duas redações numa única redação, em novembro de 2003, é que os jornalistas pertencentes à redação da SIC Generalista começaram também eles a editar em vídeo. Do lado da redação central da TVI, os jornalistas começaram a editar em vídeo conteúdos noticiosos em 2004, muito tempo antes do lançamento do seu canal de notícias, o *TVI24*, que surgiria em 2009.

Sobre o nível de concordância dos jornalistas editarem em vídeo conteúdos informativos, averiguou-se que a generalidade dos jornalistas da SIC, que participaram neste estudo,

concorda com o exercício desta função/ tarefa, visto que esta prática profissional agiliza os processos de conceção de conteúdos noticiosos televisivos, um aspeto essencial no contexto de um canal televisivo de 24 horas de notícias. Pelo lado contrário, constatou-se que a maioria dos editores de imagem não concorda com esta prática profissional, dado que uma grande parte destes considera que os jornalistas não estão devidamente preparados para exercer esta função/ tarefa.

Ainda em relação aos jornalistas da SIC, que tiveram a amabilidade de responder ao questionário, aferiu-se que todos editam em vídeo conteúdos noticiosos, sobretudo *talking heads* e *clips off*, já que estes tipos de conteúdos requerem simples operações de montagem, perfeitamente ao alcance dos jornalistas.

Relativamente às causas que contribuem para que os jornalistas televisivos desempenhem a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, segundo os resultados apurados, estas devem-se à conjugação de diversos fatores, a saber: tecnológicos; organizacionais; económico-financeiros; referentes às audiências; e concorrenciais.

Uma das principais causas está relacionada com os avanços tecnológicos, mais concretamente com a implementação dos sistemas digitais de edição não linear de vídeo nas redações televisivas, baseados, por um lado, em editores de vídeo com interfaces amigáveis e de utilização simples, e, por outro, em servidores de vídeo com grande capacidade de armazenamento e ligados em rede. Os jornalistas editam em vídeo a partir dos computadores que se encontram instalados na própria redação e não em salas de montagem. A este propósito, na redação central da SIC, os jornalistas montam os seus conteúdos noticiosos nos mesmos computadores que utilizam para realizar outras tarefas informativas, como sejam: a pesquisa na *web*; o contacto com as fontes de informação; escrita do texto jornalístico que irá dar origem à voz-off; entre outras tarefas. Todavia, na redação central da TVI, os jornalistas não editam em vídeo a partir dos mesmos computadores que efetuam outras tarefas informativas, mas noutros computadores que se encontram localizados ao lado destes. Os editores de vídeo usados por estes jornalistas têm de estar instalados em computadores próprios do seu fabricante, neste caso da *Quantel*.

Outros fatores determinantes são os organizacionais, pois, com o aparecimento dos canais de 24 horas de informação, os operadores televisivos destes canais tiveram de aumentar a produção noticiosa televisiva. Com efeito, as redações televisivas começaram a ter mais espaços jornalísticos para “abastecer” com conteúdos informativos. Por isso, as chefias tiveram de encontrar formas de agilizar os processos de produção de conteúdos noticiosos, por um lado, para aumentarem a produção jornalística e, por outro, para disponibilizarem os conteúdos com a maior brevidade possível.

Outros fatores igualmente importantes são os económico-financeiros. As duas redações analisadas fazem parte de operadores privados de televisão e, assim sendo, as questões económico-financeiras ganham mais relevo, no sentido em que as empresas comerciais visam o lucro. Com a implementação da medida em examinação, as chefias procuram reduzir os custos de produção e otimizar os recursos existentes, designadamente os humanos e os tecnológicos. No que toca aos recursos humanos, se os jornalistas não editassem em vídeo, teriam de ser contratados muitos mais editores de imagem. Por outro lado, com os jornalistas a montar os conteúdos informativos que exigem uma edição mais simples, os editores de imagem podem dedicar-se aos conteúdos jornalísticos que requerem uma montagem mais cuidada. No que se refere aos recursos técnicos, para além de se contratar um grande número de editores de imagem, teriam de ser instaladas mais salas de montagem, o que implicaria criar mais espaços físicos e adquirir mais equipamentos audiovisuais para a montagem, o que acarretaria muitos mais custos.

Outros fatores como os relacionados com as audiências também contribuem para que os jornalistas editem em vídeo conteúdos informativos. O público de um canal televisivo de 24 horas de informação é uma audiência que quer a informação em qualquer hora e em qualquer lugar. Daí, os canais de informação continuam a possuir como principal missão satisfazer as necessidades jornalísticas dos seus públicos. Por este motivo, as redações televisivas tiveram de adaptar-se às novas necessidades dos seus públicos, tendo existido um reajustamento dos métodos de trabalho.

Relativamente aos fatores concorrenciais, presentemente o grande corrente dos canais de 24 horas são os próprios canais de informação. Todos querem ser o primeiro a disponibilizar os conteúdos informativos. Por isso, esses conteúdos têm de ser difundidos no mais curto espaço de tempo. Por outro lado, nos últimos anos, tem existido uma grande aposta na componente *online* por parte dos operadores generalistas televisivos, possuindo todos, na redação, uma secção multimédia.

Já no que respeita às consequências resultantes de os jornalistas televisivos editarem em vídeo, as principais referem-se às questões da qualidade. Tendo em conta a qualidade dos conteúdos noticiosos per si, os resultados aferidos não deixam quaisquer dúvidas que, comparativamente com os conteúdos montados pelos editores de imagem, nomeadamente as pequenas peças noticiosas e as reportagens, os conteúdos editados em vídeo pelos jornalistas são, na generalidade, de qualidade inferior, principalmente no que concerne à forma. Em boa verdade, os editores de imagem são a classe profissional melhor preparada para montar os conteúdos noticiosos, sendo profissionais altamente especializados neste campo. No entanto, os conteú-

dos informativos que requerem uma montagem mais simples, tais como os *talking heads* e os *clips off*, de um modo geral, não perdem qualidade por serem editados em vídeo pelos jornalistas, nem em termos noticiosos, nem em termos formais.

Uma questão que importa sublinhar é que, pelo facto de agregarem esta função/ tarefa de edição de imagem, os jornalistas passam mais tempo “fechados” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à atividade noticiosa. Deste modo, os jornalistas podem possuir menos tempo para a investigação de campo e, por esta razão, podem dedicar menos tempo à procura e à verificação das informações, assim como à confrontação das fontes de informação. Então, o rigor, a precisão e a veracidade das informações poderão estar comprometidos.

Por outro lado, se se considerar a diversidade da oferta um critério de qualidade (Lopes, 1999, 2008; Cádima, 2002; Brandão, 2010; Sena, 2011) verifica-se um acréscimo de qualidade, visto que, segundo os resultados obtidos, com os jornalistas a desempenhar a edição de imagem, as redações disponibilizam uma maior diversidade de conteúdos noticiosos, quer em quantidade quer em temas. Assim, de acordo com os resultados apurados, com os jornalistas a montar conteúdos informativos, a redação aumenta a sua produção, quer da informação diária quer da informação não diária. Por outra parte, os jornalistas produzem mais conteúdos no contexto da informação diária e, por outro, os editores de imagem dedicam-se mais aos conteúdos mais exigentes, como sejam as médias e as grandes reportagens ou as reportagens especiais.

Por norma, os conteúdos noticiosos são produzidos num mais curto espaço de tempo, uma vez que, ao editarem em vídeo, os jornalistas não necessitam de estar à espera da desocupação das salas de montagem e, por consequência, pela disponibilidade dos editores de imagem, tornando o processo de edição de vídeo mais rápido. Para além disso, os jornalistas conseguem atualizar os seus conteúdos, seja para refazer um conteúdo, acrescentar mais informações ou retificar uma gralha, com maior facilidade e rapidez.

Em termos laborais, os jornalistas ficam mais sobrecarregados de trabalho, dado que desempenham mais uma função/ tarefa que era executada por outros profissionais. Porém, os jornalistas não recebem qualquer compensação financeira por efetuar esta função/ tarefa.

A medida em análise também apresenta mudanças na atuação dos jornalistas televisivos. Tendo em consideração os resultados obtidos, os jornalistas televisivos começam no “terreno” a estruturar mentalmente os conteúdos informativos em imagens e sons. Antes de os jornalistas montarem conteúdos noticiosos, estes preocupavam-se quase exclusivamente com a parte textual dos seus conteúdos, sendo que a parte visual ficaria a cargo dos repórteres de

imagem e dos editores de imagem. Contudo, a partir do momento em que os jornalistas começaram a editar em vídeo, estes tiveram de começar a dar igualmente atenção à parte visual dos seus conteúdos. Desta forma, os jornalistas estão mais cientes das imagens e sons que precisam para conceber os conteúdos informativos, isto é, o material audiovisual necessário para transmitir as suas mensagens noticiosas. Consequentemente, os jornalistas envolvem-se mais no trabalho dos repórteres de imagem, por exemplo, solicitando determinadas imagens.

Por outra vertente, constatou-se que os conhecimentos sobre a edição de imagem, ajudam os jornalistas a estruturar melhor os seus conteúdos noticiosos, mesmo quando estes são montados pelos editores de imagem nas salas de montagem. Também por este motivo, quando os conteúdos são editados pelos profissionais da edição de imagem, os jornalistas prestam mais atenção ao seu trabalho, com o intuito de adquirirem mais conhecimentos acerca da edição de imagem. Tanto mais que, tal como foi comprovado, muito dos conhecimentos assimilados pelos jornalistas sobre esta área foram fornecidos pelos editores de imagem. Esses conhecimentos também contribuem para uma interação mais eficiente entre jornalistas e editores de imagem, já que os primeiros, por um lado, entendem melhor as decisões de montagem sugeridas pelos editores de imagem e, por outro, podem expor mais sugestões. Deste modo, quando os conteúdos noticiosos são montados pelos editores de imagem, aumenta a participação dos jornalistas neste processo.

Nas duas redações analisadas, a figura do editor de imagem não se encontra em extinção. Os conteúdos jornalísticos que necessitam de uma montagem mais cuidada, como sejam as médias e as grandes reportagens, ou as reportagens especiais, continuarão a ser montadas pelos editores de imagem, porque é nestes tipos de conteúdos que os editores de imagem acrescentam valor, ou seja, qualidade.

De qualquer forma, uma das consequências de os jornalistas acumularem a função/ tarefa de edição de imagem foi o despedimento de alguns editores de imagem. Ainda que, no caso da redação central da SIC, num primeiro momento, aquando da preparação do seu canal informativo, não houve despedimentos, tendo sido contratados alguns editores de imagem, mas não o número necessário se os jornalistas não começassem a editar em vídeo alguns dos conteúdos informativos. Todavia, num segundo momento, quando houve a fusão das duas redações, verificaram-se algumas dispensas. Muito provavelmente, se os jornalistas não editassem em vídeo, os editores de imagem não teriam sido despedidos. Na redação central da TVI, não foram dispensados editores de imagem pelo facto de os jornalistas editarem em vídeo. No entanto, se os jornalistas não assumissem esta função/ tarefa, os setores da edição de imagem destas duas redações seriam compostos por muitos profissionais da montagem.

Tal como evidenciado, os editores de imagem dedicam-se mais à montagem de conteúdos noticiosos que requerem, no que toca às operações de montagem, muitos conhecimentos técnicos e artísticos, tais como os aplicados nas médias e nas grandes reportagens ou nas reportagens especiais. Com os jornalistas televisivos a assegurar a edição de vídeo dos conteúdos informativos que precisam uma montagem mais simples, como sejam os *talking heads* e os *clips off*, os editores de imagem dispõem de mais tempo para trabalhar os conteúdos informativos mais complexos, adicionando-lhes valor, isto é, qualidade.

Face ao exposto, na perspetiva das entidades empregadoras, as redações televisivas produzem mais conteúdos noticiosos, quer na informação diária quer na informação não diária, e o tempo de conceção é mais curto, sem aumentar os custos de produção, conseguido pela rentabilização dos seus recursos, designadamente dos humanos e dos tecnológicos.

Relativamente às necessidades de formação dos jornalistas afetos à redação central da SIC, para os mais jovens estas estão relacionadas com o conhecimento e a aplicação da linguagem audiovisual, nomeadamente no que se refere às diversas técnicas e regras da montagem. Em contrapartida, para os jornalistas mais velhos as suas dificuldades residem no uso do editor de vídeo. Ainda sobre a utilização dos editores de vídeo, uma dificuldade transversal encontra-se nos ajustes dos níveis de áudio.

No contexto do ensino superior, verificou-se que todos os cursos analisados abordam a edição de imagem de conteúdos informativos televisivos, apesar de, em dois destes cursos, os discentes não serem ensinados a usar um editor de vídeo. Não obstante, os futuros jornalistas não saem completamente preparados para desempenhar a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, na medida em que, praticamente, todos os docentes que colaboraram neste estudo, admitiram que são somente facultados os conhecimentos elementares, ficando, deste modo, minimamente preparados. A principal razão assinalada é a falta de tempo, ou seja, o número reduzido de horas atribuídas a esta componente formativa. Neste item, pela examinação dos planos de estudos dos cursos analisados, observou-se que estes são muito abrangentes, porque, para além de focarem as técnicas específicas dos outros *media* jornalísticos (imprensa escrita, rádio e *online*), são exploradas outras áreas da Comunicação, como a Publicidade ou as Relações Públicas. Para além do mais, mesmo no campo da Comunicação Jornalística, a componente teórica das unidades curriculares que compõem os diversos planos de estudos continua a ser a dominante.

Por último, foram apresentadas algumas recomendações, que podem ser seguidas pelos estabelecimentos de ensino superior e por centros de formação profissional que preparam os jornalistas para o mercado de trabalho, com vista a contribuir para o aperfeiçoamento do ensi-

no e da formação no campo da edição de imagem de conteúdos noticiosos televisivos, a saber: sensibilizar os futuros jornalistas sobre a importância de adquirirem as competências para editar em vídeos os conteúdos informativos; abordar com profundidade as normas técnicas e estéticas da imagem; versar sobre o poder informativo da imagem; focar os limites éticos da utilização da imagem e do som na conceção de conteúdos jornalísticos televisivos; aprofundar a linguagem audiovisual, em especial as técnicas e as regras da montagem; no âmbito de aprendizagem de utilização de um editor de vídeo, dar uma especial atenção à edição de áudio; reforçar o ensino das técnicas de escrita para as imagens; contar com a colaboração de profissionais da área; fomentar a participação dos alunos em atividades extracurriculares referentes à produção noticiosa televisiva; e a aquisição de conhecimentos com os editores de imagem nos estágios curriculares realizados nas redações televisivas.

6.2. Limitações do estudo e sugestões para investigações futuras

No que reporta às limitações deste estudo, o presente investigador entende que teria sido muito importante ter incluído no campo de pesquisa a redação central do operador público de televisão, localizada em Lisboa. Porém, tal como foi explicado, ainda que tenha sido enviado um pedido de colaboração à direção de informação da RTP, não se obteve qualquer resposta, muito embora a insistência. Recordar-se que as duas redações analisadas fazem parte dos operadores generalistas privados de televisão e, neste quadro, seria relevante identificar, estudar e compreender as semelhanças e as diferenças entre os operadores generalistas públicos e privados sobre a problemática investigada.

Em termos metodológicos, mais especificamente no que toca à recolha de dados, o investigador está consciente de que deveria ter permanecido mais algum tempo nas redações, mormente no que se refere à recolha de dados através da observação direta, mas, devido às condições impostas pelas direções de informação das duas redações examinadas, não foi possível.

O autor desta investigação acredita que, para além da validade interna dos resultados expostos e discutidos, alguns destes resultados tenham igualmente validade externa, isto é, que estes resultados também se apliquem as outras redações televisivas. Contudo, estes resultados só se aplicam às redações centrais ou, não sendo as centrais, às de grandes dimensões. Portanto, os resultados alcançados não devem ser generalizados às redações televisivas de pequenas dimensões, como sejam as delegações regionais e as delegações internacionais. As delegações

regionais, distribuídas pelo território continental, e as delegações internacionais, espalhadas pelo resto do mundo, dos operadores televisivos generalistas portugueses, contam com um número reduzido de profissionais. A título exemplificativo, nas delegações regionais da RTP, as redações são compostas por um a quatro jornalistas e um a quatro repórteres de imagem, sendo que praticamente metade destas delegações conta somente com dois profissionais, ou seja, um jornalista e um repórter de imagem (RTP-Viana do Castelo; RTP-Vila Real; RTP-Viseu e RTP-Guarda) (Canelas, 2008). Tanto no caso das delegações regionais, como no caso das delegações internacionais da RTP, a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos é, geralmente, assumida pelos repórteres de imagem (Canelas, 2008).

Outra limitação deste estudo refere-se à impossibilidade de se efetuar uma quantificação precisa dos conteúdos noticiosos televisivos editados em vídeo pelos jornalistas e pelos editores de imagem.

Quanto às necessidades formativas dos jornalistas da redação central da SIC no que respeita à edição de imagem de conteúdos noticiosos, o investigador tem a noção de que foi efetuado um levantamento geral destas necessidades. Para um apuramento mais exaustivo, teriam de ser usadas outras metodologias, o que na presente investigação, fruto da limitação temporal associada à conceção desta tese, não foi exequível.

Ao nível do ensino e da formação da edição de imagem por parte dos futuros jornalistas, o investigador está ciente de que se poderia ter aprofundado algumas questões. No entanto, esta problemática por si só daria lugar à realização de uma outra tese de doutoramento. Por isso, a intenção inicial do investigador nunca foi desenvolver exaustivamente estas questões, mas apenas verificar se os futuros jornalistas estavam a ser preparados para exercer a função/ tarefa de edição de imagem de conteúdos informativos e, com a colaboração dos docentes e dos formadores envolvidos nesta investigação, proporem-se algumas sugestões de melhoria neste campo de ensino.

Tendo em conta as limitações referidas, em investigações futuras, seria importante aprofundar as questões da preparação académica dos futuros jornalistas televisivos, dado que esta é uma realidade incontornável. Neste contexto, seria seguramente pertinente, elaborar-se um manual de boas práticas de edição de imagem de conteúdos informativos televisivos direcionado para os telejornalistas, que, por um lado, servisse de referência para a formação académica e/ou profissional de futuros jornalistas televisivos, e, por outro, fosse utilizado pelos atuais jornalistas de televisão.

Referências Bibliográficas

- ABREU, Jorge T. Ferraz de (2007), *Design de Serviços e Interfaces num Contexto de Televisão Interactiva*, Tese de Doutoramento, Aveiro: Universidade de Aveiro.
- AGUDO, Juan Miguel e PALOMO TORRES, Bella (2010), «*Convergencia y nuevas rutinas profesionales: luces y sombras del periodista polivalentes en las redacciones españolas*» in Xosé López Garcia e Xosé Pereira Fariña (coords.), *Convergencia Digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp.129-148.
- AGUILAR-GUTIÉRREZ, Manuel e LÓPEZ-DE-SOLÍS, Iris (2010), «*Nuevos modos de trabajo de una redacción digital integrada: el caso de los servicios informativos de TVE*», *El profesional de la información*, vol. 19, n.º 4, pp. 395-403.
- ALBARELLO, Luc, DIGNEFFE, Françoise, HIERNAUX, Jean-Pierre, MAROY, Christian, RUQUOY, Danielle e SAINT-GEORGES, Pierre de (1997), *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva.
- ALGER, Dean (2000), «*Os megamedia, a situação do jornalismo e a democracia*», in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, Revista de Comunicação e Linguagens, Março de 2000, n.º 27, pp. 97-107.
- ALMEIDA, António José (2007), «*Empregabilidade, contextos de trabalho e funcionamento de mercado de trabalho em Portugal*», *Sísifo – Revista de Ciências da Educação*, n.º 2, pp. 51-58.
- ALMEIDA, Manuel Faria de (1990), *Cinema e Televisão: princípios básicos*, Lisboa: Edição TV Guia Editora, 2.ª edição.
- AMIEL, Vincent (2010), *Estética da Montagem*, Lisboa: Texto & Grafia.
- ANDERSON, Paul (2007), «*What is Web 2.0? Ideas, Technologies and Implications for Education*», JISC, Technology & Standards Watch, *download em:* <<http://www.jisc.ac.uk/media/documents/techwatch/tsw0701b.pdf>>.
- ANTERO, João (2007), *Operações de Câmara: gramática da captação de imagem em movimento*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- ANTÓNIO, Lauro (2010), *Temas de Cinema: David Griffith, Orson Welles e Stanley Kubrick*, Lisboa: Dinalivro.
- AQUINO, Maria Clara (2007), «*Hipertexto 2.0, folksonomia e memória colectiva: um estudo das tags na organização da Web*», *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, *download em:* <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/165/166>>.
- ARAÚJO, Bruno Bernardo de (2012), «*A narrativa jornalística e a construção do real*», BOCC - Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em:* <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/araujo-bruno-a-narrativa-jornalistica-construcao-real.pdf>>.
- ARIJON, Daniel (1976), *Grammar of the Film Language*, Reino Unido: Butterworth-Heinemann.
- AUMONT, Jacques (2009), *A Imagem*, Lisboa: Texto & Grafia.
- AUMONT, Jacques e MARIE, Michel (2009a), *A Análise do Filme*, Lisboa: Texto & Grafia.
- AUMONT, Jacques e MARIE, Michel (2009b), *Dicionário Teórico e Crítico do Cinema*, Lisboa: Texto & Grafia.
- AUSTERBERRY, David (2005), *The Technology of Video & Audio Streaming*, Focal Press, 2.ª edição.
- AUSTERBERRY, David (2009), «*Studio Production Recording*», *Broadcast Engineering*, *download em:* <<http://broadcastengineering.com/newsrooms/studio-production-recording-1209/>>.

- AUSTERBERRY, David (2011), «*Losing VTRs*», Broadcast Engineering, *download em:* <http://broadcastengineering.com/production/losing_vtrs/>.
- BABIN, Pierre (1993), *Linguagem e Cultura dos Media*, Vendas Nova: Bertrand Editora.
- BALLE, Francis (2003), *Os Media*, Porto: Campo das Letras.
- BALLE, Francis (org.) (2004), *Dicionário dos Media*, Lisboa: Didáctica Editora.
- BANDRÉS, Elena, GARCÍA AVILÉS, José Alberto, PÉREZ, Gabriel e PÉREZ, Javier (2000), *El periodismo en la televisión digital*, Barcelona: Paidós.
- BARBOZA, Suzana (2009), «*Aspectos da convergência jornalística em empresas informativas brasileiras*», in atas do VI Congresso da SOPCOM e do IV Congresso Ibérico, Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, pp. 4260-4275.
- BARROS, Antonio e JUNQUEIRA, Rogério Diniz (2005), «*A elaboração do projecto de pesquisa*», in Jorge Duarte e Antonio Barros (orgs.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, São Paulo: Editora Atlas, pp. 32-50.
- BARROSO GARCÍA, Jaime (2001), *Técnicas de Realización de Reportajes y Documentales para Televisión*, Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE.
- BASTOS, Helder (2000), *Jornalismo Electrónico: Internet e reconfiguração de práticas nas redacções*, Coimbra: Minerva.
- BAZELEY, Pat (2007), *Qualitative Data Analysis with NVivo*, London: Sage Publications.
- BAZIN, André (1991), *O Cinema*, São Paulo: Editora Brasileira.
- BELEZA, Vera e PIMENTEL, Duarte (1996), «*Os impactes da formação profissional nas identidades profissionais: o caso de uma empresa pública de serviços*», *Sociologia – Problemas e Prática*, n.º 20, pp. 227-244.
- BELO, António e SANTOS, João de Almeida (2010), «*A informação televisiva na RTP2: o Jornal 2*», in Joel Frederico da Silveira, Gustavo Cardoso e António Belo (orgs.), *Telejornais no início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 133-170.
- BELO, António e SENDIN, André (2010), «*O Jornal da Noite, da SIC*», in Joel Frederico da Silveira e Pamela Shoemaker (orgs.), *Telejornais em Exame*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 97-131.
- BETTON, Gérard (1987), *Estética do Cinema*, São Paulo: Martins Fontes.
- BONI, Fernanda Aiex (2009), «*TV Digital: o aparelho e a representação do real na edição de imagens no telejornalismo brasileiro*», in atas do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinar da Comunicação), *download em:* <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3831-1.pdf>>.
- BONI, Fernanda Aiex (2010), *O Aparelho e a Representação do Real na Edição de Imagens no Telejornalismo*, Dissertação de Mestrado, Brasil: Universidade Estadual Londrina, *download em:* <<http://www.uel.br/pos/mestrado/comunicacao/wp-content/uploads/2010-fernanda-aiex-boni.pdf>>.
- BORGES, Gabriela e REIA-BAPTISTA, Vítor (orgs.) (2008), *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*, Lisboa: Livros Horizonte.
- BOUCHER, Roland (1999), «*Breaking From The Past With Desktop Journalist Editing*», *Digital Television Magazine*, *download em:* <<http://www.broadcastpapers.com/whitepapers/GVGDesktopJournalistEditing.pdf?CFID=21720777&CFTOKEN=5b0adff4a4595503-0ED59B31-9F59-1AE5-C90B187181CBF099>>.
- BOURDIEU, Pierre (2005), *Sobre Televisão*, Oeiras: Celta Editora, 3.^a impressão.
- BOWMAN, Shayne e WILLIS, Chris (2003), *We Media: How Audiences Are Shaping of News and Information*, EUA: The Media Center at The American Press Institute.

- BOYD, Andrew (2001), *Broadcast Journalism: Techniques of Radio and Television News*, Reino Unido: Focal Press, 5.^a edição.
- BRANDÃO, Nuno Goulart (2006), *PRIME TIME: do que falam as notícias dos telejornais*, Lisboa: Casa das Letras.
- BRANDÃO, Nuno Goulart (2010), *As Notícias nos Telejornais: que serviço público para o século XXI*, Lisboa: Editora Guerra & Paz.
- BRIGGS, Mark (2007), *Jornalismo 2.0: como sobreviver e prosperar*, Knight Center for Journalism in the Americas.
- BRISELANCE, Marie-France e MORIN, Jean-Claude (2012), *Gramática do Cinema*, Lisboa: Texto & Grafia.
- BROWNE, Steven E. (1989), *Videotape Editing: A Postproduction Primer*, Focal Press.
- BROWNE, Steven E. (2002), *Video Editing: A Postproduction Primer*, Focal Press, 4.^a edição.
- BROWNE, Steven E. (2007), *High Definition Postproduction: Editing and Delivering HD Video*, Focal Press.
- CABRAL, Águeda Miranda (2008), «A edição não linear digital e a construção da notícia no telejornalismo contemporâneo», Brasil: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, *download em*: <http://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-1148-1.pdf>.
- CABRAL, Águeda Miranda, VIZEU, Alfredo Eurico e BARROS, Marcelo Alves de (2009), «Telejornalismo: da edição linear a digital: perspectivas», *Revista ECO-PÓS*, vol.12, n.º 2, pp. 160-174, *download em*: <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php/revista/article/view/270/274>.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1988), «Notícia do mundo e de lado nenhum: ou a ilusão naturalista da informação televisiva», in Nelson Traquina (org.), *Jornalimos*, *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 8, pp. 41-46.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1995), *O Fenómeno Televisivo*, Lisboa: Círculo de Leitores.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1996), *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*, Lisboa: Editorial Presença.
- CÁDIMA, Francisco Rui (1999), *Desafios dos Novos Media: a nova ordem política e comunicacional*, Lisboa: Editorial Notícias.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2002), «Televisão, serviço público e qualidade», *Observatório*, n.º 6. Lisboa.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2006), *A Televisão 'Light' rumo ao Digital*, Lisboa: Rés XXI/Formalpress.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2008a), *A Crise do Audiovisual Europeu: 20 anos de Políticas Europeias*, Lisboa: Media XXI.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2008b), «Do Audiovisual Europeu à Europa dos Cidadãos», *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, vol. 10, n.º 3.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2009), «A concentração dos media, o pluralismo e a experiência democrática», in Gustavo Cardoso, Francisco Rui Cádima e Luís Landerset Cardoso (coords.), *Media, Redes e Comunicação*, Lisboa: Quimera, pp. 85-109.
- CÁDIMA, Francisco Rui (2010), «Televisão, cidadania e “história única”. Uma análise da bibliografia portuguesa sobre o jornalismo televisivo em Portugal», in Nelson Traquina (org.), *Media, Jornalismo e Democracia*, *Revista Media & Jornalismo*, Lisboa: Centro de Investigação Media e Jornalismo, pp. 95-117.

- CÁDIMA, Francisco Rui (2011), *A Televisão, o Digital e a Cultura Participativa*, Lisboa: Media XXI.
- CANAVILHAS, João Messias (2008), *Webnotícia: proposta de modelo periodístico para la www*, Covilhã: LabCom.
- CANAVILHAS, João Messias (2009a), «*Ensino do Jornalismo: o digital como oportunidade*», in Joaquim Fidalgo e Sandra Marinho (orgs.), *Actas do Seminário «Jornalismo: mudanças na profissão, mudanças na formação»*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 49-56.
- CANAVILHAS, João (2009b), «*Los efectos del vídeo en la noticia Web*», *Trípodos*, n.º 35, pp. 147-161.
- CANAVILHAS, João Messias (2009c), «*O ensino do jornalismo em Portugal*», *Estudos em Comunicação*, n.º 6, pp. 55-67.
- CANELAS, Carlos (2008), *A Edição de Vídeo no Jornalismo Televisivo: os profissionais da edição de vídeo da informação jornalística diária da RTP*, Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, disponível na Biblioteca Geral da Universidade de Coimbra e na Biblioteca Nacional de Portugal, em Lisboa.
- CANELAS, Carlos (2009a), «*Os profissionais da edição de vídeo da informação jornalística diária da RTP*», in Atas do VI Congresso da SOPCOM e do IV Congresso Ibérico, Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, pp. 3188-3203.
- CANELAS, Carlos (2009b), «*Os profissionais da edição de vídeo da informação jornalística diária da RTP*», in Atas do VIII Congresso LUSOCOM, Lisboa: Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, pp. 5159-5174.
- CANELAS, Carlos (2010a), «*O género feminino na edição de imagem da informação noticiosa da RTP*», in Maria João Silveirinha, Ana Teresa Peixinho e Clara Almeida Santos (eds.), *Género e Culturas Mediáticas*, Lisboa: Mariposa Azul, pp. 195-214.
- CANELAS, Carlos (2010b), «*Os fundamentos históricos e teóricos da montagem cinematográfica: os contributos da escola norte-americana e da escola soviética*», BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em*: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-canelas-cinema.pdf>>.
- CANELAS, Carlos (2010c), «*Os processos de produção de conteúdos noticiosos diários da RTP na era da convergência jornalística*», in III Seminário Internacional Media, Jornalismo e Democracia, Lisboa: Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, *download em*: <<http://sites.google.com/site/mediajornalismoedemocracia2010/textos-de-comunicacoes/os-processos-de-producao-de-conteudos-noticiosos-na-rtp>>.
- CANELAS, Carlos (2010d), «*Os sistemas de edição de vídeo: linear versus não-linear*», BOCC – Biblioteca Online de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em*: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-canelas-video.pdf>>.
- CANELAS, Carlos (2011a), «*Las prácticas profesionales de la edición de vídeo en la producción de los contenidos informativos diarios de la televisión pública portuguesa ante la convergencia digital*», in Félix Ortega e Laura Cardeñosa (eds.), *Nuevos medios, nueva comunicación: libro de actas do II Congreso Internacional Comunicación 3.0*, Salamanca: Universidade de Salamanca, pp. 345-357.
- CANELAS, Carlos (2011b), «*Os efeitos da convergência nos media noticiosos*», in Sara Pereira (org.), *Literacia, Media e Cidadania: livro de atas do 1.º Congresso Nacional*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 127-140.

- CANELAS, Carlos (2012), «*O Uso do Vídeo pelos Operadores Generalistas Televisivos Portugueses na Disseminação de Conteúdos Noticiosos através da Web*», in Hélder Bastos e Fernando Zamith (orgs.), *Ciberjornalismo: modelos de negócio e redes sociais*, Porto: Edições Afrontamento, pp. 55-67.
- CARDOSO, Bernardo (2003), *Vídeo Digital no PC*, Lisboa: FCA.
- CARDOSO, Gustavo, CÁDIMA, Francisco Rui e CARDOSO, Luís Landerset (coords.) (2009), *Media, Redes e Comunicação: futuros presentes*, Lisboa: Quimera.
- CARDOSO, Gustavo e NETO, Pedro Pereira (2010), «*A mediação do serviço público: notícias e telejornal da RTP 1*», in Joel Frederico da Silveira, Gustavo Cardoso e António Belo (orgs.), *Telejornais no início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 33-69.
- CARDOSO, Gustavo e TELO, Décio (2010a), «*Informação televisiva e modelos de serviço público de televisão*», in Joel Frederico da Silveira e Pamela Shoemaker (orgs.), *Telejornais em Exame*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 215-231.
- CARDOSO, Gustavo e TELO, Décio (2010b), «*Os telejornais da RTP1: contextualização histórica, modelo e análise do horário nobre*», in Joel Frederico da Silveira e Pamela Shoemaker (orgs.), *Telejornais em Exame*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 53-96.
- CARDOSO, Gustavo, VIEIRA, Jorge e MENDONÇA, Sandro (2011), *Ecrãs em Rede: Televisão, Lisboa: OberCom*, download em: http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=ecrasRede_televisao2.pdf
- CARRIÈRE, Jean-Claude (1994), *A Linguagem Secreta do Cinema*, Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira.
- CARVALHO, Jorge Correia (2007), *Cinema e Tecnologia: pós-produção e a transformação da imagem*, Lisboa: Edições Universitárias Lusofónas.
- CASCAIS, Fernando (2001), *Dicionário de Jornalismo: as palavras dos media*, Lisboa: Verbo.
- CASCAIS, Fernando (2004), «*O ensino do/para o jornalismo e a formação profissional*», *Comunicação e Sociedade*, vol. 5, n.º 1, pp. 85-93.
- CASCAIS, Fernando (2008), «*Ensino do Jornalismo em Portugal. História de um fracasso dos jornalistas*», *Revista Media & Jornalismo*, n.º 13.
- CASE, Dominic (2001), *Film Technology in Post Production*, Focal Press, 2.ª edição.
- CASTELLS, Manuel (2004), *A Galáxia Internet: Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- CASTELLS, Manuel (2007), *Comunicación móvil y sociedad: una perspectiva global*, Madrid: Ariel.
- CEBRIÁN HERREROS, Mariano (1992), *Géneros Informativos Audiovisuales: radio, television, periodismo, gráfico, cine, vídeo*, Madrid: Editorial Ciencia 3.
- CHAINON, Jean Yves (2008), «*Newsroom Barometer 2008: main results, the integrated newsroom will be the norm*», *Editorsweblog.org*, download em: http://www.editorsweblog.org/analysis/2008/05/1_newsroom_barometer_2008_main_results_t.php.
- CHION, Michel (2011), *A Audiovisão: som e imagem no cinema*, Lisboa: Texto & Grafia.
- CLOUTIER, Jean (s.d.), *A Era de Emerec ou a Comunicação Áudio-scripto-visual na hora dos Self-media*, Lisboa: Instituto de Tecnologia Educativa, 2.ª edição.
- COELHO, Zara Pinto e FIDALGO, Joaquim (eds.), *Sobre Comunicação e Cultura: I Jornadas de Doutorandos em Ciências da Comunicação e Estudos Culturais*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.
- CORREIA, Carlos (1998), *Televisão Interactiva: a convergência dos media*, Lisboa: Editorial Notícias.

- CORREIA, Fernando (2009), «*Crise de identidade profissional e emergência de um novo paradigma*», in José Luís García (org.), *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfose e encruzilhadas no limiar do século XXI*, Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, pp. 213-225.
- CORREIA, Frederico (2008), «*Jornalismo do Cidadão: quem és tu?*», BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em*: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-frederico-jornalismo-do-cidadao.pdf>>.
- CORREIA, João Carlos (1995), «*O poder do Jornalismo e a mediação do espaço público*», BOCC - Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em*: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/jcorreia-poder-jornalismo.pdf>>.
- CORREIA, João (1998), *Jornalismo e Espaço Público*, Covilhã: LabCom.
- COSTA, José Manuel (1989), «*O documentário ausente*», in Francisco Rui Cádima e João Mário Grilo (orgs.), *Televisão*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 9, pp. 97-101.
- COTTLE, Simon e ASHTON, Mark (1999), «*From BBC Newsroom to BBC Newscentre: on changing technology and journalist practices*», *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 5, n.º 3, pp. 22-43.
- CRITTENDEN, Roger (1995), *Film and Video Editing*, Routledge: Londres e Nova Iorque, 2.ª edição.
- CROCOMO, Fernando Antonio (2001), *O Uso da Edição Não-linear Digital: as novas rotinas no telejornalismo e a democratização de acesso à produção de vídeo*, Dissertação de Mestrado em Engenharia de Produção, Brasil: Universidade Federal de Santa Catarina, *download em*: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/6773.pdf>>.
- CROCOMO, Fernando Antonio e LAGE, Nilson (2001), «*O Uso da Edição Não-linear Digital no Telejornalismo Diário de uma Emissora de TV e as Novas Rotinas de Produção*», Brasil: INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, *download em*: <<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2001/papers/NP2CROCOMO.pdf>>.
- CRUZ, Carla (2008), *A Telerealidade: uma abordagem hermenêutica da construção social da realidade pela informação televisiva de actualidade*, Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- CRUZ, João Cardoso (2002), *Introdução ao Estudo da Comunicação: imprensa, cinema, rádio, televisão e redes multimédia*, Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa.
- CURRAN, James e SEATON, Jean (2001), *Imprensa, Rádio e Televisão: poder sem responsabilidade*, Lisboa: Instituto PIAGET.
- CURZON, John (2007), «*Changes in Video Editing: Broadcast Workflows Have Shifted, Allowing Journalists And Production Staff to Edit Their Own Video*», *Broadcast Engineering*, pp. 16-21.
- DAILEY, Larry, DEMO, Lori e SPILLMAN, Mary (2005), «*The Converge Continuum: A Model for Studying Collaboration Between Media Newsrooms*», *Atlantic Journal of Communication*, vol. 13, n.º 3, pp. 150-168.
- DAMÁSIO, Manuel José (2002), «*Pós-produção em Audiovisual e Multimédia: evoluções provocadas pela introdução de tecnologia de edição não-linear*», in José A. Bragança de Miranda e Joel Frederico da Silveira (orgs.), *As Ciências da Comunicação na viragem do Século*, Atas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa: Veja, pp. 202-210.
- DANCYGER, Ken (2010), *The Technique of Film and Video Editing: History, Theory and Practice*, EUA: Focal Press, 5.ª edição.

- DE FLEUR, Melvin L. e BALL-ROKEACH, Sandra J. (2000), *Teorias de la comunicación de mass*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 5.^a edição.
- DELEUZE, Gilles (2004), *A Imagem-Movimento: Cinema 1*, Lisboa: Assírio e Alvim.
- DEUZE, Mark (2004), «*What is Multimedia Journalism?*», *Journalism Studies*, vol. 5, n.º 2, pp. 139-152.
- DEUZE, Mark (2006), «*O jornalismo e os novos meios de comunicação social*», in Manuel Pinto e Luís António Santos (coords.), *Jornalismo e Internet, Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 15-35.
- DEUZE, Mark (2008a), «*The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship*», *International Journal of Communication*, vol. 2, pp. 848-865.
- DEUZE, Mark (2008b), «*The Professional Identity of Journalists in the Context of Converge Culture*», *Observatório Journal*, n.º 7, pp. 103-117.
- DEUZE, Mark (2008c), «*Understanding Journalism as Newswork: How It Changes, and How It Remains the Same*», *Communication and Culture*, vol. 5, n.º 2, pp. 4-23.
- DEUZE, Mark (2009), «*Media Industries, Work and Life*», *European Journal of Communication*, vol. 24, n.º 4, pp. 467-480.
- DEUZE, Mark e PAULUSSEN, Steve (2002), «*Research Note: Online Journalism in the Low Countries*», *European Journal of Communication*, vol. 17, n.º 2, pp. 237-245.
- DIAZ NOCI, Javier e LARRAÑAGA ZUBIZARRETA, José (2010), «*Relación entre las redacciones: convergencia, condiciones de trabajo y compensación*», in Xosé López Garcia e Xosé Pereira Fariña (coords.), *Convergencia Digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 95-127.
- DIREÇÃO DE INFORMAÇÃO DA RTP (2001), *RTP: livro de estilo*, Lisboa: RTP.
- DOMINGO, David et al. (2007), «*Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain*», download em: <<http://online.journalism.utexas.edu/2007/papers/Domingo.pdf>>.
- DUARTE, Jorge (2005), «*Entrevista em profundidade*», in Jorge Duarte e Antonio Barros (orgs.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, São Paulo: Editora Atlas, pp. 62-83.
- DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.) (2005), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, São Paulo: Editora Atlas.
- DUHE, Sonya Forte, MORTIMER, Melissa Marie e CHOW, San San (2004), «*Convergence in North American TV Newsrooms: A Nationwide Look*», *Convergence*, vol. 10, n.º 2, pp. 81-104.
- DUPAGNE, Michel e GARRISON, Bruce (2006), «*The Meaning and Influence of Converge: a qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center*», *Journalism Studies*, vol. 7, n.º 2, pp. 237-255.
- EBERSOLE, Samuel E. (1993), *Manual del operador profesional de rádio y televisión*, Madrid: D.O.R.S.L. Ediciones.
- ECO, Umberto (1989), *Como se faz uma Tese*, São Paulo: Editora Perspetiva.
- EISENSTEIN, Sergei (2002a), *A Forma do Filme*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- EISENSTEIN, Sergei (2002b), *O Sentido do Filme*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.
- EPSTEIN, Edward Jay (2000), *News From Nowhere: Television and the News*, Austin: University of Texas Press.
- ESTEVEES, João Pissarra (2005), *O Espaço Público e os Media: sobre a comunicação entre normatividade e facticidade*, Lisboa: Colibri.

- ESTEVES, João Pissarra (org.) (2009), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: Livros Horizonte.
- FERIN, Isabel (2008), «O SPSS e os estudos sobre os media e o jornalismo», in Cláudia Lago e Marcia Benetti (orgs.), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*, Petrópolis: Editora Vozes, 2.^a edição, pp.168-196.
- FERNANDES, Ana Paula (2001), *Televisão do Público*, Coimbra: Minerva.
- FERNANDES, António José (1995), *Métodos e Regras para a Elaboração de Trabalhos Académicos e Científicos*, Porto: Porto Editora.
- FERNANDES, José Luiz e CASCAIS, Fernando (coords.) (2006), *A Digitalização no Sector da Comunicação: um desafio europeu*, Lisboa: CENJOR, download em: <<http://www.cenJOR.pt/relatorio.pdf>>.
- FERNÁNDEZ CASADO, José Luís e NOHALES ESCRIBANO, Tirso (1999), *Postproducción digital: cine y vídeo no lineal*, Espanha: Escuela de Cine y Vídeo de Andoain.
- FERNÁNDEZ DíEZ, Frederico e MARTÍNEZ ABADÍA, José (1999), *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*, Barcelona: Paidós Ibérica.
- FIDALGO, António (2007), «O ensino do jornalismo online», in Elias Machado e Marcos Palacios (orgs.), *Jornalismo em Redes de Alta Velocidade: metodologias & softwares*, Salvador: EDUFBA, pp. 39-47.
- FIDALGO, Joaquim e MARINHO, Sandra (orgs.), Atas do Seminário «Jornalismo: mudanças na profissão, mudanças na formação», Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, download em: <<http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/jornalismo08>>.
- FIDLER, Roger (1997), *Mediamorphosis: Understanding New Media*, Califórnia: Pine Forge Press.
- FILHO, Washington e CORREIA, José (2012), «Edição não linear: a função do jornalista com as transformações tecnológicas», in Zara Pinto Coelho e Joaquim Fidalgo (eds.), *Sobre Comunicação e Cultura: I Jornadas de Doutorandos em Ciências da Comunicação e Estudos Culturais*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 73-95.
- FODDY, William (1996), *Como Perguntar: teoria e prática da construção de perguntas em entrevistas e questionários*, Oeiras: Celta.
- FONSECA, Paulo Jorge Martinho da (2008), *A Importância da Formação Profissional Contínua nas Empresas Portuguesas*, Dissertação de Mestrado, Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa.
- FONTCUBERTA, Mar de (1999), *A Notícia: pistas para compreender o mundo*, Lisboa: Notícias Editorial.
- FULLER, Jim e FARRINGTON, Jeane (orgs.) (2001), *Da Forma ao Aperfeiçoamento do Desempenho*, Coimbra: Edições Quarteto.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2002), «Periodismo polivalente y convergente: riesgos y oportunidades para el periodismo audiovisual», CHASQUI: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, n.º 79, pp. 38-43.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2006a), «Convergencia y polivalencia periodística en televisiones europeas y norteamericanas», *Global Media Journal*, download em: <http://gmje.mty.itesm.mx/garcia_aviles.htm>.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2006b), «Desmitificando la convergencia periodística», Chasqui: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, pp. 34-39.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2006c), *El periodismo audiovisual ante la convergencia digital*, Espanha: Universidad Hernández.

- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2006d), «*Las redacciones de los canales “todo noticias” como laboratorio de periodístico: los casos de BBC News 24 y Rainews 24*», Trípodos, n.º 19, pp. 83-97.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2007a), «*El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea*», Análisis, n.º 35, pp. 47-63.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2007b), «*Nuevas tecnologías en el periodismo audiovisual*», Espanha: Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche, vol. 1, n.º 2, pp. 59-75.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2010), «*Convergencia en noticias Cuatro y CNN+: una transición incompleta*», in Xosé López Garcia e Xosé Pereira Fariña (coords.), *Convergencia Digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 213-222.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto e CARVAJAL, Miguel (2008), «*Integrated and Cross-Media Newsroom Convergence*», *Converge: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 14, n.º 2, pp. 221-2239.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto e GARCÍA MARTINEZ, Alberto Nahum (2008), «*Nuevos retos de la televisión ante la convergencia digital*», in CIEC (eds), *La televisión en España, Informe 2008*, Barcelona: Ediciones Deusto, pp. 275-288.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto e LEÓN, Bienvenido (2002), «*Journalistic Practice in Digital Television Newsrooms: the case of Spain’s Tele 5 and Antena 3*», *Journalism*, vol. 3, n.º 3, pp. 355-371.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto, LEÓN, Bienvenido, SANDERS, Karen e HARRISON, Jackie (2004), «*Journalists at digital television newsrooms in Britain and Spain: workflow and multi-skilling in a competitive environment*», *Journalism Studies*, vol. 5, n.º 1, pp. 87-100.
- GARCÍA AVILÉS, José Alberto, MEIER, Klaus, KALTENBRUNNER, Andy, CARVAJAL, Miguel e KRAUS, Daniela (2009), «*Newsroom integration in Austria, Spain and Germany*», *Journalism Practice*, vol. 3, n.º 3, pp. 1-19.
- GARCÍA DE TORRES, Elvira *et al.* (2008), «*Las herramientas 2.0 en los diarios españoles 2006-2008: tendencias*», *Prisma.Com*, n.º 8, download em: http://prisma.cetac.up.pt/edicao_n7_dezembro_de_2008/las_herramientas_20_en_los_dia.html.
- GARCIA, José Luís (2009), *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfose e encruzilhadas no limiar do século XXI*, Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa.
- GARDIES, René (org.) (2008), *Compreender o Cinema e as Imagens*, Lisboa: Texto & Grafia.
- GHIGLIONE, Rodolphe e MATALON, Benjamin (1997), *O Inquérito: teoria e prática*, Oeiras: Celta Editora, 3.ª edição.
- GIACOMANTONIO, Marcelo (1986), *Os Meios Audiovisuais*, Lisboa: Edições 70.
- GIL DE MURO, Eduardo Teófilo (1990), «*La televisión*», in Juan Antonio Carrera Páramo (ed.), *Introducción a los medios de comunicación*, Madrid: Ediciones Paulinas, pp. 245-281.
- GILLESPIE, David (2000), *Early Soviet Cinema: Innovation, Ideology and Propaganda*, Londres: Wallflower.
- GILLMOR, Dean (2005), *Nós, Os Media*, Lisboa: Editorial Presença.
- GODINHO, Jacinto (2011), *As Origens da Reportagem – Televisão*, Lisboa: Livros Horizonte.

- GODINHO, Rosária, GONÇALVES, Filomena, PIMENTEL, Duarte e VIEIRA, Célia (1996), «*Das expectativas aos efeitos sociológicos da formação profissional*», *Sociologia – Problemas e Práticas*, n.º 20, pp. 209-225.
- GOLIOT-LETÉ, Anne, JOLY, Martine, LANCIEN, Thierry, Le MÉE, Isabelle-Cécile e VANOYE, Francis (2011), *Dicionário da Imagem*, Lisboa: Edições 70.
- GOMES, Adelino (2009), «*Jornalismo, uma profissão em mudança*»,...», in Joaquim Fidalgo e Sandra Marinho (orgs.), *Atas do Seminário «Jornalismo: mudanças na profissão, mudanças na formação»*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 42-48.
- GOMES, Adelino (2012), *Nos Bastidores dos Telejornais: RTP1, SIC e TVI*, Lisboa: Tinta da China.
- GOMES, Adelino et al. (2004), «*O essencial e o acessório na formação de jornalistas*», *Comunicação e Sociedade*, vol. 5, pp. 109-122.
- GOMES, Rui Miguel (2009), *A Importância da Internet para Jornalistas e Fontes*, Lisboa: Livros Horizonte.
- GOSCIOLA, Vicente (2003), *Roteiro para as Novas Mídias: do game à tv interativa*, São Paulo: Editora Senac.
- GRABER, Doris A. (2000), «*Para onde vai a cobertura televisiva das eleições?: lições da campanha eleitoral de 1996*», in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.º 27, pp. 181-192.
- GRAÇA, Sara Meireles (2009), «*Os problemas-chave de ingresso no jornalismo*», in José Luís García (org.), *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses: metamorfose e encruzilhadas no limiar do século XXI*, Lisboa: Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, pp. 133-168.
- GRADIM, Anabela (2000), *Manual de Jornalismo*, Covilhã: Universidade da Beira Interior.
- GRANJA, Vasco (1981), *Dziga Vertov*, Lisboa: Livros Horizonte.
- GRANT, August E., BROWN, Tim e NACHLINGER, Harvie (2010), «*Accelerating Technologies: The Diffusion of Nonlinear Video Editing*», *Electronic News*, vol. 4, n.º 4, pp. 188-202.
- GRILO, João Mário (2008), *As Lições do Cinema: manual de filmologia*, Lisboa: Edições Colibri, 3.ª edição.
- HALL, Stuart, CHRITCHER, Chas, JEFFERSON, Tony, CLARKE, John e ROBERTS, Brian (1978), «*The Social Production of News: Mugging in the Media*», in Nelson Traquina (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Veja, 2.ª edição, pp. 224-248.
- HALLIN, Daniel C. e MANCINI, Paolo (1984), «*Speaking of the President: Political Structure and Representational Form in US and Italian Television News*», in Nelson Traquina (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Veja, 2.ª edição, pp. 306-325.
- HARTLEY, John (2004), *Comunicação, Estudos Culturais e Media*, Lisboa: Quimera Editores.
- HARTLEY, John (2008), *Television Trusts*, EUA: Blackwell Publishing.
- HEMMINGWAY, Emma (2005), «*PDP, The News Production Network and the Transformation of News*», *Converge*, vol. 11, n.º 3, pp. 8-27.
- HENDERSON, Keren (2007), *News Narratives and Television News Editing*, Dissertação de Mestrado, Toronto: Universidade de Toronto.
- HENDERSON, Keren (2011), «*Narratives and Television News Editing*», in *atas Association for Education in Journalism and Mass Communication*, download em:

- <http://citation.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/5/2/0/1/3/pages520138/p520138-1.php>.
- HENDERSON, Keren (2012), «*Narratives in Local Television News Editing*», *Electronic News*, vol. 6, n.º 2, pp. 67-80.
- HENRIQUES, Carlos Alberto (1994), *Segredos da TV*, Lisboa: TV-Guia Editora.
- HENRIQUES, Carlos Alberto (2002), «*A escola digital, ou o ensino na ponta dos dedos*», in José A. Bragança de Miranda e Joel Frederico da Silveira (orgs.), *As Ciências da Comunicação na viragem do Século*, Actas do I Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Lisboa: Veja, pp. 174-179.
- HICKS, Jeremy (2007), *Dziga Vertov: Defining Documentary Film*, Nova Iorque: I. B. Tauris & Co.
- HILL, Manuela Magalhães e HILL, Andrew (2005), *Investigação por Questionário*, Lisboa: Edições Sílado, 2.ª edição.
- HORTON, James L. (2007), «*Working with Convergence Journalists*», download em: <http://www.online-pr.com/Holding/Working_with_Covergence_Journalists.pdf>.
- HUANG, Edgar, DAVISON, Karen, SHREVE, Stephanie, DAVIS, Twila, BETTENDORF, Elizabeth e NAIR, Anita (2006), «*Facing the Challenges of Convergence*», *Converge: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 12, n.º 1, pp. 83-98.
- HUANG, Edgar, RADEMAKERS, Lisa, FAYEMIWO, Moshood A. e DUNLAP, Lillian (2004), «*Converged Journalism and Quality: A Case Study of The Tampa Tribune News Stories*», *Converge: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 10, n.º 4, pp. 73-91.
- JACQUINOT, Rémi, SAINT-VINCENT, Olivier e SAINT-VICENT, Raphael (2006), *Guia prático do Storyboard*, Avanca: Edições Cine-Clube de Avanca.
- JENKINS, Henry (2004), «*The Cultural Logic of Media Convergence*», *International Journal of Cultural Studies*, vol. 7 (1), pp. 33-43.
- JENKINS, Henry (2006), *Convergence Culture: where old and new media collide*, Nova Iorque: New York University.
- JESPERS, Jean-Jacques (1998), *Jornalismo Televisivo: princípios e métodos*, Coimbra: Minerva.
- JOLY, Martine (2003), *A Imagem e a sua Interpretação*, Lisboa: Edições 70.
- JONES, Stuart Blake (2003), *Video Color Correction for Nonlinear Editors: a step-by-step guide*, EUA: Focal Press.
- JOURNOT, Marie-Thérèse (2005), *Vocabulário de Cinema*, Lisboa: Edições 70.
- KELLISON, Catharine (2005), *Producing for TV and Video*, Focal Press.
- KETELE, Jean-Marie de e ROEGIERS, Xavier (1998), *Metodologia da Recolha de Dados: fundamentos dos métodos de observações, de questionários, de entrevistas e de estudo de documentos*, Lisboa: Instituto Piaget.
- KILLEBREW, Kenneth C. (2005), *Managing Media Convergence: Pathways to Journalist Cooperation*, Iowa: Blackwell Publishing.
- KNEIPP, Valquíria (2008), *Trajetória de formação do telejornalista brasileiro: as implicações do modelo americano*, Tese de doutoramento, São Paulo: Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.
- KNEIPP, Valquíria e MANCIEL, Suely (2011), «*Edição linear e não linear no telejornalismo: um estudo de caso do Profissão Repórter*», in atas do 9.º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, download em: <http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjor/arquivos/9encontro/CC_60.pdf>.

- KOVACH, Bill e ROSENSTIEL, Tom (2004), *Os Elementos do Jornalismo: o que os profissionais devem saber e o público deve exigir*, Porto: Porto Editora.
- KOVÁCS, Ilona, CASACA, Sara Falcão, FERREIRA, José Maria Carvalho e SOUSA, Maria Teresa de (2006), «Flexibilidade e crise de emprego: tendências e controvérsias», SOCIUS Working Papers, *download em*: <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/1996/1/wp200608.pdf>.
- LAGE, Maria Campos (2011), «Utilização do software NVivo em pesquisa qualitativa: uma experiência em EaD», *Educação Temática Digital*, vol.12, n.º 3, pp. 198-226.
- LAGE, Nilson (2001), «O telejornalismo ao alcance de todos», *Logos*, n.º 1, pp. 47-50.
- LAGO, Cláudia e BENETTI, Marcia (orgs.) (2008), *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*, Petrópolis: Editora Vozes, 2.ª edição.
- LASICA, Joseph Daniel (1999), «Citizens as budding reporters and editors», *The American Journalism Review*, *download em*: <http://www.jdlasica.com/articles/coljul99.html>.
- LASICA, Joseph Daniel (2004), «Bottom-up journalism busting out, *New Media Musings*», *download em*: http://www.newmediamusings.com/2004/10/bottomup_journa.html.
- LASSWELL, Harold D. (2009), «A estrutura e a função da comunicação na sociedade» in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: Livros Horizonte, pp. 51-62.
- LERMA, Antonio (2011), «Convergencia de la televisión con Internet. Estudio de la televisión y su implantación en la Web», in Félix Ortega e Laura Cardeñosa (eds.), *Nuevos medios, nueva comunicación: libro de actas do II Congreso Internacional Comunicación 3.0*, Salamanca: Universidade de Salamanca, pp. 126-148.
- LOPES DOS REIS, Filipa (2010), *Como Elaborar uma Dissertação de Mestrado: segundo Bolonha*, Lisboa: FCA.
- LOPES, Felisbela (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra: Minerva.
- LOPES, Felisbela (2007), *A TV das Elites: estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005)*, Porto: Campo das Letras.
- LOPES, Felisbela (2008a), *A TV do Real: a televisão e o espaço público*, Coimbra: Minerva.
- LOPES, Felisbela (2008b), «Da pós-neotelevisão: a reconfiguração do prime-time nos canais generalistas portugueses», in Manuel Pinto e Sandra Marinho (org.), *Os Media em Portugal: nos primeiros cinco anos do século XXI*, Porto: Campo das Letras, pp. 33-46.
- LOPES, Helena (coord.) (2000), *As modalidades da empresa que aprende e empresa qualificante*, Lisboa: OEFP.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2008), «La eclosión del vídeo como mecanismo de comunicación política en Internet», in Congreso Fundacional de la Asociación Española de Investigadores de la Comunicación, Santiago de Compostela.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé e PEREIRA FARIÑA, Xosé (2010) (coords.), *Convergencia digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela: Universidade de Compostela.
- LÓPEZ GARCÍA, Xosé e SOUSA, Jorge Pedro (coords.) (2004), *A investigación e o ensino do xornalismo no espazo luso-galego*, Actas do I Congreso Luso-galego de Estudos Xornalísticos, Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.
- LOUREIRO, Luís Miguel (2007), «A notícia de televisão na Internet: o fim do alinhamento, o princípio de quê?», Actas do 5.º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, Braga.
- LUFF, John (2005), «Post-production evolution», *Broadcast Engineering*, *download em*: <http://broadcastengineering.com/newsrooms/post-production-evolution>.
- MACHADO, José (2004), *Apresentador de TV*, Lisboa: Edições Lidel.

- MANDER, Jerry (1999), *Quatro Argumentos para acabar com a Televisão*, Lisboa: Antígona.
- MARNER, Terence St. John (comp. e org.) (2010), *A Realização Cinematográfica*, Lisboa: Edições 70, 2.^a edição.
- MARQUES, Joaquim Manuel Fernandes (2009), *Efeitos da Formação Profissional em Contexto de Trabalho*, Dissertação de Mestrado, Lisboa: ISCTE.
- MAROY, Christian (1997), «A análise qualitativa de entrevistas», in Luc Albarello, Françoise Digneffe, Jean-Pierre Hiernaux, Christian Maroy, Danielle Ruquoy e Pierre de Saint-Georges, *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva, pp. 117-155.
- MARTIN, Marcel (2005), *A Linguagem Cinematográfica*, Lisboa: Dinalivro.
- MARTINEZ ABADÍA, José (1997), *Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, vídeo, rádio*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica, 2.^a edição.
- MARTINS, Ana Isabel Costa (2005), «Da Caixa Mágica à Caixa de Pandora – Repensar os Poderes e os Limites da TV. O Caso da SIC Notícias», Atas do 4.º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências das Comunicações.
- MARTINS, Carla (2011), *Manual de Análise de Dados Quantitativos com Recurso ao IBM SPSS: saber decidir, fazer, interpretar e redigir*, Braga: Psiquilíbrios.
- MARTINS, Moisés de Lemos e PINTO, Manuel (orgs.) (2008), *Comunicação e Cidadania, Atas do 5.º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências das Comunicações*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.
- MASIP, Pere *et al.* (2007), «*Journalistic Convergence in Spain: changing journalistic practices and new challenges*», Paris: IAMCR Conference, download em: <http://www.jre-iamcr.org/Assets/PDFs/JRE2007/07_masip.pdf>.
- MAZZOLENI, Arcangelo (2005), *O ABC da Linguagem Cinematográfica: estruturas, análises e figuras na narração através de imagens*, Avanca: Edições Cine-Clube de Avanca.
- MCCOMBS, Maxwell E. e SHAW, DONALD (1972), «*The Agenda-Setting Function of the Mass Media*», *The Public Opinion Quarterly*, vol. 36, n.º 2, pp. 176-187.
- MCLUHAN, Marshall (1988), *Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem*, São Paulo: Cultrix, 5.^a edição.
- MEDOFF, Norman J., FINK, Edward J. e TANQUARY, Tom (2007), *Portable Video: ENG and EFP*, EUA: Focal Press.
- MEIER, Klaus (2007), «*Innovations in Central European Newsrooms: Overview and case study*», *Journalism Practice*, vol. 1, n.º 1, pp. 4-19.
- MEIER, Klaus (2010), «*El periodismo en cambio. Digitalización y convergencia de redacciones en Alemania*», *Revista Comunicación y Ciudadanía*, n.º 3, pp. 44-53.
- MENDES, Renato (2013), *Os Jornalistas e a Primeira Licenciatura em Comunicação Social em Portugal (1979)*, Lisboa: Escritório Editora.
- MESO AYERDI, Koldobika e LARRONDO URETA, Ainara (2011), «*Cambios en las estrategias de las audiencias de las páginas web de televisión. Análisis de la participación en los públicos autonómicos en España*», in Félix Ortega e Laura Cardeñosa (eds.), *Nuevos medios, nueva comunicación: libro de actas do II Congreso Internacional Comunicación 3.0*, Salamanca: Universidade de Salamanca, pp. 53-68.
- MESQUITA, Mário (1994), «*A educação para o Jornalismo – uma perspectiva sobre Portugal*», *INTERCOM*, vol. 17, n.º 2, pp. 75-97.
- MESQUITA, Mário (org.) (1995), *Comunicação Política*, *Revista de Comunicação e Linguagens*, n.ºs 21-22, Lisboa: Edições Cosmos.

- MESQUITA, Mário (2000), «*As profissões dos media na era da comunicação transnacional*» in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 27, pp. 63-77.
- MESQUITA, Mário (2003), *O Quarto Equívoco: o poder dos media na sociedade contemporânea*, Coimbra: Minerva.
- MESQUITA, Mário e CRISTINA Ponte (1997), «*Situação do ensino e da formação profissional na área do jornalismo*», BOCC–Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em*: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php?html2=mesquita-mario-ponte-cristina-Cursos-Com1.html>».
- MICÓ, Josep Lluís e MASIP, Pere (2008), «*Recursos multimedia en los cibermedios españoles. Análisis del uso del vídeo en El País.com, El Mundo.es, La Vanguarda.es y Libertad Digital*», Trípodos, n.º 23, pp. 89-105.
- MICÓ, Josep, MASIP, Pere e BARBOSA, Suzana (2009), «*Models of Business Convergence in the Information Industry*», Sociedade Brasileira de Pesquisa em Jornalismo, *download em*: www.unb.br/ojsdpp/include/getdoc.php?id=684...220...pdf.
- MINC, Alain (1994), *O Choque dos Media*, Lisboa: Quetzal.
- MISSIKA, Jean-Louis e WOLTON, Dominique (1983), *La folle du logis: la télévision dans les sociétés démocratiques*, Paris: Gallimard.
- MOLLISON, Martha (2003), *Producing Videos: A Complete Guide*, Australia: Allen & Unwin.
- MORAN, José Manuel (1995), «*O vídeo na sala de aula*», Comunicação e Educação, São Paulo: Moderna, *download em*: <http://www.eca.usp.br/prof/moran/vidsal.htm>.
- MOTTA, Rui Teixeira (2000), *Televisão em Portugal: que presente e que futuro*, Lisboa: Quatro Margens Editora.
- MUSBURGER, Robert B. (2010), *Single-Camera Video Production*, EUA: Elsevier, 5.ª edição.
- NEGREIROS (de), Joaquim Trigo e GONÇALVES, Telmo (2010), «*O Jornal Nacional, da TVI*», in Joel Frederico da Silveira, Gustavo Cardoso e António Belo (orgs.), *Telejornais no início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 133-160.
- NEGREIROS (de), Joaquim Trigo e SOUTO, Jorge (2010), «*Os telejornais de horário nobre da SIC*», in Joel Frederico da Silveira, Gustavo Cardoso e António Belo (orgs.), *Telejornais no início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 71-101.
- NETO, João Elias da Cruz (2009), *Reportagem de Televisão: como produzir, executar e editar*, Petrópolis: Editora Vozes.
- NOGUEIRA, Luís (2010), *Planificação e Montagem*, Covilhã: LabCom.
- NOVELLI, Ana Lúcia Romero (2005), «*Pesquisa de opinião*», in Jorge Duarte e António Barros (org.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, São Paulo: Editora Atlas, pp. 165-179.
- NYE, Chad Flynn (2007), *Diffusion of Nonlinear Editing Systems in U.S. Local Television*, Dissertação de Mestrado, EUA: Universidade de Oklahoma, *download em*: <http://dc.library.okstate.edu/cdm/singleitem/collection/theses/id/3389/rec/19>.
- O'MAHONY, Mike (2008), *Sergei Eisenstein*, Londres: Reaktion Books.
- O'REILLY, Tim (2005), «*What is Web 2.0?: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*», *download em*: http://74.125.77.101/translate_c?hl=pt-PT&sl=en&u=http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html&prev=/search%3Fq%3Dhttp://radar.oreilly.com/archives/2005/09/what-is-web-20.html%26hl%3Dpt-PT&usg=ALkJrhB1VHF6qR1JKm6AKlnZH0Oj-2s9w».

- OBERCOM (2011), *A Televisão na Sociedade em Rede*, Lisboa: OberCom, download em: <http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=fr_sr_setembro_2011_tv.pdf>.
- OBERCOM (2012), *Desafios do Jornalismo*, OberCom, download em: <http://www.obercom.pt/client/?newsId=428&fileName=desafios_do_jornalismo2.pdf>.
- OHANIAN, Thomas A. (1998), *Digital nonlinear editing: editing film and video on the desktop*, Focal Press, 2.^a edição.
- OLIVEIRA, Emídio Rosa de (1989), «A televisão é um electro-doméstico», in Francisco Rui Cádima e João Mário Grilo (orgs.), *Televisão*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 9, pp. 67-72.
- OLIVEIRA, Jorge Nuno (2007), *Manual de Jornalismo de Televisão*, Lisboa: CENJOR, download em: <<http://opac.iefp.pt:8080/images/winlibimg.exe?key=&doc=73220&img=458>>.
- OLIVEIRA, Luís Adriano (2011), *Dissertação e Tese em Ciência e Tecnologia segundo Bolonha*, Lisboa: FCA.
- OWENS, Jim e MILLERSON, Gerald (2012), *Television Production*, EUA: Focal Press, 15.^a edição.
- PARENT-ALTIER, Dominique (2009), *O Argumento Cinematográfico*, Lisboa: Texto & Grafia.
- PARK, Robert E. (2009), «As notícias como uma forma de conhecimento: um capítulo na sociologia do conhecimento», in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: Livros Horizonte, pp. 37-50.
- PATO, Luís Miguel (2012), *Técnicas de Produção Televisiva na Migração para o Digital*, Coimbra: Grácio Editor.
- PATTERSON, Thomas E. (2000), «Serão os media noticiosos actores políticos eficazes», in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 27, pp. 79-96.
- PAVLIK, John (2000), «The Impact of Technology on Journalism», *Journalism Studies*, vol. 1, n.º 2, pp. 229-237.
- PAVLIK, John (2001), *Journalism and New Media*, Nova Iorque: Columbia University Press.
- PAVLIK, John (2004), «A Sea-Change in Journalism: Convergence, Journalists, their Audiences and Sources», *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, vol. 10, n.º, 4, pp. 21-29.
- PAVLIK, John (2011), «A Tecnologia Digital e o Jornalismo: as implicações para a Democracia», *Brazilian Journalism Research*, vol. 7, n.º 2, pp. 94-118.
- PENEDO, Cristina Maria Carmona Martins (2003), *O Crime nos Media: o que dizem as notícias quando falam de crimes*, Lisboa: Livros Horizontes.
- PÉREZ NAVARRO, Ángel (2012), *La edición en video de noticias para televisión*, Valência: Universidade Politécnica de Valência.
- PHILLIPS, Estelle M. e PUGH, Derek S. (1998), *Como Preparar um Mestrado ou Doutorado: um manual prático para estudantes e seus orientadores*, Mem-Martins: Lyon Multimédia Edições.
- PINEL, Vincent (2004), *El montaje: el espacio y el tiempo del film*, Barcelona: Paidós.
- PINTO, Manuel (2000), *A Televisão no Quotidiano das Crianças*, Porto: Edições Afrontamento.
- PINTO, Manuel (2004), «O ensino e a formação na área do jornalismo em Portugal: “crise de crescimento” e notas programáticas», *Comunicação e Sociedade*, vol. 5, pp. 49-62.
- PINTO, Manuel e SOUSA, Helena (2003), «Journalism Education at Universities and Journalism Schools in Portugal», in Frohlich, Romy and Christina Holtz-Bacha (eds.), *Jour-*

- nalism Education in Europe and North America, An International Comparison*, Nova Iorque: Hampton Press.
- PISANI, Francis (2005), «*Journalism and Web 2.0*», Nieman Foundation for Journalism at Harvard, download em: <<http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100293>>.
- PIVETA, Patrícia (2010), *A Evolução Tecnológica como Interferência na Linguagem Televisual: o percurso da edição no telejornalismo da TV Coroados*, Dissertação de Mestrado, Brasil: Universidade Estadual de Londrina, download em: <<http://www.uel.br/pos/mestrado/comunicacao/wp-content/uploads/2010-patricia-piveta.pdf>>.
- POPPER, Karl e CONDRY, John (2007), *Televisão: um perigo para a democracia*, Lisboa: Gradiva, 3.ª edição.
- POWELL, Peter (1998), «*New Direction for the Integrated Newsroom*», TVB Europe, vol. 7, n.º 9.
- PRENSKY, Marc (2004), «*The Emerging Online Life of the Digital Native: What they do differently because of technology, and how they do it*», download em: <www.marcprensky.com/writing/Prensky-The_Emerging_Online_Life_of_the_Digital_Native-03.pdf>.
- PRINCE, Stephen e HENSLEY, Wayne E. (1992), «*The Kuleshov Effect: Recreating the Classic Experiment*», Cinema Journal, vol. 31, n.º 2, pp. 59-75.
- PÚBLICO (2005), *Livro de Estilo*, Lisboa: Público - Comunicação Social, SA, 2.ª edição.
- QUICO, Célia (2008), «*Participação nos media e os jovens dos 12 anos aos 18 anos: estudo de avaliação de um formato 'cross-media'*», Prisma, n.º 6, download em: <http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=fr3_sr_2008.pdf>.
- QUINN, Stephen (2004), «*An Intersection of Ideals: Journalism, Profits, Technology and Converge*», Converge, vol. 10, n.º 4, pp. 109-123.
- QUINN, Stephen (2005), «*Convergence's Fundamental Question*», Journalism Studies, vol. 6, n.º 1, pp. 29-38.
- QUIVY, Raymond e VAN CAMPENHOUDT, Luc (1998), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva, 2.ª edição.
- RAIMONDO SOUTO, Mario (1993), *Manual del realizador profesional de vídeo*, Madrid: D.O.R.S.L. Ediciones.
- RAMONET, Ignacio (1999), *A Tirania da Comunicação*, Porto: Campo das Letras.
- RAMOS, Jorge Leitão (1983), *Sergei Eisenstein*, Lisboa: Livros Horizonte.
- REA, Peter W. e IRVING, David K. (2010), *Producing and Directing the Short Film and Video*, Focal Press, 4.ª edição.
- REBELO, José (coord.) (2011), *Ser Jornalista em Portugal: perfis sociológicos*, Gradiva: Lisboa.
- REISZ, Karel e MILLAR, Gavin (2010), *The Technique of Film Editing*, EUA: Focal Press, 2.ª edição.
- RIBEIRO, Nuno e TORRES, José (2009), *Tecnologias de Compressão Multimédia*, Lisboa: FCA.
- RICHARDSON, Will (2006), *Blogs, Wikis, Podcast and other powerful Web tools for classrooms*, California: Corwin Press.
- RICOEUR, Paul (1991), *Do Texto à Acção*, Lisboa: Rés Editora.
- RINTALA, Niina e SUOLANEN, Sanna (2005), «*The Implications of Digitalization for Job Descriptions, Competencies and the Quality of Working Life*», Nordicom Review, vol. 26, n.º 2, pp. 53-67.

- ROBINSON, Joseph Frederick e BEARDS, Peter H. (1981), *Using Videotape*, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- ROCHA DE SOUSA (1992), *Ver e Tornar Visível: formulações básicas em cinema e vídeo*, Lisboa: Universidade Aberta.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1989), «Do dispositivo televisivo», in Francisco Rui Cádima e João Mário Grilo (org.), *Televisão*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 9, pp. 61-65.
- ROWLANDS, Avril (2000), *The Continuity Supervisor*, Oxford: Focal Press, 4.ª edição.
- RUBIN, Michael (2000), *Nonlinear: A Field Guide to Digital Video and Film Editing*, Florida: TRIAD Publishing, 4.ª edição.
- RUELLAN, Denis (2004), «Grupo profissional e mercado de trabalho do jornalismo», *Comunicação e Sociedade*, vol. 5, n.º 1, pp. 9-24.
- RUQOY, Danielle (1997), «Situação de entrevistar e estratégia de entrevistador», in Luc Albarello, Françoise Digneffe, Jean-Pierre Hiernaux, Christian Maroy, Danielle Ruquoy e Pierre de Saint-Georges, *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva, pp. 84-116.
- SADOUL, Georges (1983), *História do Cinema Mundial I*, Lisboa: Livros Horizonte.
- SALAVERRÍA, Ramón (2003a), «Convergencia de medios», *Chasqui*, n.º 81, pp. 32-39.
- SALAVERRÍA, Ramón (2003b), «Hacia dónde se dirige la convergencia de medios?», *Mediacion.doc*, pp. 1-7.
- SALAVERRÍA, Ramón (2006a), «Construyendo un nuevo periodismo: diez años de logros y retos en la prensa digital», in Manuel Pinto e Luís António Santos (coord.), *Jornalismo e Internet*, *Comunicação e Sociedade*, vol. 9-10, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, pp. 129-137.
- SALAVERRÍA, Ramón (2006b), «El nuevo perfil profesional del periodista en el entorno digital» in XIII Jornadas de Jóvenes Investigadores en Comunicación, Universidad San Jorge de Zaragoza, pp. 175-185.
- SALAVERRÍA, Ramón (2009), «Los medios de comunicación ante la convergencia digital», Navarra: Depósito Académico Digital Universidad de Navarra, download em: <http://dspace.unav.es/dspace/bitstream/10171/5099/1/Ramon_Salaverria.pdf>.
- SALAVERRÍA, Ramón (2010), «Estructura de la convergencia», in Xosé López Garcia e Xosé Pereira Fariña (coords.), *Convergencia Digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp. 27-40.
- SALAVERRÍA, Ramón e GARCÍA AVILÉS, José Alberto (2008), «La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo», *Trípodos*, n.º 23, pp. 31-47.
- SALAVERRÍA, Ramón e NEGREDO, Samuel (2008), *Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones*, Barcelona: Sol90Media.
- SALAVERRÍA, Ramón, GARCÍA AVILÉS, José Alberto e MASIP, Pere (2010), «Concepto de convergencia periodística» in Xosé López Garcia e Xosé Pereira Fariña (coords.), *Convergencia Digital: reconfiguración de los medios de comunicación en España*, Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, pp.41-64.
- SALGADO, Manuel António e CRAVO, Pedro Manuel (s.d.), «O papel desempenhado pelo estágio curricular: o caso da licenciatura bietápica em Estratégia e Gestão Turísticas», download em: <<http://www.estig.ipbeja.pt/~pmmssc/papers/estagios.pdf>>.
- SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente (1996), *El montaje cinematográfico: teoría y análisis*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.

- SANTOS, João de Almeida (2000), *Homo Zappiens: o feitiço da televisão*, Lisboa: Editorial Notícias.
- SANTOS, José Rodrigues dos (1992), *O que é a Comunicação*, Lisboa: Difusão Cultural.
- SARTORI, Giovanni (2000), *Homo Videns: televisão e pós-pensamento*, Lisboa: Terramar.
- SCOLARI, Carlos Alberto, MICÓ SANZ, Josep Lluís, GUERE, Héctor Navarro e KUKLINSKI, Hugo Pardo (2008), «*El periodista polivalente: transformaciones en el perfil del periodista a partir de la digitalización de los medios audiovisuales catalanes*», *Zer*, vol. 13, n.º 25, pp. 37-60.
- SCHAEFER, Richard (1997), «*Editing Strategies in Television News Documentaries*», *Journal of Communication*, vol. 47, n.º 4, pp. 69-88.
- SCHAEFER, Richard (2001), «*A longitudinal analysis of network news editing strategies from 1969 to 1997*». Washington, DC: AEJMC.
- SCHAEFER, Richard (2006), «*A Time Series Analysis of Network News Editing Strategies From 1969 Through 2005*», São Francisco: Radio-Television Journalism Division at the AEJMC annual convention, download em: <<http://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A3=ind0610e&L=AEJMC&E=8bit&P=274141&B=-&T=text%2Fplain;%20charset=iso-8859-1>>.
- SCHAEFER, Richard e MARTINEZ III, Tony (2009), «*Trends in Network News Editing Strategies From 1969 Through 2005*», *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 53, n.º 3, pp. 347-364.
- SCHENK, Sonja e LONG, Ben (2012), *The Digital Filmmaking Handbook*, Boston: Course Technology, 4.ª edição.
- SCHIAVONE, Roberto (2003), *Montar um Filme*, Avanca: Edições Cine-Clube de Avanca.
- SCHUDSON, Michael (1982), «*The Politics of Narrative Form: Emergence of News Conventions in Print and Television*», in Nelson Traquina (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Vega, 2.ª edição, pp. 278-293.
- SCHUDSON, Michael (1986), «*What Time Means in a News Story*», Gannett Center Occasional Paper, n.º 4.
- SCHLESINGER, Philip (1977), «*Newsmen and Their Time Machine*», in Nelson Traquina (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Veja, 2.ª edição, pp. 177-190.
- SEMEDO, João (2010), *Relatório Final: Comissão Eventual de Inquérito Parlamentar relativa à Relação do Estado com a Comunicação Social e, nomeadamente, à Actuação do Governo na Compra da TVI*, Lisboa: Assembleia da República, download em: <http://expresso.sapo.pt/users/2401/240188/final2_7cb9a4a138b20268488d880e1ebf42e6.pdf>.
- SENA, Nilza Mouzinho de (2011), *A Televisão por Dentro e por Fora*, Coimbra: Minerva.
- SENDIN, André (2010), «*A política interna nos telejornais da televisão generalista portugueses*», in Joel Frederico da Silveira, Gustavo Cardoso e António Belo (orgs.), *Telejornais no início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 201-213.
- SENDIN, André e BRANDÃO, Nuno Goulart (2010), «*Os telejornais de horário nobre da TVI*», in Joel Frederico da Silveira, Gustavo Cardoso e António Belo (orgs.), *Telejornais no início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 103-131.
- SERRANO, Estrela (2006), *Jornalismo Político em Portugal: a cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão*, Lisboa: Edições Colibri.
- SIC (2012), *História da SIC*, Site Oficial da SIC, download em: <<http://sic.sapo.pt/NR/rdonlyres/C57BFE6D-F073-469B-939F-891B8D87D1E6/1039648/HistorialSIC20112.pdf>>.

- SIEGELMAN, Lee e BULLOCK, David (2000), «*Candidatos, questões políticas, corridas de cavalos e sensacionalismo: a cobertura das campanhas presidenciais de 1888 a 1988*», in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 27, pp. 109-137.
- SIERRA BRAVO, R. (1999), *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica: metodología general de su elaboración y documentación*, Madrid: Paraninfo, 5.ª edição.
- SIETY, Emmanuel (2004), *El plano: en el origen del cine*, Barcelona: Paidós.
- SILCOCK, B. William (2007), «*Every edit tells a story Sound and the Visual Frame: a comparative analysis of videotape editor routines in global newsrooms*», *Visual Communication Quarterly*, vol. 14, n.º 1, pp. 3-15.
- SILCOCK, B. William e KEITH, Susan (2006), «*Translating the Tower of Babel? Issues of definition, language, and culture in converged newsrooms*», *Journalism Studies*, vol. 7, n.º 4, pp. 610-627.
- SILVA, Fernando Firmino da (2007), «*Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao mainstream*», SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 5º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, Brasil: Universidade Federal de Sergipe, *download em:*
<<http://fernando.milanni.googlepages.com/FernandoFirminodaSilvaTecnologiasMve.pdf>>.
- SILVEIRA, Joel Frederico da e SHOEMAKER, Pamela (orgs.) (2010), *Telejornais em Exame*, Lisboa: Edições Colibri.
- SILVEIRA, Joel Frederico da e Brandão, Nuno Goulart (2010), «*O Jornal 2, da RTP2: apesar de tudo uma informação de serviço público*», in Joel Frederico da Silveira, Gustavo Cardoso e António Belo (orgs.), *Telejornais no início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri, pp. 161-194.
- SILVEIRA, Joel Frederico da, CARDOSO, Gustavo e BELO, António (orgs.) (2010), *Telejornais no Início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri.
- SIMÃO, João e FERNANDES, Nuno (orgs.) (2007), *Manual de Jornalismo Televisivo da UTAD TV*, Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, *download em:*
<<http://comunicamos.files.wordpress.com/2007/09/utadtv-manual3.pdf>>.
- SINGER, Jane B. (2004), «*Strange Bedfellows? The Diffusion of Convergence in Four News Organizations*», *Journalism Studies*, vol. 5, n.º 1, pp. 3-18.
- SINGER, Jane B. (2009), «*Converge and Divergence*», *Journalism*, vol. 10, n.º 3, pp. 375-377.
- SMITH, Anthony (1980), *Goodbye, Gutenberg: The Newspaper revolution of the 1980s*, New York: Oxford University Press.
- SOBREIRA, Rosa Maria (2010), «*O Ensino do Jornalismo e a Profissionalização dos Jornalistas em Portugal (1933-1974)*», in Nelson Traquina (org.), *Do Chumbo à Era Digital: 13 leituras do jornalismo em Portugal*, Lisboa: Livros Horizonte, pp. 17-36.
- SOLOMON, Gwen e SCHRUM, Lynne (2007), *Web 2.0: New Tools, News Schools*, *Interntl Soc Tech Educ*, *download em:*
<http://books.google.com/books?id=ZKKQMLir_mMC&printsec=frontcover&hl=pt-PT&source=gbs_summary_r&cad=0>.
- SORLIN, Pierre (1997), *Mass Media*, Oeiras: Celta Editora.
- SOUSA, Jorge Pedro (2000), *As Notícias e os Seus Efeitos*, Coimbra: Minerva.
- SOUSA, Jorge Pedro (2004), «*Desafios do ensino universitário do jornalismo ao nível da graduação no início do século XXI*», BOCC–Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em:*
<<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-desafios-do-jornalismo.pdf>>.

- SOUSA, Jorge Pedro (2008), «*Os Estudos Jornalísticos após 1950: a consolidação de um campo científico*», BOCC–Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em*: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-estudos-jornalisticos-apos-1950.pdf>>.
- SOUSA, Jorge Pedro (2011), «*A discussão sobre a introdução do ensino superior do jornalismo em Portugal: das primeiras menções ao primeiro curso de graduação*», BOCC–Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior, *download em*: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-a-discussao-sobre-a-introducao-do-ensino-superior-do-jornalismo-em-portugal.pdf>>.
- SOUSA, Jorge Pedro e AROSO, Inês (2003), *Técnicas Jornalísticas nos Meios Electrónicos: princípios de radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo on-line*, Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- SOUSA, Maria José e BAPTISTA, Cristina Sales (2011), *Como Fazer Investigação, Dissertações, Teses e Relatórios Segundo Bolonha*, Lisboa: FCA.
- SOUTO, Jorge (2004), «*A produção de notícias como acção situada*», in X. López García e Jorge Pedro Sousa (coords.), *A investigación e o ensino do xornalismo no espazo luso-galego*, Atas do I Congreso Luso-galego de Estudos Xornalisticos, Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, pp. 107- 122.
- SOUZA, Florentina das Neves e PIVETA, Patrícia (2011a), «*A edição em TV na fase digital*», in atas do VIII Encontro Nacional de História da Mídia, *download em*: <http://paginas.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/A%20edicao%20em%20TV%20na%20fase%20digital.pdf/at_download/file>.
- SOUZA, Florentina das Neves e PIVETA, Patrícia (2011b), «*A edição na reportagem telejornalística: um estudo comparativo do processo de edição linear e digital*», in atas do XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, *download em*: <<http://www2.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=39200>>.
- SOUZA, Florentina das Neves e PIVETA, Patrícia (2011c), «*A evolução tecnológica na edição do telejornalismo*», FAMECOS, vol. 18, n.º 2, pp. 431-445.
- STUMPF, Ida Regina C. (2005), «*Pesquisa bibliográfica*», in Jorge Duarte e Antonio Barros (orgs.), *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*, São Paulo: Editora Atlas, pp. 51-61.
- TÁRCIA, Lorena e MARINHO, Simão Pedro P. (2008), «*Desafios e Novas Formas de Ensino do Jornalismo em Tempos de Convergência das Mídia*», *Brazilian Journalism Research*, vol. 1, n.º 1, pp. 31-56.
- TEIXEIRA, Patrícia Oliveira (2010), *O Ensino do Jornalismo em Portugal: uma história e análise dos planos curriculares*, Dissertação de Mestrado, Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- TEIXEIRA, Patrícia Oliveira (2012), «*O ensino do jornalismo em Portugal: breve história e panorama curricular, ao virar da primeira década do século XXI*», *Estudo em Jornalismo e Mídia*, vol. 9, n.º 2, pp. 407-424.
- THOMPSON, Roy (2001), *Manual de montaje: gramática del montaje cinematográfico*, Madrid: Plot Ediciones.
- THOMPSON, Roy e BOWEN, Christopher (2009), *Grammar of the Edit*, Focal Press, 2.ª edição.
- TORRES, Eduardo Cintra (2006), *A Tragédia Televisiva: um género dramático da informação audiovisual*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- TORRES, Eduardo Cintra (2011), *A Televisão e o Serviço Público*, Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

- TRAQUINA, Nelson (1988), «As notícias», in Nelson Traquina (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Veja, 2.^a edição, pp. 167-176.
- TRAQUINA, Nelson (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Veja, 2.^a edição.
- TRAQUINA, Nelson (2000), «Jornalismo 2000: o estudo das notícias no fim do século XX», in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 27, pp. 15-31.
- TRAQUINA, Nelson (org.) (2000), *Jornalismo 2000*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 27, Lisboa: Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens.
- TRAQUINA, Nelson (2001), «O jornalismo português e a problemática VIH/SIDA: um estudo exploratório», in Nelson Traquina, Ana Cabrera, Cristina Ponte e Rogério Santos, *O Jornalismo Português em Análise de Casos*, Lisboa: Editorial Caminho, pp. 153-193.
- TRAQUINA, Nelson (2004), *A Tribo Jornalística: uma comunidade transversal*, Lisboa: Editorial de Notícias.
- TRAQUINA, Nelson (2007), *Jornalismo*, Lisboa: Quimera, 2.^a edição.
- TRAQUINA, Nelson (org.) (2010), *Do Chumbo à Era Digital: 13 leituras do jornalismo em Portugal*, Lisboa: Livros Horizonte.
- TRAQUINA, Nelson, CABRERA, Ana, PONTE, Cristina e SANTOS, Rogério (2001), *O Jornalismo Português em Análise de Casos*, Lisboa: Editorial Caminho, pp. 153-193.
- TUDOR, Andrew (2009), *Teorias do Cinema*, Lisboa: Edições 70.
- TUCHMAN, Gaye (1972), «Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity», in Nelson Traquina (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Veja, 2.^a edição, pp. 74-90.
- TUCHMAN, Gaye (1976), «Telling Stories», in Nelson Traquina (org.) (1999), *Jornalismo: questões, teorias e «estórias»*, Lisboa: Veja, 2.^a edição, pp. 258-262.
- TUCHMAN, Gaye (2009) «As notícias como uma realidade construída», in João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa: Livros Horizonte, pp. 93-106.
- VERWEIJ, Peter (2009), «Making Convergence Work in the Newsroom: A Case Study of Convergence of Print, Radio, Television and Online Newsrooms at the African Media Matrix in South Africa During the National Arts Festival», *Converge*, vol. 15, n.º 1, pp. 75-87.
- VILCHES, Lorenzo (1989), *Manipulación de la información televisiva*, Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- VILLAFANE, Justo e MINGUEZ, Norberto (1996), *Principios de teoría general de la imagen*, Madrid: Ediciones Pirámide.
- VILLAIN, Dominique (1991), *Le Montage au cinéma*, Paris: Editions Cahiers du cinéma.
- VIVEIROS, Paulo (2005), *A Imagem do Cinema: história, teoria e estética*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2.^a edição.
- VIZEU, Alfredo e CABRAL, Águeda (2009), «Telejornalismo: da edição linear a digital, algumas perspectivas», in atas do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, download em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/r4-2831-1.pdf>>.
- VIZEU, Alfredo, CABRAL, Águeda Miranda, ROCHA, Heitor Costa Lima da, MESQUITA, Giovana e ECHEVERRIA, Renata (2011), «Edição digital e produção de sentidos nas narrativas noticiosas da TV», in atas do Seminário Internacional Análise de Telejornalismo: desafios teórico-metodológicos, download em: <http://analisedetelejornalismo.files.wordpress.com/2011/08/vizeu_cabral_et_al_20111.pdf>.

- WAISBORD, Silvio (1996), «*Contando histórias de corrupção: narrativa de telenovela e moralidade populista no Caso Collorgate*» in *Comunicação e Política*, vol. 3, pp. 95-110.
- WALDMAN, Steven *et al.* (2011), *The Information Needs of Communities: The Changing Media Landscape in a Broadband Age*, Washington: Federal Communications Commission, download em: <<http://www.fcc.gov/info-needs-communities>>.
- WALLACE, Sue (2009), «*Watchdog or Witness? The Emerging Forms and Practices of Videojournalism*», *Journalism*, vol. 10, n.º 5, pp. 684-701.
- WALLACE, Sue (2013), «*The Complexities of Convergence: Multiskilled Journalists Working in BBC Regional Multimedia Newsrooms*», *International Communication Gazette*, vol. 75, n.º 1, pp. 99-117.
- WARD, Peter (2000), *Digital Video Camerawork*, Oxford: Focal Press.
- WARD, Peter (2001), *Basic Betacam Camerawork*, Oxford: Focal Press, 3.ª edição.
- WATKINSON, John (2008), *The Art of Digital Video*, EUA: Focal Press, 4.ª edição.
- WATTS, Harris (1990), *On Camera: o curso de produção de filme e vídeo da BBC*, São Paulo: Summus.
- WATTS, Harris (1999), *Direção de Câmara: um manual de técnicas de vídeo e cinema*, São Paulo: Summus.
- WHITE, Gordon (1988), *Video Techniques*, EUA: Heinemann Professional Publishing, 2.ª edição.
- WOLF, Mauro (2009), *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Editorial Presença, 10.ª edição.
- WOLSKY, Tom (2005), *Video Production Workshop*, São Francisco: CMP Books.
- WOLTON, Dominique (1994), *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da Televisão*, Porto: Edições ASA.
- WOLTON, Dominique (1995), «*As contradições do espaço público mediatizado*», in Mário Mesquita (org.), *Comunicação e Política*, Revista de Comunicação e Linguagens, dezembro de 1995, n.ºs 21-22, Lisboa: Edições Cosmos, pp. 167-188.
- WOLTON, Dominique (1999), *Pensar a Comunicação*, Alvéis: DIFEL.
- WOLTON, Dominique (2000), *E depois da Internet: para uma teoria crítica dos novos media*, Alvéis: DIFEL.
- WOLTON, Dominique (2006), *É preciso salvar a comunicação*, Casal de Cambra: Caleidocópio.
- WRIGHT, Steve (2010), *Digital Compositing for Film and Video*, EUA: Focal Press, 3.ª edição.
- ZELIZER, Barbie (2000), «*Os jornalistas enquanto comunidade interpretativa*», in Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, Revista de Comunicação e Linguagens, n.º 27, pp. 33-61.
- ZETTL, Herbert (2012), *Television Production Handbook*, EUA: Wadsworth, 11.ª edição.

Outros documentos (consultados durante o período de desenvolvimento da presente tese de doutoramento)

- AMPEX CORPORATION (2012), «*Ampex History*», download em: <<http://www.ampex.com/1-history.html?start=30>>.
- CAEM/MEDIAMINITOR (2013), *website oficial*, disponível em: <<http://www.mediamonitor.pt/>>.
- CENJOR (2013), *website oficial*, disponível em: <<http://www.cenjor.pt/>>.

- CORREIO DA MANHÃ (21 de outubro de 2003), «*Despedimentos voltam a Carnaxide*», download em: <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/despedimentos-voltam-a-carnaxide>>.
- CORREIO DA MANHÃ (11 de novembro 2003), «*Redações juntas*», download em: <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/redaccoes-juntas>>.
- CORREIO DA MANHÃ (10 de setembro de 2004), «*Entrevista: Alcides Vieira*», download em: <<http://www.cmjornal.xl.pt/detalhe/noticias/lazer/tv--media/pedi-ao-dr-balsemao-para-reunir-uma-vez-por-mes-com-a-redacao>>.
- IMPRESA (2001), *Relatório Consolidado de Gestão de 2000*, download em: <<http://www.impresa.pt/folder1/impresa/imagens/articles/31/Impresa2000.pdf>>.
- IMPRESA (2002), *Relatório Consolidado de Gestão de 2001*, download em: <<http://www.impresa.pt/folder1/impresa/imagens/articles/31/IMPRESARelContas2001.pdf>>.
- IMPRESA (2003), *Relatório Consolidado de Gestão de 2002*, download em: <<http://www.impresa.pt/folder1/impresa/imagens/articles/33/IMPRESARelContas2002.pdf>>.
- IMPRESA (2004), *Relatório Consolidado de Gestão de 2003*, download em: <http://www.impresa.pt/folder3/impresa/imagens/RelatorioIMPRESA2003P_UK.pdf>.
- IMPRESA (2005), *IMPRESA 2004: Relatório e Contas*, download em: <<http://www.impresa.pt/folder3/impresa/imagens/relatoriocontas2004.pdf>>.
- IMPRESA (2006), *Relatório Anual da IMPRESA 2005*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- IMPRESA (2007), *Relatório Anual da IMPRESA 2006*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- IMPRESA (2008), *Relatório Anual da IMPRESA 2007*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- IMPRESA (2009), *Relatório e Contas da Impresa 2008*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- IMPRESA (2010), *Relatório & Contas 2009*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- IMPRESA (2011), *Relatório & Contas 2010*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- IMPRESA (2012), *IMPRESA informa sobre o relatório e contas referente ao exercício de 2011*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- IMPRESA (2013), *IMPRESA informa sobre o relatório e contas referente ao exercício de 2012*, download em: <<http://www.impresa.pt>>.
- JORNAL DE NOTÍCIAS (27 de janeiro de 2005), «*Canal de Economia vai ocupar o sétimo lugar*», download em: <http://www.jn.pt/PaginaInicial/Interior.aspx?content_id=491546>.
- MEDIA CAPITAL – *Relatórios de Contas*, download em: <<http://www.mediacapital.pt/p/486/resultados-financeiros/>> .
- NEGÓCIOS ONLINE (27 DE NOVEMBRO DE 2001), «*TVI sem interesse em entrar no capital da PTDP; concorre a um canal digital*», download em: <http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/detalhe/tvi_sem_interesse_em_entrar_no_capital_da_ptdp_concorre_a_um_canal_digital.html>.
- PORTARIA N.º 667/86 DE 7 DE NOVEMBRO, download em: <<http://www.dre.pt/pdf1s/1986/11/25700/33593362.pdf>>.
- PRODUÇÃO PROFISSIONAL (11 de outubro de 2005), «*Sony e SIC implementam arquivo digital*», download em: <<http://www.pp.com.pt/article.php?a=317>>.

O Binómio Jornalista-Editor de Imagem na Produção Noticiosa Televisiva

- PÚBLICO (7 de dezembro de 2000), «*Canal de economia só arranca em Julho de 2001*», download em: <<http://www.publico.pt/economia/noticia/canal-de-economia-so-arranca-em-julho-de-2001-2822>>.
- PÚBLICO (10 de novembro de 2011), «*Redacções da SIC e SIC Notícias reunidas a partir da próxima semana*», download em: <<http://www.publico.pt/media/noticia/redaccoes-da-sic-e-sic-noticias-reunidas-a-partir-da-proxima-semana-1174796>>.
- RECORD (20 de abril de 2003), «*TVI adia canal Economia: previsto para este semestre*», download em: <http://www.record.xl.pt/Arquivo/interior.aspx?content_id=158035>.
- SINDICATO DOS JORNALISTAS (2001), «*Apelo do SJ aos Jornalistas da SIC*», download em: <<http://www.jornalistas.eu/?n=264&imprimir>>.
- SINDICATO DOS JORNALISTAS (2003), «*A Situação nas Empresas Jornalísticas em 31 de Agosto de 2003*», download em: <http://www.jornalistas.eu/ficheiros/1353_76_situa%C3%A7%C3%A3o%20nas%20empresas31agos.pdf>.
- SONY (1998), *Clip Server and Clip Edit*, California: Sony.
- SONY (2000a), *Digital News Editing System: DNE-2000*, Sony Corporation, download em: <<http://www.pmotions.com/Public/PDFs/SONY/DNE-2000.pdf>>.
- SONY (2000b), *Sony NewsBase System*, California: Sony, download em: <<http://www.broadcaststore.com/pdf/model/670546/bc-00848.pdf>>.
- SONY (2009), *SONAPS*, Sony Corporation, download em: <<http://www.sony.pt/res/attachment/file/63/1171476228863.pdf>>.
- SONY (2011), *SIC instala sistema SONAPS nas redacções de Lisboa e Porto*, download em: <<http://www.sony.pt/biz/lang/en/pt/content/id/1237478209896/section/broadcast-news>>.
- SONY (s.d.), *XPRI NS*, Sony Corporation, download em: <http://www.sony.pt/biz/pdf/GeneratePDF.action?product=XPRI+NS&site=biz_en_PT>

Anexos

Lista de anexos

Anexo 1 - Questionário aplicado aos jornalistas da SIC

Anexo 2 - Questionário aplicado aos repórteres de imagem da SIC

Anexo 3 - Questionário aplicado aos editores de imagem da SIC

Anexo 4 - Quadros referentes aos *Resultados Introdutórios*

Anexo 5 - Quadros referentes aos resultados relativos às *Causas* - segmentos por classes profissionais

Anexo 6 - Quadros referentes aos resultados relativos às *Consequências* - segmentados por classes profissionais

Anexo 7 - Quadros referentes aos resultados relativos às *Consequências* - respostas dos jornalistas segmentadas por escalões etários

Anexo 8 - Quadros referentes aos resultados relativos às *Consequências* - respostas dos jornalistas segmentadas por géneros

Anexo 9 - Quadros referentes aos resultados relativos às *Necessidades de Formação dos Jornalistas da SIC* – repostas segmentadas por escalões etários

Anexo 10 - Quadros referentes aos resultados relativos às *Necessidades de Formação dos Jornalistas da SIC* – repostas segmentadas por géneros

Anexo 1
Questionário aplicado aos jornalistas da SIC

QUESTIONÁRIO – JORNALISTAS

APRESENTAÇÃO DO ESTUDO

Chamo-me Carlos Canelas e, no âmbito do doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, a decorrer nas Universidades de Aveiro e Porto, estou a desenvolver uma tese intitulada: «*O Binómio Jornalista-Editor de Vídeo na Produção de Conteúdos Noticiosos Televisivos: causas e consequências*», sob a orientação científica do *Prof. Doutor* Jorge Ferraz de Abreu (Universidade de Aveiro) e do *Prof. Doutor* Jacinto Godinho (Universidade Nova de Lisboa).

Com o desenvolvimento desta tese de doutoramento, pretendemos atingir os seguintes objectivos: apurar e entender quais as causas que contribuem para que os jornalistas executem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos; averiguar e analisar as consequências, tanto as positivas como as negativas, desta mudança profissional; identificar e perceber as dificuldades que os telejornalistas manifestam quando desempenham esta função/ tarefa; verificar se as questões da edição de vídeo da informação televisiva estão a ser abordadas nas estruturas curriculares dos cursos superiores de Jornalismo (outras dominações: Comunicação Social e Ciências da Comunicação e da Informação: ramo jornalismo); e determinar e, posteriormente, apontar os conhecimentos teóricos e práticos que os jornalistas televisivos devem possuir para realizarem esta função/ tarefa de uma forma adequada.

É com vista à concretização de alguns destes objectivos que estou a contactá-lo, pedindo-lhe que tenha a amabilidade de responder ao presente questionário, constituído por 4 páginas. As informações recolhidas são anónimas e o seu tratamento e apresentação apenas contemplará a globalidade dos dados.

Desde já, agradeço toda a colaboração prestada.

Carlos Canelas | e-mail: carlos.canelas@ipg.pt | telm.: 96 XXX XX XX

1. **Género:** Feminino Masculino (assinale a sua resposta com um X) 2. **Idade:** ____ anos.
3. **Habilitações académicas:** _____
4. **Há quanto tempo é jornalista na SIC?** ____ anos. 5. **Temática noticiosa que mais trabalha:** _____
6. **Se edita em vídeo conteúdos informativos televisivos, há quanto tempo é que o faz?** ____ anos. Não edito em vídeo
7. **Qual o seu nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?**
 Discordo totalmente Discordo Indeciso Concordo Concordo totalmente
 Porquê? _____

8. **Tendo em consideração a informação que produz, que tipos de conteúdos jornalísticos edita em vídeo?**

	Todos	A maior parte	Alguns	Poucos	Nenhum
<i>Clip off</i> ou <i>Off</i> ou <i>Off2</i>					
<i>Talking Head (TH)</i> ou “Boca”					
Pequena peça					
Reportagem					
<i>Outro: Qual</i> _____					

9. **Indique as causas que, na sua opinião, contribuem para os telejornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos:**

	Sim	Talvez	Não	Não sei
❖ Por imposição das chefias, com o propósito de:				
- agilizar o processo de produção jornalístico				
- reduzir o tempo total gasto na produção de cada conteúdo informativo				
- reduzir os tempos de espera despendidos pelos jornalistas para montar em vídeo com os editores de imagem nas salas de edição/montagem				
- colmatar a falta de editores de imagem				
- aumentar a quantidade de conteúdos informativos produzidos				
- melhorar a qualidade dos conteúdos noticiosos				
- reduzir os custos de produção de concepção de conteúdos jornalísticos				
- despedir editores de imagem				
- não contratar mais editores de imagem				
- não instalar mais salas de edição de vídeo/montagem				
- rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos tecnológicos existentes				
- rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos humanos existentes				
- os jornalistas produzirem mais conteúdos noticiosos				
- os jornalistas actualizarem os seus conteúdos informativos com maior frequência				
- os jornalistas efectuarem alterações de última hora com mais facilidade				
- os jornalistas disponibilizarem os conteúdos noticiosos com a maior brevidade possível				
- libertar os editores de imagem para trabalhos jornalísticos que exigem uma edição de vídeo mais cuidada				
- satisfazer as actuais necessidades informativas das suas audiências				
❖ Ao surgimento do Canal de 24 horas de notícias, porque:				
- houve a necessidade de aumentar a produção noticiosa, na medida em que surgiram mais serviços informativos e, com efeito, mais horários para preencher com conteúdos noticiosos				
- nos dias que correm, para que uma redacção noticiosa produza conteúdos informativos suficientes para “alimentar” um canal de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns desses conteúdos sejam editados por jornalistas				
❖ Aos avanços tecnológicas, nomeadamente:				
- a disponibilização nas redacções de um programa informático de edição de vídeo com interfaces amigáveis e de uso simples, mas com as ferramentas necessárias para que os jornalistas editem em vídeo os seus conteúdos informativos				
- ao uso de servidores de vídeo, como suporte de armazenamento de vídeo, permitindo aos jornalistas acederem ao material audiovisual a partir dos seus próprios computadores de trabalho				
❖ À concorrência, designadamente:				
- outros canais televisivos portugueses de 24 horas de notícias				
- outros canais generalistas televisivos portugueses				

<Questionário – Jornalistas>

[continuação da questão anterior]	Sim	Talvez	Não	Não sei
- outros canais de televisão portugueses transmitidos por cabo/satélite/IPTV/Web TV				
- outros canais internacionais de televisão de 24 horas de notícias				
- os novos <i>media</i> , nomeadamente os disponibilizados através da <i>Web</i>				
Os jornalistas começaram a chegar às redacções preparados, pelos estabelecimentos do ensino superior, para exercer a função/ tarefa de editar em vídeo.				

- Enuncie outras causas/factores/razões que, no seu entender, fomentam esta mudança profissional: _____

10. De forma a apurar as possíveis consequências resultantes de os telejornalistas exercerem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos, responda às seguintes questões:

Pelo facto de desempenharem a função/ tarefa de editar em vídeo:	Impossível	Pouco provável	Provável	Muito provável	Certo	Não sei
- os jornalistas podem passar mais tempo “fechados” na redacção do que no terreno a efectuar as tarefas de campo inerentes a esta actividade?						
- os jornalistas podem preocupar-se mais com a forma (estética) do que com o conteúdo (mensagem jornalística)?						
- os jornalistas podem ver os seus conteúdos informativos perder qualidade noticiosa: <i>Clip off</i> ou <i>Off</i> ou <i>Off2</i> > <i>Talking Head</i> (TH) ou “Boca”> Pequena peça > Reportagem >						
- os jornalistas podem sentir-se mais pressionados?						
- os jornalistas podem ficar mais sobrecargados?						
- os jornalistas podem trabalhar mais horas?						
- os jornalistas podem vir a receber uma compensação financeira?						
- os jornalistas podem ter um maior controlo sobre o processo de produção noticioso?						
- este maior controlo pode contribuir para uma melhor coerência do conteúdo informativo, visto que pode existir uma melhor conjugação entre a parte sonora (sobretudo a voz-off) e a parte visual?						
- os conteúdos noticiosos podem transmitir uma visão mais próxima do ambiente emocional vivido no local do acontecimento?						
- os jornalistas podem ver reduzidos e mesmo eliminados os tempos de espera que antes eram despendidos para montar os seus conteúdos informativos com os editores de imagem?						
- o processo de edição de vídeo realizado por jornalistas pode ser mais rápido, uma vez que não dependem da disponibilidade de terceiros para editar, nomeadamente dos editores de imagem?						
- porém, caso queiram e tenham disponibilidade para tal, os jornalistas podem dedicar mais tempo à edição de vídeo?						
- os jornalistas podem aumentar o número de conteúdos informativos produzidos por cada dia de trabalho?						
- os jornalistas podem efectuar alterações de última hora nos seus conteúdos noticiosos com mais facilidade?						
- os jornalistas podem actualizar os seus conteúdos noticiosos televisivos com maior frequência?						
- em termos estéticos, os jornalistas podem ver os conteúdos informativos perder qualidade: <i>Clip off</i> ou <i>Off</i> ou <i>Off2</i> > <i>Talking Head</i> (TH) ou “Boca”> Pequena peça > Reportagem >						
- com a prática, os jornalistas poderão melhorar a qualidade estética dos seus conteúdos noticiosos?						
- a figura do editor de imagem pode ser extinta da produção da informação diária?						

[continuação da questão anterior]	Impossível	Pouco provável	Provável	Muito provável	Certo	Não sei
- os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos mais exigentes, como sejam as reportagens mais importantes (informação diária) e as grandes reportagens (informação não-diária)?						

11. No seu caso particular, pelo facto de editar em vídeo os seus conteúdos informativos:

	Nunca	Raramente	Às vezes	Muitas vezes	Sempre	Não sei
- considera que efectuar esta função/tarefa é uma actividade gratificante, visto que “escreve” as suas estórias com sons e imagens?						
- passa mais tempo “fechado” na redacção do que no terreno a efectuar as tarefas de campo inerentes à sua actividade?						
- preocupa-se mais com a forma (estética) do que com o conteúdo (mensagem jornalística)?						
- vê os seus conteúdos informativos perderem qualidade noticiosa: <i>Clip off</i> ou <i>Off</i> ou <i>Off2</i> > <i>Talking Head</i> (TH) ou “Boca”> Pequena peça> Reportagem>						
- fica sobrecargado de trabalho?						
- trabalha mais horas?						
- recebe alguma compensação financeira?						
- tem um maior controlo sobre o processo de produção noticiosa?						
- esta prática contribui para uma melhor coerência dos seus conteúdos jornalísticos?						
- os conteúdos informativos podem transmitir uma visão mais próxima do ambiente emocional vivido no local do acontecimento?						
- vê reduzido e mesmo eliminado o tempo de espera que antes era despendido para montar os seus conteúdos informativos com um editor de imagem numa sala de edição?						
- o processo de edição de vídeo é mais rápido, uma vez que não depende de terceiros para editar?						
- quando tem tempo para tal, faz diversas experimentações de edição de vídeo, de forma a melhorar o conteúdo noticioso?						
- aumenta o número de conteúdos informativos produzidos por cada dia de trabalho?						
- consegue efectuar alterações de última hora nos seus conteúdos informativos com mais facilidade?						
- com que frequência actualiza os seus conteúdos informativos televisivos?						
- é avaliado pelo número de conteúdos noticiosos que produz?						
- é avaliado pela qualidade dos conteúdos jornalísticos produzidos?						
- em termos estéticos, os conteúdos informativos editados em vídeo por si perdem qualidade? <i>Clip off</i> ou <i>Off</i> ou <i>Off2</i> > <i>Talking Head</i> (TH) ou “Boca”> Pequena peça> Reportagem>						

12. Ainda pelo facto de editar em vídeo conteúdos jornalísticos televisivos:

	Sim	Talvez	Não	Não sei
- começa no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo jornalístico em imagens e sons (voz-off, vivos, som ambiente, ...)?				
- modificou a sua actuação no “terreno”, na medida em que a recolha de informação é mais selectiva, tendo sempre em mente o que irá usar na edição de vídeo?				
- começou a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos informativos?				
- tornou-o mais consciente das imagens e sons que necessita para transmitir o que pretende?				
- existe um maior envolvimento no trabalho dos repórteres de imagem?				

<Questionário – Jornalistas>

[continuação da questão anterior]	Sim	Talvez	Não	Não sei
- há uma melhor valorização do trabalho dos repórteres de imagem?				
- quando os seus conteúdos noticiosos são montados por editores de imagem: - os conhecimentos que possui sobre a edição de vídeo ajudam-no a estruturar melhor esses conteúdos?				
- presta mais atenção ao seu trabalho, com vista a adquirir mais conhecimentos sobre a edição de vídeo?				
- há uma interacção mais eficiente entre si e esses profissionais?				
- aumenta a sua participação na edição de vídeo?				

13. Como vê o trabalho dos editores de imagem no contexto da produção jornalística televisiva?

Nada fundamental Pouco fundamental Indeciso Fundamental Muito fundamental

14. Como considera os conhecimentos adquiridos com os editores de imagem acerca da edição de vídeo?

Nada importante Pouco importante Indeciso Importante Muito importante

15. Para exercer a edição de vídeo de conteúdos noticiosos teve formação? Sim Não

16. Se respondeu sim, qual o contexto dessa formação? (pode assinalar mais do que uma opção)

- Formação superior - Universidade/ Politécnico
 ↳ Como considera a formação obtida: Insuficiente Suficiente Mais do que suficiente Não sei
- Formação profissional dada por empresas externas de formação, como o CENJOR
 ↳ Como considera a formação obtida: Insuficiente Suficiente Mais do que suficiente Não sei
- Formação em contexto de trabalho, facultada pelo próprio operador televisivo
 ↳ Como considera a formação obtida: Insuficiente Suficiente Mais do que suficiente Não sei
- Outro. Qual? _____
 ↳ Como considera a formação obtida: Insuficiente Suficiente Mais do que suficiente Não sei

17. Com que frequência participa em acções de formação sobre a edição de vídeo de conteúdos noticiosos?

Nunca Raramente Ocasionalmente Periodicamente

18. Se não respondeu “Nunca”, qual o contexto dessa formação? (pode assinalar mais do que uma opção)

- Formação em contexto de trabalho, fornecida pelo próprio operador televisivo
 Formação profissional, dada por empresas externas de formação, como o CENJOR
 Outro (s). Qual(ais)? _____

19. Quando edita em vídeo conteúdos informativos, as suas dificuldades manifestam-se nas seguintes situações:

	Sempre	Muitas vezes	Às vezes	Raramente	Nunca	Não sei
- na identificação de imagens que não estão em conformidade com as exigências televisivas?						
- na selecção e ordenação dos planos mais indicados para transmitir o que pretende?						
- na ligação de planos de forma a obter determinados sentidos jornalísticos?						
- na aplicação das diversas técnicas e regras de montagem (<i>rac-cord</i> ; regra dos 180 graus; regra dos 30 graus; ...)?						
- na construção de narrativas adaptadas aos diversos géneros jornalísticos televisivos?						
- na utilização dos equipamentos audiovisuais disponibilizados na redacção para editar em vídeo?						
- no uso do <i>software</i> de edição de vídeo?						
- no tratamento da componente de áudio (<i>voz-off</i> ; som ambiente; efeitos de som)?						
- na construção do texto, que irá dar origem à <i>voz-off</i> , em função das imagens disponíveis?						
- na gestão do tempo que tem disponível para editar em vídeo?						
- na estruturação do conteúdo informativo?						

- Outras dificuldades. Quais: _____.

Muito obrigado pela sua valiosa colaboração.

Anexo 2
Questionário aplicado aos repórteres de imagem da SIC

QUESTIONÁRIO – REPÓRTERES DE IMAGEM

APRESENTAÇÃO DO ESTUDO

O meu nome é Carlos Canelas e, no âmbito do doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, a decorrer nas Universidades de Aveiro e Porto, estou a desenvolver uma tese intitulada: «*O Binómio Jornalista-Editor de Vídeo na Produção de Conteúdos Noticiosos Televisivos: causas e consequências*», sob a orientação científica do *Prof. Doutor* Jorge Ferraz de Abreu (Universidade de Aveiro) e do *Prof. Doutor* Jacinto Godinho (Universidade Nova de Lisboa).

Com o desenvolvimento desta tese de doutoramento, pretendemos atingir os seguintes objectivos: apurar e entender quais as causas que contribuem para que os jornalistas executem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos; averiguar e analisar as consequências, tanto as positivas como as negativas, desta mudança profissional; identificar e perceber as dificuldades que os telejornalistas manifestam quando desempenham esta função/ tarefa; verificar se as questões da edição de vídeo da informação televisiva estão a ser abordadas nas estruturas curriculares dos cursos superiores de Jornalismo (outras dominações: Comunicação Social e Ciências da Comunicação e da Informação: ramo jornalismo); e determinar e, posteriormente, apontar os conhecimentos teóricos e práticos que os jornalistas televisivos devem possuir para realizarem esta função/ tarefa de uma forma adequada.

É com vista à concretização de alguns destes objectivos que estou a contactá-lo(a), pedindo-lhe que tenha a amabilidade de responder ao presente questionário, constituído por 2 páginas. As informações recolhidas são anónimas e o seu tratamento e apresentação apenas contemplará a globalidade dos dados.

Desde já, agradeço toda a colaboração prestada.

Carlos Canelas | e-mail: carlos.canelas@ipg.pt | telm.: 96 XXX XX XX

1. **Género:** Feminino Masculino (assinale a sua resposta com um X)

2. **Idade:** ____ anos.

3. **Há quanto tempo é repórter de imagem no presente operador de televisão?** ____ anos.

4. **Qual o seu nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?** Discordo totalmente Discordo Indeciso Concordo Concordo totalmente

Porquê? _____

5. **Indique quais as causas que, na sua opinião, contribuem para os telejornalistas editarem em vídeo conteúdos informativos:**

	Sim	Talvez	Não	Não sei
Por imposição das chefias, com o propósito de:				
- agilizar o processo de produção jornalístico				
- reduzir o tempo total gasto na produção de cada conteúdo informativo				
- reduzir os tempos de espera despendidos pelos jornalistas para montar em vídeo com os editores de imagem nas salas de edição/montagem				
- colmatar a falta de editores de imagem				
- aumentar a quantidade de conteúdos informativos produzidos				
- melhorar a qualidade dos conteúdos noticiosos				
- reduzir os custos de produção de concepção de conteúdos jornalísticos				
- despedir editores de imagem				
- não contratar mais editores de imagem				
- não instalar mais salas de edição de vídeo/montagem				
- rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos tecnológicos existentes				
- rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos humanos existentes				
- os jornalistas produzirem mais conteúdos noticiosos				
- os jornalistas actualizarem os seus conteúdos informativos com maior frequência				
- os jornalistas efectuarem alterações de última hora com mais facilidade				
- os jornalistas disponibilizarem os conteúdos noticiosos com a maior brevidade possível				
- libertar os editores de imagem para trabalhos jornalísticos que exigem uma edição de vídeo mais cuidada				
- satisfazer as actuais necessidades informativas das suas audiências				
Ao surgimento do Canal de 24 horas de notícias, porque:				
- houve a necessidade de aumentar a produção noticiosa, na medida em que surgiram mais serviços informativos e, com efeito, mais horários para preencher com conteúdos noticiosos				
- nos dias que correm, para que uma redacção noticiosa produza conteúdos informativos suficientes para “alimentar” um canal de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns desses conteúdos sejam editados por jornalistas				
Aos avanços tecnológicos, nomeadamente:				
- a disponibilização nas redacções de um programa informático de edição de vídeo com interfaces amigáveis e de uso simples, mas com as ferramentas necessárias para que os jornalistas editem em vídeo os seus conteúdos informativos				
- ao uso de servidores de vídeo, como suporte de armazenamento de vídeo, permitindo aos jornalistas acederem ao material audiovisual a partir dos seus próprios computadores de trabalho				
Devido à concorrência, designadamente:				
- outros canais televisivos portugueses de 24 horas de notícias				
- outros canais generalistas televisivos portugueses				
- outros canais de televisão portugueses transmitidos por cabo/satélite/IPTV/Web TV				
- outros canais internacionais de televisão de 24 horas de notícias				
- os novos <i>media</i> , nomeadamente os disponibilizados através da <i>Web</i>				
Os jornalistas começaram a chegar às redacções preparados, pelos estabelecimentos do ensino superior, para exercer a função/ tarefa de editar em vídeo.				

- **Enuncie outras causas/factores/razões que, no seu entender, fomentam esta mudança profissional:** _____

6. De forma a apurar as possíveis consequências resultantes de os telejornalistas exercerem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos, responda às seguintes questões:

Pelo facto de os jornalistas desempenharem a função/ tarefa de editar em vídeo:	Impossível	Pouco provável	Provável	Muito provável	Certo	Não sei
- os jornalistas podem ver os seus conteúdos informativos perder qualidade noticiosa: <i>Clip off</i> ou <i>Off</i> ou <i>Off2</i> > <i>Talking Head</i> (TH) ou “Boca”> Pequena peça > Reportagem >						
- os jornalistas podem ter um maior controlo sobre o processo de produção noticioso?						
- este maior controlo pode contribuir para uma melhor coerência do conteúdo informativo, visto que pode existir uma melhor conjugação entre a parte sonora (sobretudo a voz-off) e a parte visual?						
- os conteúdos noticiosos podem transmitir uma visão mais próxima do ambiente emocional vivido no local do acontecimento?						
- os jornalistas podem ver reduzidos e mesmo eliminados os tempos que são despendidos para montar os seus conteúdos informativos com os editores de imagem?						
- o processo de edição de vídeo realizado por jornalistas pode ser mais rápido, uma vez que não dependem da disponibilidade de terceiros para editar, nomeadamente dos editores de imagem?						
- porém, caso queiram e tenham disponibilidade para tal, os jornalistas podem dedicar mais tempo à edição de vídeo?						
- os jornalistas podem aumentar o número de conteúdos informativos produzidos por cada dia de trabalho?						
- os jornalistas podem efectuar alterações de última hora nos seus conteúdos noticiosos com mais facilidade?						
- os jornalistas podem actualizar os seus conteúdos noticiosos televisivos com maior frequência?						
- em termos estéticos, os jornalistas podem ver os conteúdos informativos perder qualidade: <i>Clip off</i> ou <i>Off</i> ou <i>Off2</i> > <i>Talking Head</i> (TH) ou “Boca”> Pequena peça> Reportagem>						
- com a prática, os jornalistas poderão melhorar a qualidade estética dos seus conteúdos noticiosos?						
- a figura do editor de imagem pode ser extinta da produção da informação diária?						
- podem ser despedidos editores de imagem?						
- podem ser contratados editores de imagem?						
- os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos mais exigentes, como sejam as reportagens mais importantes (informação diária) e as grandes reportagens (informação não-diária)?						
- os editores de imagem podem ser transferidos para outros serviços?						

7. Quando trabalha com jornalistas que editam em vídeo conteúdos informativos, considera que estes:

	Todos	A maior parte	Alguns	Poucos	Nenhum	Não sei
- valorizam mais o seu trabalho?						
- envolvem-se mais no seu trabalho?						
- estão mais conscientes das imagens e sons necessários para transmitirem o que pretende?						
- começaram a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos informativos?						

8. Quando sabe que o material audiovisual em bruto captado por si irá ser editado em vídeo por um jornalista, condiciona o seu trabalho? Nunca Raramente Às vezes Muitas vezes Sempre Não sei

Muito obrigado pela sua valiosa colaboração

Anexo 3
Questionário aplicado aos editores de imagem da SIC

QUESTIONÁRIO – EDITORES DE IMAGEM

APRESENTAÇÃO DO ESTUDO

O meu nome é Carlos Canelas e, no âmbito do doutoramento em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais, a decorrer nas Universidades de Aveiro e Porto, estou a desenvolver uma tese intitulada: «*O Binómio Jornalista-Editor de Vídeo na Produção de Conteúdos Noticiosos Televisivos: causas e consequências*», sob a orientação científica do *Prof. Doutor* Jorge Ferraz de Abreu (Universidade de Aveiro) e do *Prof. Doutor* Jacinto Godinho (Universidade Nova de Lisboa).

Com o desenvolvimento desta tese de doutoramento, pretendemos atingir os seguintes objectivos: apurar e entender quais as causas que contribuem para que os jornalistas executem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos; averiguar e analisar as consequências, tanto as positivas como as negativas, desta mudança profissional; identificar e perceber as dificuldades que os telejornalistas manifestam quando desempenham esta função/ tarefa; verificar se as questões da edição de vídeo da informação televisiva estão a ser abordadas nas estruturas curriculares dos cursos superiores de Jornalismo (outras dominações: Comunicação Social e Ciências da Comunicação e da Informação: ramo jornalismo); e determinar e, posteriormente, apontar os conhecimentos teóricos e práticos que os jornalistas televisivos devem possuir para realizarem esta função/ tarefa de uma forma adequada.

É com vista à concretização de alguns destes objectivos que estou a contactá-lo(a), pedindo-lhe que tenha a amabilidade de responder ao presente questionário, constituído por 2 páginas. As informações recolhidas são anónimas e o seu tratamento e apresentação apenas contemplará a globalidade dos dados.

Desde já, agradeço toda a colaboração prestada.

Carlos Canelas | e-mail: carlos.canelas@ipg.pt | telm.: 96 XXX XX XX

1. **Género:** Feminino Masculino (assinale a sua resposta com um X)

2. **Idade:** ____ anos.

3. **Há quanto tempo é editor(a) de imagem no presente operador de televisão?** ____ anos.

4. **Qual o seu nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?** Discordo totalmente Discordo Indeciso Concordo Concordo totalmente

Porquê? _____

5. **Quando viu os jornalistas a editarem em vídeo, sentiu o seu posto de trabalho colocado em causa?** Sim Não

6. **Indique quais as causas que, na sua opinião, contribuem para os telejornalistas editarem em vídeo conteúdos informativos:**

	Sim	Talvez	Não	Não sei
Por imposição das chefias, com o propósito de:				
- agilizar o processo de produção jornalístico				
- reduzir o tempo total gasto na produção de cada conteúdo informativo				
- reduzir os tempos de espera despendidos pelos jornalistas para montar em vídeo com os editores de imagem nas salas de edição/montagem				
- colmatar a falta de editores de imagem				
- aumentar a quantidade de conteúdos informativos produzidos				
- melhorar a qualidade dos conteúdos noticiosos				
- reduzir os custos de produção de concepção de conteúdos jornalísticos				
- despedir editores de imagem				
- não contratar mais editores de imagem				
- não instalar mais salas de edição de vídeo/montagem				
- rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos tecnológicos existentes				
- rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos humanos existentes				
- os jornalistas produzirem mais conteúdos noticiosos				
- os jornalistas actualizarem os seus conteúdos informativos com maior frequência				
- os jornalistas efectuarem alterações de última hora com mais facilidade				
- os jornalistas disponibilizarem os conteúdos noticiosos com a maior brevidade possível				
- libertar os editores de imagem para trabalhos jornalísticos que exigem uma edição de vídeo mais cuidada				
- satisfazer as actuais necessidades informativas das suas audiências				
Ao surgimento do Canal de 24 horas de notícias, porque:				
- houve a necessidade de aumentar a produção noticiosa, na medida em que surgiram mais serviços informativos e, com efeito, mais horários para preencher com conteúdos noticiosos				
- nos dias que correm, para que uma redacção noticiosa produza conteúdos informativos suficientes para “alimentar” um canal de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns desses conteúdos sejam editados por jornalistas				
Aos avanços tecnológicas, nomeadamente:				
- a disponibilização nas redacções de um programa informático de edição de vídeo com interfaces amigáveis e de uso simples, mas com as ferramentas necessárias para que os jornalistas editem em vídeo os seus conteúdos informativos				
- ao uso de servidores de vídeo, como suporte de armazenamento de vídeo, permitindo aos jornalistas acederem ao material audiovisual a partir dos seus próprios computadores de trabalho				
Devido à concorrência, designadamente:				
- outros canais televisivos portugueses de 24 horas de notícias				
- outros canais generalistas televisivos portugueses				
- outros canais de televisão portugueses transmitidos por cabo/satélite/IPTV/Web TV				
- outros canais internacionais de televisão de 24 horas de notícias				
- os novos <i>media</i> , nomeadamente os disponibilizados através da <i>Web</i>				
Os jornalistas começaram a chegar às redacções preparados, pelos estabelecimentos do ensino superior, para exercer a função/ tarefa de editar em vídeo.				

- **Enuncie outras causas/factores/razões que, no seu entender, fomentam esta mudança profissional:** _____

<Questionário – Editores de Imagem>

7. De forma a apurar as possíveis consequências resultantes de os telejornalistas exercerem a função/ tarefa de editar em vídeo conteúdos noticiosos, responda às seguintes questões:

Pelo facto de os jornalistas desempenharem a função/ tarefa de editar em vídeo:	Impossível	Pouco provável	Provável	Muito provável	Certo	Não sei
- os jornalistas podem ver os seus conteúdos informativos perder qualidade noticiosa: <i>Clip off ou Off ou Off2></i> <i>Talking Head (TH) ou “Boca”></i> Pequena peça > Reportagem >						
- os jornalistas podem ter um maior controlo sobre o processo de produção noticiosa?						
- este maior controlo pode contribuir para uma melhor coerência do conteúdo informativo, visto que pode existir uma melhor conjugação entre a parte sonora (sobretudo a voz-off) e a parte visual?						
- os conteúdos noticiosos podem transmitir uma visão mais próxima do ambiente emocional vivido no local do acontecimento?						
- os jornalistas podem ver reduzidos e mesmo eliminados os tempos que são despendidos para montar os seus conteúdos informativos com os editores de imagem?						
- o processo de edição de vídeo realizado por jornalistas pode ser mais rápido, uma vez que não dependem da disponibilidade de terceiros para editar, nomeadamente dos editores de imagem?						
- porém, caso queiram e tenham disponibilidade para tal, os jornalistas podem dedicar mais tempo à edição de vídeo?						
- os jornalistas podem aumentar o número de conteúdos informativos produzidos por cada dia de trabalho?						
- os jornalistas podem efectuar alterações de última hora nos seus conteúdos noticiosos com mais facilidade?						
- os jornalistas podem actualizar os seus conteúdos noticiosos televisivos com maior frequência?						
- em termos estéticos, os jornalistas podem ver os conteúdos informativos perder qualidade: <i>Clip off ou Off ou Off2></i> <i>Talking Head (TH) ou “Boca”></i> Pequena peça> Reportagem>						
- com a prática, os jornalistas poderão melhorar a qualidade estética dos seus conteúdos noticiosos?						
- a figura do editor de imagem pode ser extinta da produção da informação diária?						
- podem ser despedidos editores de imagem?						
- podem ser contratados editores de imagem?						
- os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos mais exigentes, como sejam as reportagens mais importantes (informação diária) e as grandes reportagens (informação não-diária)?						
- os editores de imagem podem ser transferidos para outros serviços?						

8. Quando trabalha com jornalistas que editam em vídeo conteúdos informativos, considera que estes:

	Sim	Talvez	Não	Não sei
- valorizam mais o seu trabalho?				
- prestam mais atenção ao seu trabalho, com vista a adquirir mais conhecimentos sobre esta função/ tarefa?				
- estruturam melhor os conteúdos noticiosos?				
- estão mais conscientes das imagens e sons necessários para transmitir o que pretende?				
- há uma interacção mais eficiente?				
- aumenta a sua participação na edição de vídeo?				

Muito obrigado pela sua valiosa colaboração.

Anexo 4
Quadros referentes aos *Resultados Introdutórios*

Quadro 1 - Qual o seu nível de concordância relativamente ao facto de os jornalistas editarem em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?

classes profissionais	discordo totalmente		discordo		indeciso		concordo		concordo totalmente	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	7	17,1	1	2,4	27	65,9	6	14,6
repórteres de imagem	-	-	-	-	4	26,7	8	53,3	3	20,0
editores de imagem	-	-	8	61,5	3	23,1	2	15,4	-	-
TOTAIS	-	-	15	21,7	8	11,6	37	53,5	9	13,0

Quadro 2 - Talking heads editados em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

escalação etário	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	14	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	13	81,3	1	6,3	2	12,5	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	2	25,0	2	25,0	1	12,5	-	-	-	-
não definiu a idade	3	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	33	80,5	3	7,3	4	9,8	1	2,4	-	-	-	-

Quadro 3 - Talking heads editados em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

género	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	18	78,3	3	13,0	2	8,7	-	-	-	-	-	-
masculino	14	82,4	-	-	2	11,8	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	33	80,5	3	7,3	4	9,8	1	2,4	-	-	-	-

Quadro 4 - Clips off editados em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

escalaço etário	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	14	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	13	81,3	1	6,3	2	12,5	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	2	25,0	2	25,0	1	12,5	-	-	-	-
não definiu a idade	3	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	33	80,5	3	7,3	4	9,8	1	2,4	-	-	-	-

Quadro 5 - Clips off editados em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

género	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	18	78,3	3	13,0	2	8,7	-	-	-	-	-	-
masculino	14	82,4	-	-	2	11,8	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	33	80,5	3	7,3	4	9,8	1	2,4	-	-	-	-

Quadro 6 - Pequenas peças noticiosas editadas em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

escalaço etário	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	11	78,6	1	7,1	2	4,3	-	-	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	10	62,5	1	6,3	4	25,0	1	6,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	25,0	1	12,5	2	25,0	1	12,5	2	25,0	-	-
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	24	58,5	4	9,8	9	22,0	2	4,9	2	4,9	-	-

Quadro 7 - Pequenas peças noticiosas editadas em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

género	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	14	60,9	2	8,7	5	21,7	-	-	2	8,7	-	-
masculino	10	58,8	1	5,9	4	23,5	2	11,8	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	24	58,5	4	9,8	9	22,0	2	4,9	2	4,9	-	-

Quadro 8 - Reportagens editadas em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

escalação etário	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	4	28,6	3	21,4	2	14,3	3	21,4	2	14,3	-	-
dos 30 aos 39 anos	3	18,8	3	18,8	-	-	4	25,0	4	25,0	2	12,5
40 ou mais anos	-	-	1	12,5	1	12,5	-	-	5	62,5	1	12,5
não definiu a idade	1	33,3	-	-	-	-	-	-	2	66,7	-	-
TOTAIS	8	19,5	7	17,1	3	7,3	7	17,1	13	31,7	3	7,3

Quadro 9 - Reportagens editadas em vídeos pelos jornalistas inquiridos?

género	todos		a maior parte		alguns		poucos		nenhum		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	4	17,4	3	13,0	2	8,7	3	13,0	8	34,8	3	13,0
masculino	4	23,5	4	23,5	1	5,9	4	23,5	4	23,5	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-
TOTAIS	8	19,5	7	17,1	3	7,3	7	17,1	13	31,7	3	7,3

Anexo 5

Quadros referentes aos resultados relativos às *Causas*
segmentados por classes profissionais

Quadro 1 - Os jornalistas editam em vídeo devido aos avanços tecnológicos, nomeadamente a disponibilização de um editor de vídeo com uma interface amigável e de uso simples?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	33	80,5	5	12,2	1	2,4	1	2,4	1	2,4
repórteres de imagem	13	86,7	1	6,7	-	-	1	6,7	-	-
editores de imagem	7	53,8	3	23,1	3	23,1	-	-	-	-
TOTAIS	53	76,8	9	13,0	4	5,8	2	2,9	1	1,4

Quadro 2 - Os jornalistas editam em vídeo devido aos avanços tecnológicos, nomeadamente à instalação de servidores de vídeo na redação televisiva?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	35	85,4	6	14,6	-	-	-	-	-	-
repórteres de imagem	13	86,7	1	6,7	-	-	1	6,7	-	-
editores de imagem	10	76,9	2	15,4	-	-	1	7,7	-	-
TOTAIS	58	84,1	9	13,0	-	-	2	2,9	-	-

Quadro 3 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de melhorar a qualidade dos conteúdos noticiosos televisivos?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	2	4,9	4	9,8	34	82,9	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	2	13,3	1	6,7	10	66,7	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	-	-	-	-	13	100	-	-	-	-
TOTAIS	4	5,8	5	7,2	57	82,6	1	1,4	2	2,9

Quadro 4 - Os jornalistas televisivos editam em vídeo devido ao surgimento do canal de 24 horas de informação, porque houve a necessidade de aumentar a produção noticiosa televisiva?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	33	80,5	6	14,6	1	2,4	1	2,4	-	-
repórteres de imagem	9	60,0	5	33,3	1	6,7	-	-	-	-
editores de imagem	10	76,9	2	15,4	1	7,7	-	-	-	-
TOTAIS	52	75,4	13	18,8	3	4,3	1	1,4	-	-

Quadro 5 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de agilizar o processo de produção de conteúdos jornalísticos televisivos?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	36	87,8	3	7,3	1	2,4	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	11	73,3	1	6,7	2	13,3	-	-	1	6,7
editores de imagem	6	46,2	4	30,8	3	23,1	-	-	-	-
TOTAIS	53	76,8	8	11,6	6	8,7	-	-	2	2,9

Quadro 6 - No contexto do canal de 24 horas de notícias, é um imperativo que alguns dos conteúdos informativos sejam editados em vídeo por jornalistas?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	32	78,0	4	9,8	3	7,3	2	4,9	-	-
repórteres de imagem	9	60,0	5	33,3	-	-	1	6,7	-	-
editores de imagem	6	46,2	3	23,1	4	30,8	-	-	-	-
TOTAIS	47	68,1	12	17,4	7	10,1	3	4,3	-	-

Quadro 7 - Esta medida foi implementada com o propósito de os jornalistas disponibilizarem os conteúdos noticiosos televisivos com a maior brevidade possível?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	32	78,0	5	12,2	3	7,3	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	9	60,0	4	26,7	1	6,7	-	-	1	6,7
editores de imagem	6	46,2	3	23,1	3	23,1	1	7,7	-	-
TOTAIS	47	68,1	12	17,4	7	10,1	1	1,4	2	2,9

Quadro 8 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de reduzir os tempos de espera despendidos pelos jornalistas para montar com os editores de imagem nas salas de montagem?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	30	73,2	9	22,0	2	4,8	-	-	-	-
repórteres de imagem	4	26,7	6	40,0	4	26,7	-	-	1	6,7
editores de imagem	6	46,2	1	7,7	6	46,2	-	-	-	-
TOTAIS	40	58,0	16	23,2	12	17,4	-	-	1	1,4

Quadro 9 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de aumentar a quantidade de conteúdos informativos produzidos pela redação?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	31	75,6	4	9,8	5	12,2	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	7	46,7	2	13,3	2	13,3	2	13,3	2	13,3
editores de imagem	7	53,8	3	23,1	3	23,1	-	-	-	-
TOTAIS	45	65,2	9	13,0	10	14,5	2	2,9	3	4,3

Quadro 10 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de os telejornalistas produzirem mais conteúdos noticiosos?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	29	70,7	6	14,6	5	12,2	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	8	53,3	4	26,7	2	13,3	-	-	1	6,7
editores de imagem	4	30,8	2	15,4	5	38,5	2	15,4	-	-
TOTAIS	41	59,4	12	17,4	12	17,4	2	2,9	2	2,9

Quadro 11 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de os jornalistas atualizarem os seus conteúdos informativos com maior frequência?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	20	48,8	12	29,3	8	19,5	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	7	46,7	2	13,3	5	33,3	-	-	1	6,7
editores de imagem	2	15,4	5	38,5	6	46,2	-	-	-	-
TOTAIS	29	42,0	19	27,5	19	27,5	-	-	2	2,9

Quadro 12 - Esta medida foi implementada com o propósito de os jornalistas efetuarem alterações de última hora com mais facilidade?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	25	61,0	7	17,1	7	17,1	1	2,4	1	2,4
repórteres de imagem	7	46,7	3	20,0	3	20,0	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	4	30,8	3	23,1	6	46,2	-	-	-	-
TOTAIS	36	52,2	13	18,8	16	23,2	2	2,9	2	2,9

Quadro 13 - Esta medida foi implementada com o propósito de reduzir os custos de produção jornalística televisiva?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	28	68,3	9	22,0	3	7,3	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	11	73,3	1	6,7	1	6,7	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	10	76,9	2	15,4	1	7,7	-	-	-	-
TOTAIS	49	71,0	12	17,4	5	7,2	1	1,4	2	2,9

Quadro 14 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de despedir editores de imagem?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	6	14,6	12	29,3	15	36,6	8	19,5	-	-
repórteres de imagem	1	6,7	8	53,3	4	26,7	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	4	30,8	6	46,2	2	15,4	1	7,7	-	-
TOTAIS	11	15,9	26	37,7	21	30,4	10	14,5	1	1,4

Quadro 15 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos humanos existentes?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	23	56,1	12	29,3	3	7,3	2	4,9	1	2,4
repórteres de imagem	8	53,3	4	26,7	1	6,7	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	4	30,8	5	38,5	4	30,8	-	-	-	-
TOTAIS	35	50,7	21	30,4	8	11,6	3	4,3	2	2,9

Quadro 16 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de não contratar editores de imagem?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	13	31,7	14	34,1	7	17,1	7	17,1	-	-
repórteres de imagem	5	33,3	6	40,0	2	13,3	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	7	53,8	6	46,2	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	25	36,2	26	37,7	9	13,0	8	11,6	1	1,4

Quadro 17 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de não instalar mais salas de edição de vídeo?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	13	31,7	16	39,0	8	19,5	4	9,8	-	-
repórteres de imagem	5	33,3	4	26,7	3	20,0	2	13,3	1	6,7
editores de imagem	2	15,4	8	61,5	2	15,4	1	7,7	-	-
TOTAIS	20	29,0	28	40,6	13	18,8	7	10,1	1	1,4

Quadro 18 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de libertar os editores de imagem para trabalhos jornalísticos que exigem uma edição mais cuidada?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	21	51,2	12	29,3	5	12,2	2	4,9	1	2,4
repórteres de imagem	8	53,3	4	26,7	1	6,7	-	-	2	13,3
editores de imagem	6	46,2	4	30,8	3	23,1	-	-	-	-
TOTAIS	35	50,7	20	29,0	9	13,0	2	2,9	3	4,3

Quadro 19 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de rentabilizar de uma forma mais eficiente os recursos tecnológicos existentes?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	29	70,7	9	22,0	1	2,4	1	2,4	1	2,4
repórteres de imagem	8	53,3	5	33,3	-	-	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	5	38,5	4	30,8	4	30,8	-	-	-	-
TOTAIS	42	60,9	18	26,1	5	7,2	2	2,9	2	2,9

Quadro 20 - Esta medida foi implementada pelas chefias com o propósito de satisfazer as atuais necessidades informativas das suas audiências?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	12	29,3	14	34,1	9	22,0	5	12,2	1	2,4
repórteres de imagem	2	13,3	4	26,7	5	33,3	2	13,3	2	13,3
editores de imagem	3	23,1	3	23,1	6	46,2	1	7,7	-	-
TOTAIS	17	24,6	21	30,4	20	29,0	8	11,6	3	4,3

Quadro 21 - Os jornalistas editam em vídeo devido à concorrência, nomeadamente os outros canais televisivos portugueses de 24 horas de notícias?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	16	39,0	14	34,1	9	22,0	2	4,9	-	-
repórteres de imagem	7	46,7	4	26,7	3	20,0	1	6,7	-	-
editores de imagem	8	61,5	2	15,4	3	23,1	-	-	-	-
TOTAIS	31	44,9	20	29,0	15	21,7	3	4,3	-	-

Quadro 22 - Os jornalistas editam em vídeo devido à concorrência, nomeadamente os outros canais generalistas televisivos portugueses?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	9	22,0	17	41,5	11	26,8	2	4,9	2	4,9
repórteres de imagem	4	26,7	3	20,0	7	46,7	1	6,7	-	-
editores de imagem	2	15,4	3	23,1	8	61,5	-	-	-	-
TOTAIS	15	21,7	23	33,3	26	37,7	3	4,3	2	2,9

Quadro 23 - Os jornalistas editam em vídeo devido à concorrência, nomeadamente os outros canais televisivos transmitidos por cabo/ satélite/ IPTV/ Web TV?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	6	14,6	16	39,0	11	26,8	5	12,2	3	7,3
repórteres de imagem	2	13,3	5	33,3	5	33,3	3	20,0	-	-
editores de imagem	3	23,1	4	30,8	6	46,2	-	-	-	-
TOTAIS	11	15,9	25	36,2	22	31,9	8	11,6	3	4,3

Quadro 24 - Os jornalistas editam em vídeo devido a concorrência, nomeadamente os outros canais televisivos internacionais de 24 horas de notícias?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	6	14,6	12	29,3	16	39,0	4	9,8	3	7,3
repórteres de imagem	3	20,0	5	33,3	7	46,7	-	-	-	-
editores de imagem	2	15,4	4	30,8	6	46,2	1	7,7	-	-
TOTAIS	11	15,9	21	30,4	29	42,0	5	7,2	3	4,3

Quadro 25 - Os jornalistas editam em vídeo devido à concorrência, nomeadamente os novos *media* noticiosos, designadamente os disponibilizados através da *Web*?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	12	29,3	15	36,6	11	26,8	2	4,9	1	2,4
repórteres de imagem	4	26,7	6	40,0	4	26,7	1	6,7	-	-
editores de imagem	5	38,5	4	30,8	4	30,8	-	-	-	-
TOTAIS	21	30,4	25	36,2	19	27,5	3	4,3	1	1,4

Quadro 26 - Os jornalistas começaram a chegar às redações preparados, pelos estabelecimentos de ensino superior, para editar em vídeo conteúdos noticiosos televisivos?

classes profissionais	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	3	7,3	6	14,6	27	65,9	3	7,3	2	4,9
repórteres de imagem	2	13,3	3	20,0	8	53,3	1	6,7	1	6,7
editores de imagem	-	-	3	23,1	9	69,2	-	-	1	7,7
TOTAIS	5	7,2	12	17,4	44	63,8	4	5,8	4	5,8

Anexo 6

Quadros referentes aos resultados relativos às *Consequências*
segmentados por classes profissionais

**Quadro 1 - Os *talking heads* editados em vídeo
pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?**

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	2	4,9	28	68,3	6	14,6	2	4,9	1	2,4	-	-	2	4,9
repórteres de imagem	2	13,3	10	66,7	2	13,3	-	-	1	6,7	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	6	46,2	5	38,5	1	7,7	1	7,7	-	-	-	-
TOTAIS	4	5,8	44	63,8	13	18,8	3	4,3	3	4,3	-	-	2	2,9

**Quadro 2 - Os *clips off* editados em vídeo
pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?**

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	3	7,3	24	58,5	7	17,1	4	9,8	1	2,4	-	-	2	4,9
repórteres de imagem	1	6,7	11	73,3	-	-	2	13,3	1	6,7	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	2	15,4	6	46,2	3	23,1	2	15,4	-	-	-	-
TOTAIS	4	5,8	37	53,6	13	18,8	9	13,0	4	5,8	-	-	2	2,9

**Quadro 3 - As pequenas peças noticiosas editadas em vídeo
pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade informativa?**

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	17	41,5	14	34,1	5	12,2	2	4,9	-	-	3	7,3
repórteres de imagem	1	6,7	8	53,3	3	20,0	1	6,7	2	13,3	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	-	-	3	23,1	5	38,5	5	38,5	-	-	-	-
TOTAIS	1	1,4	25	36,2	20	29,0	11	15,9	9	13,0	-	-	3	4,3

Quadro 4 - As reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade noticiosa?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	10	24,4	10	24,4	8	19,5	10	24,4	-	-	3	7,3
repórteres de imagem	1	6,7	4	26,7	2	13,3	4	26,7	3	20,0	1	6,7	-	-
editores de imagem	-	-	-	-	-	-	-	-	13	100	-	-	-	-
TOTAIS	1	1,4	14	20,3	12	17,4	12	17,4	26	37,7	1	1,4	3	4,3

Quadro 5 - Os *talking heads* editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	30	73,2	6	14,6	3	7,3	-	-	-	-	2	4,9
repórteres de imagem	1	6,7	6	40,0	7	46,7	-	-	1	6,7	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	3	23,1	5	38,5	-	-	5	38,5	-	-	-	-
TOTAIS	1	1,4	39	56,5	18	26,1	3	4,3	6	8,7	-	-	2	2,9

Quadro 6 - Os *clips off* editados em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	26	63,4	9	22,0	3	7,3	2	4,9	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	1	6,7	6	40,0	6	40,0	1	6,7	1	6,7	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	1	7,7	4	30,8	1	7,7	7	53,8	-	-	-	-
TOTAIS	1	1,4	33	47,8	19	27,5	5	7,2	10	14,5	-	-	1	1,4

Quadro 7 - As pequenas peças noticiosas editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	11	26,8	16	39,0	8	19,5	4	9,8	-	-	2	4,9
repórteres de imagem	-	-	4	26,7	6	40,0	2	13,3	3	20,0	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	-	-	2	15,4	2	15,4	9	69,2	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	15	21,7	24	34,8	12	17,4	16	23,1	-	-	2	2,9

Quadro 8 - As reportagens editadas em vídeo pelos jornalistas televisivos podem perder qualidade formal?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	5	12,2	7	17,1	12	29,3	15	36,6	-	-	2	4,9
repórteres de imagem	-	-	3	20,0	3	20,0	3	20,0	5	33,3	1	6,7	-	-
editores de imagem	-	-	-	-	-	-	-	-	13	100	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	8	11,6	10	14,5	15	21,7	33	47,8	1	1,4	2	2,9

Quadro 9 - Com a prática, os jornalistas televisivos poderão aumentar a qualidade formal dos seus conteúdos noticiosos televisivos?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	1	2,4	4	9,8	15	36,6	8	19,5	12	29,3	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	-	-	2	13,3	9	60,0	3	20,0	1	6,3	-	-	-	-
editores de imagem	2	15,4	4	30,8	6	46,2	1	7,7	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	3	4,3	10	14,5	30	43,5	12	17,4	13	18,8	-	-	1	1,4

Quadro 10 - Pelo facto de os jornalistas editarem em vídeo, vê reduzidos e mesmo eliminados os tempos de espera despendidos para montar em vídeo os seus conteúdos noticiosos televisivos com os editores de imagem?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	5	12,2	18	43,9	6	14,6	10	24,4	1	2,4	1	2,4
repórteres de imagem	-	-	4	26,7	7	46,7	1	6,7	3	20,0	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	7	53,8	5	38,5	1	7,7	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	16	23,2	30	43,5	8	11,6	13	18,8	1	1,4	1	1,4

Quadro 11 - Por editarem em vídeo, o processo de montagem é mais rápido, uma vez que os jornalistas televisivos não dependem da disponibilidade dos editores de imagem?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	6	14,6	13	31,7	8	19,5	13	31,7	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	1	6,7	2	13,3	8	53,3	2	13,3	2	13,3	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	6	46,2	4	30,8	2	15,4	1	7,7	-	-	-	-
TOTAIS	1	1,4	14	20,3	25	36,2	12	17,4	16	23,2	-	-	1	1,4

Quadro 12 - Caso queiram e tenham disponibilidade para tal, os jornalistas televisivos podem dedicar mais tempo à edição de vídeo?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	11	26,8	19	46,3	5	12,2	4	9,8	1	2,4	1	2,4
repórteres de imagem	-	-	4	26,7	3	20,0	5	33,3	2	13,3	1	6,7	-	-
editores de imagem	1	7,7	2	15,4	4	30,8	2	15,4	3	23,1	-	-	1	7,7
TOTAIS	1	1,4	17	24,6	26	37,7	12	17,4	9	13,0	2	2,9	2	2,9

Quadro 13 - Os conteúdos noticiosos montados em vídeo pelos telejornalistas podem transmitir uma visão mais próxima do ambiente emocional vivido nos locais dos acontecimentos?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	5	12,2	21	51,2	7	17,1	4	9,8	1	2,4	1	2,4	2	4,9
repórteres de imagem	-	-	9	60,0	3	20,0	1	6,7	2	13,3	-	-	-	-
editores de imagem	1	7,7	6	46,2	4	30,8	2	15,4	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	6	8,7	36	52,2	14	20,3	7	10,1	3	4,3	1	1,4	2	2,9

Quadro 14 - Por editarem em vídeo, os jornalistas televisivos podem ter um maior controlo sobre o processo de produção informativa?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	10	24,4	19	46,3	4	9,8	6	14,6	-	-	2	4,9
repórteres de imagem	-	-	5	33,3	4	26,7	3	20,0	2	13,3	1	6,7	-	-
editores de imagem	-	-	5	38,5	4	30,8	-	-	4	30,8	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	20	29,0	27	39,1	7	10,1	12	17,4	1	1,4	2	2,9

Quadro 15 - Este maior controlo pode contribuir para uma melhor coerência do conteúdo informativo televisivo, uma vez que pode existir uma melhor coerência entre a parte sonora (sobretudo da voz-off) e parte visual?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	7	17,1	19	46,3	8	19,5	4	9,8	2	4,9	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	-	-	8	53,3	4	26,7	2	13,3	-	-	1	6,7	-	-
editores de imagem	3	23,1	8	61,5	1	7,7	1	7,7	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	10	14,5	35	50,7	13	18,8	7	10,1	2	2,9	1	1,4	1	1,4

Quadro 16 - Por editarem em vídeo, os jornalistas televisivos podem efetuar alterações de última hora nos seus conteúdos noticiosos com mais facilidade?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	2	4,9	11	26,8	11	26,8	16	39,0	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	-	-	3	20,0	3	20,0	3	20,0	6	40,0	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	1	7,7	9	69,2	1	7,7	2	15,4	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	6	8,7	23	33,3	15	21,7	24	34,8	-	-	1	1,4

Quadro 17 - Por editarem em vídeo, os jornalistas televisivos podem atualizar os seus conteúdos noticiosos televisivos com maior frequência?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	1	2,4	16	39,0	8	19,5	15	36,6	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	-	-	3	20,0	4	26,7	4	26,7	4	26,7	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	2	15,4	6	46,2	2	15,4	3	23,1	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	6	8,7	26	37,7	14	20,3	22	31,9	-	-	1	1,4

Quadro 18 - Por editarem em vídeo, os jornalistas televisivos podem aumentar o número de conteúdos informativos televisivos produzidos por cada dia de trabalho?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	1	2,4	16	39,0	9	22,0	14	34,1	-	-	1	2,4
repórteres de imagem	1	6,7	3	20,0	4	26,7	2	13,3	5	33,3	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	4	30,8	2	15,4	2	15,4	5	38,5	-	-	-	-
TOTAIS	1	1,4	8	11,6	22	31,9	13	18,8	24	34,8	-	-	1	1,4

Quadro 19 - A figura do editor de imagem pode ser extinta do processo de produção da informação televisiva diária?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	17	41,5	13	31,7	4	9,8	2	4,9	1	2,4	3	7,3	1	2,4
repórteres de imagem	5	33,3	6	40,0	1	6,7	3	20,0	-	-	-	-	-	-
editores de imagem	6	46,2	5	38,5	2	15,4	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	28	40,6	24	34,8	7	10,1	5	7,2	1	1,4	3	4,3	1	1,4

Quadro 20 - Os editores de imagem podem ser libertados para trabalhos jornalísticos televisivos mais exigentes?

classes profissionais	impossível		pouco provável		provável		muito provável		certo		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
jornalistas	-	-	2	4,9	12	29,3	16	39,0	10	24,4	1	2,4	-	-
repórteres de imagem	-	-	1	6,7	5	33,3	4	26,7	5	33,3	-	-	-	-
editores de imagem	-	-	1	7,7	5	38,5	4	30,8	3	23,1	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	4	5,8	22	31,9	24	34,8	18	26,1	1	1,4	-	-

Anexo 7

Quadros referentes aos resultados relativos às *Consequências*
respostas dos jornalistas segmentadas por escalões etários

Quadro 1 - Pelo facto de editar em vídeo, passa mais tempo “fechado” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à sua atividade?

escalaão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	2	14,3	2	14,3	4	28,6	6	42,9	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	1	6,3	1	6,3	5	31,3	7	43,8	2	12,5	-	-	-	-
40 ou mais anos	1	12,5	2	25,0	1	12,5	3	37,5	1	12,5	-	-	-	-
não definiu a idade	-	-	-	-	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	5	12,2	9	22,0	16	39,0	9	22,0	-	-	-	-

Quadro 2 - Considera que os *talking heads* editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

escalaão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	5	35,7	6	42,9	2	14,3	-	-	1	7,1	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	5	31,3	8	50,0	3	18,8	-	-	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	2	25,0	1	12,5	-	-	-	-	-	-	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	14	34,1	18	43,9	6	14,6	-	-	1	2,4	-	-	2	4,9

Quadro 3 - Considera que os *clips off* editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

escalaão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	5	35,7	5	35,7	3	21,4	-	-	1	7,1	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	4	25,0	7	43,8	4	25,0	-	-	-	-	1	6,3	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	3	37,5	2	25,0	-	-	-	-	-	-	-	-
não definiu a idade	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	13	31,7	17	41,5	9	22,0	-	-	1	2,4	1	2,4	-	-

Quadro 4 - Considera que as pequenas peças jornalísticas editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

escalon etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	2	14,3	4	28,6	6	42,9	1	7,1	1	7,1	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	5	31,3	5	31,3	4	25,0	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	33,3	1	16,7	1	16,7	-	-	-	-	-	-	2	33,3
não definiu a idade	-	-	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	6	15,4	11	28,2	13	33,3	6	15,4	1	2,6	-	-	2	5,1

Quadro 5 - Considera que as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

escalon etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	2	16,7	2	16,7	2	16,7	3	25,0	2	16,7	1	8,3	-	-
dos 30 aos 39 anos	-	-	4	40,0	3	30,0	2	20,0	1	10,0	-	-	-	-
40 ou mais anos	1	50,0	-	-	-	-	1	50,0	-	-	-	-	-	-
não definiu a idade	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	3	12,0	7	28,0	5	20,0	6	24,0	3	12,0	1	4,0	-	-

Quadro 6 - No seu entender, os *talking heads* editados em vídeo por si perdem qualidade formal?

escalon etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	4	28,6	7	50,0	1	7,1	-	-	1	7,1	-	-	1	7,1
dos 30 aos 39 anos	4	25,0	10	62,5	2	12,5	-	-	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	3	37,5	-	-	-	-	-	-	-	-	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	12	29,3	22	53,7	3	7,3	-	-	1	2,4	-	-	3	7,3

Quadro 7 - No seu entender, os *clips off* editados em vídeo por si perdem qualidade formal?

escalação etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	5	35,7	5	35,7	-	-	3	21,4	-	-	1	7,1
dos 30 aos 39 anos	1	6,3	6	37,5	5	31,3	4	25,0	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	33,3	1	16,7	2	33,3	-	-	-	-	-	-	1	16,7
não definiu a idade	-	-	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	3	7,7	13	33,3	13	33,3	5	12,8	3	7,7	-	-	2	5,1

Quadro 8 - No seu entender, as pequenas peças noticiosas editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?

escalação etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	5	35,7	5	35,7	-	-	3	21,4	-	-	1	7,1
dos 30 aos 39 anos	1	6,3	6	37,5	5	31,3	4	25,0	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	33,3	1	16,7	2	33,3	-	-	-	-	-	-	1	33,3
não definiu a idade	-	-	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	3	7,7	13	33,3	13	33,3	5	12,8	3	7,7	-	-	2	5,1

Quadro 9 - No seu entender, as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?

escalação etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	4	33,3	-	-	3	25,0	3	25,0	1	8,3	1	8,3
dos 30 aos 39 anos	1	10,0	3	30,0	3	30,0	2	20,0	1	10,0	-	-	-	-
40 ou mais anos	1	50,0	-	-	1	50,0	-	-	-	-	-	-	-	-
não definiu a idade	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	8,0	7	28,0	5	20,0	5	20,0	4	16,0	1	4,0	1	4,0

Quadro 10 - Os conteúdos informativos transmitem uma visão mais próxima do ambiente emocional vivido nos locais dos acontecimentos?

escalaõ etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	2	14,3	3	21,4	6	42,9	3	21,4	-	-	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	5	31,3	2	12,5	4	25,0	1	6,3	2	12,5	-	-
40 ou mais anos	-	-	3	37,5	2	25,0	1	12,5	1	12,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	1	33,3	-	-	1	33,3	-	-	-	-	3	33,3	-	-
TOTAIS	5	12,2	11	26,8	11	26,8	8	19,5	2	4,9	5	7,3	1	2,4

Quadro 11 - Pelo facto de editar em vídeo, tem um maior controlo sobre o processo de produção informativa?

escalaõ etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	2	14,3	3	21,4	2	14,3	5	35,7	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	-	-	3	18,8	4	25,0	5	31,3	4	25,0	-	-	-	-
40 ou mais anos	-	-	-	-	4	50,0	1	12,5	3	37,5	-	-	-	-
não definiu a idade	-	-	-	-	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	6	14,6	11	26,8	13	31,7	9	22	-	-	-	-

Quadro 12 - Este maior controlo contribui para uma melhor coerência dos seus conteúdos jornalísticos televisivos?

escalaõ etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	2	14,3	3	21,4	5	35,7	2	14,3	1	7,1	1	7,1	-	-
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	5	31,3	2	12,5	5	31,3	1	6,3	1	6,3	-	-
40 ou mais anos	1	12,5	4	50,0	-	-	1	12,5	2	25,0	-	-	-	-
não definiu a idade	-	-	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	5	12,2	13	31,7	8	19,5	9	22	4	9,8	2	4,9	-	-

**Quadro 13 - Pelo facto de editar em vídeo,
fica mais sobrecarregado de trabalho?**

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	1	7,1	1	7,1	3	21,4	8	57,1	1	7,1	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	-	-	3	18,8	4	25,0	7	43,8	2	12,5	-	-	-	-
40 ou mais anos	-	-	3	37,5	2	25,0	2	25,0	1	12,5	-	-	-	-
não definiu a idade	-	-	-	-	3	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	1	2,4	7	17,1	12	29,3	17	41,5	4	9,8	-	-	-	-

**Quadro 14 - Pelo facto de editar em vídeo,
trabalha mais horas?**

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	1	7,1	1	7,1	5	35,7	5	35,7	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	1	6,3	1	6,3	7	43,8	5	31,3	2	12,5	-	-	-	-
40 ou mais anos	-	-	3	37,5	2	25,0	2	25,0	1	12,5	-	-	-	-
não definiu a idade	-	-	-	-	3	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	5	12,2	17	41,5	12	29,3	5	12,2	-	-	-	-

**Quadro 15 - Pelo facto de editar em vídeo,
recebe alguma compensação financeira?**

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	14	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	16	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	6	75,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	25,0
não definiu a idade	3	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	39	95,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	4,9

Quadro 16 - Pelo facto de editar em vídeo, o processo de edição de vídeo é mais rápido, visto que não depende de terceiros para editar?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	2	14,3	3	21,4	6	42,9	2	14,3	1	7,1	-	-
dos 30 aos 39 anos	-	-	2	12,5	2	12,5	5	31,3	7	43,8	-	-	-	-
40 ou mais anos	-	-	1	12,5	3	37,5	2	25,0	1	12,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	-	-	-	-	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	5	12,2	9	22,0	15	36,6	10	24,4	1	2,4	1	2,4

Quadro 17 - Pelo facto de editar em vídeo, com que frequência atualiza os seus conteúdos informativos televisivos?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	-	-	5	35,7	7	50,0	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	-	-	2	12,5	6	37,5	4	25,0	3	18,8	-	-	1	6,3
40 ou mais anos	-	-	4	50,0	-	-	2	25,0	1	12,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	-	-	1	33,3	2	66,6	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	7	17,1	13	31,7	13	31,7	6	14,6	-	-	2	4,9

Quadro 18 - Pelo facto de editar em vídeo, aumenta o número de conteúdos informativos televisivos produzidos por cada dia de trabalho?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	1	7,1	5	35,7	5	35,7	3	21,4	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	-	-	3	18,8	4	25,0	4	25,0	5	31,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	1	12,5	-	-	2	25,0	3	37,5	1	12,5	-	-	1	1,25
não definiu a idade	-	-	-	-	2	66,7	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	1	2,4	4	9,8	13	31,7	13	31,7	9	22,0	-	-	1	2,4

Quadro 19 - É avaliado pela quantidade dos conteúdos noticiosos televisivos produzidos?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	4	28,6	2	14,3	3	21,4	2	14,3	2	14,3	1	7,1	-	-
dos 30 aos 39 anos	4	25,0	4	25,0	2	12,5	1	6,3	-	-	5	31,3	-	-
40 ou mais anos	2	25,0	-	-	1	12,5	2	25,0	1	12,5	1	12,5	1	12,5
não definiu a idade	-	-	-	-	1	33,3	-	-	-	-	2	66,7	-	-
TOTAIS	10	24,4	6	14,6	7	17,1	5	12,2	3	7,3	9	22,0	1	2,4

Quadro 20 - É avaliado pela qualidade dos conteúdos jornalísticos televisivos produzidos?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	2	14,3	3	21,4	1	7,1	4	28,6	2	14,3	1	7,1	1	7,1
dos 30 aos 39 anos	3	18,8	2	12,5	4	25,0	2	12,5	3	18,8	2	12,5	-	-
40 ou mais anos	1	12,5	-	-	-	-	3	37,5	3	37,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	-	-	-	-	1	33,3	1	33,3	-	-	1	33,3	-	-
TOTAIS	6	14,6	5	12,2	6	14,6	10	24,4	8	19,5	4	9,8	2	4,9

Quadro 21 - Pelo facto de editar em vídeo, começa no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo jornalístico televisivo em imagens e sons?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	13	92,9	1	7,1	-	-	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	15	93,8	-	-	1	6,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	5	62,5	1	12,5	1	12,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	2	66,7	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	35	85,4	3	7,3	2	4,9	-	-	1	2,4

Quadro 22 - Pelo facto de editar em vídeo, começou a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos jornalistas televisivos?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	10	71,4	2	14,3	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	9	56,3	2	12,5	4	25,0	1	6,3	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	1	12,5	3	37,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	1	33,3	-	-	2	66,6	-	-	-	-
TOTAIS	23	56,1	5	12,2	11	26,8	1	2,4	1	2,4

Quadro 23 - Pelo facto de editar em vídeo, tornou-o mais conscientes das imagens e sons que necessita para transmitir a mensagem noticiosa que pretende?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	11	78,6	1	7,1	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	11	68,8	2	12,5	3	18,8	-	-	-	-
40 ou mais anos	4	50,0	-	-	3	37,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	27	65,7	4	9,8	9	22,0	-	-	1	2,4

Quadro 24 - Pelo facto de editar em vídeo, existe um maior envolvimento dos jornalistas no trabalho dos repórteres de imagem?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	9	64,3	3	21,4	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	7	43,8	4	25,0	5	31,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	25,0	-	-	5	62,5	-	-	1	12,5
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	19	46,3	8	19,5	13	31,7	-	-	1	2,4

Quadro 25 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados em vídeo por editores de imagem, os conhecimentos que possui sobre a edição de vídeo ajudam-no a estruturar melhor esses conteúdos?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	9	64,3	4	28,6	1	7,1	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	10	62,5	6	37,5	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	-	-	2	25,0	1	12,5	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	23	56,1	11	26,8	4	9,8	1	2,4	2	4,9

Quadro 26 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, presta mais atenção ao seu trabalho, com vista a adquirir mais conhecimentos sobre a edição de vídeo?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	11	78,6	2	14,3	1	7,1	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	14	87,5	2	12,5	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	4	50,0	-	-	2	25	-	-	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	30	73,5	5	12,2	4	9,8	-	-	2	4,9

Quadro 27 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, há uma interação mais eficiente entre si e os editores de imagem?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	7	50,0	3	21,4	4	28,6	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	9	56,3	4	25,0	3	18,8	-	-	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	1	12,5	2	25,0	-	-	2	25,0
não definiu a idade	2	66,7	-	-	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	21	51,2	8	19,5	10	24,4	-	-	2	4,9

Quadro 28 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, aumenta a sua participação na edição de vídeo?

escalão etário	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	8	57,1	3	21,4	3	21,4	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	11	68,8	4	25,0	1	6,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	1	12,5	2	25,0	3	37,5	-	-	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	21	51,5	10	24,4	8	19,5	-	-	2	4,9

Quadro 29 - Como considera o trabalho dos editores de imagem no contexto da produção jornalística televisiva?

escalão etário	nada fundamental		pouco fundamental		indeciso		fundamental		muito fundamental		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	-	-	-	-	4	28,6	10	71,4	-	-
dos 30 aos 39 anos	-	-	-	-	1	6,3	5	31,3	10	62,5	-	-
40 ou mais anos	-	-	-	-	-	-	4	50,0	2	25,0	2	25,0
não definiu a idade	-	-	-	-	-	-	3	100	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	-	-	1	2,4	16	39,0	22	53,7	2	4,9

Anexo 8

Quadros referentes aos resultados relativos às *Consequências*
respostas dos jornalistas segmentadas por géneros

Quadro 1 - Pelo facto de editar em vídeo, passa mais tempo “fechado” na redação do que no terreno a efetuar as tarefas de campo inerentes à sua atividade?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	2	8,7	3	13,0	3	13,0	9	39,1	6	26,1	-	-	-	-
masculino	-	-	2	11,8	6	35,3	6	35,3	3	17,6	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	5	12,2	9	22,0	16	39,0	9	22,0	-	-	-	-

Quadro 2 - Considera que os *talking heads* editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	9	39,1	7	30,4	4	17,4	-	-	1	4,3	-	-	2	8,7
masculino	5	29,4	10	58,8	2	11,8	-	-	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	14	34,1	18	43,9	6	14,6	-	-	1	2,4	-	-	2	4,9

Quadro 3 - Considera que os *clips off* editados em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	10	43,5	7	30,4	5	21,7	-	-	1	4,3	-	-	-	-
masculino	3	17,6	9	52,9	4	23,5	-	-	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	13	31,7	17	41,5	9	22,0	-	-	1	2,4	1	2,4	-	-

Quadro 4 - Considera que as pequenas peças jornalísticas editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	4	19,0	5	23,8	7	33,3	2	9,5	1	4,8	-	-	2	9,5
masculino	2	11,8	6	35,5	6	35,5	3	17,6	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	6	15,4	11	28,2	13	33,3	6	15,4	1	2,6	-	-	2	5,1

Quadro 5 - Considera que as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade noticiosa?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	2	16,7	3	25,0	2	16,7	3	25,0	1	8,3	1	8,3	-	-
masculino	1	7,7	4	30,8	3	23,1	3	23,1	2	15,4	-	-	-	-
TOTAIS	3	12,0	7	28,0	5	20,0	6	24,0	3	12,0	1	4,0	-	-

Quadro 6 - No seu entender, os *talking heads* editados em vídeo por si perdem qualidade formal?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	8	34,8	10	43,5	2	8,7	-	-	1	4,3	-	-	2	8,7
masculino	4	23,5	11	64,7	1	5,9	-	-	-	-	-	-	1	5,9
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	12	29,3	22	53,7	3	7,3	-	-	1	2,4	-	-	3	7,3

Quadro 7 - No seu entender, os *clips off* editados em vídeo por si perdem qualidade formal?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	7	30,4	11	47,8	3	13,0	-	-	1	4,3	-	-	1	4,3
masculino	3	17,6	11	64,7	2	11,8	-	-	-	-	-	-	1	5,9
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	10	24,4	23	56,1	5	12,2	-	-	1	2,4	-	-	2	4,9

Quadro 8 - No seu entender, as pequenas peças noticiosas editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	1	4,8	6	28,6	9	42,9	2	9,5	2	9,5	-	-	1	4,8
masculino	2	11,8	7	41,2	4	23,5	2	11,8	1	5,9	-	-	1	5,9
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	3	7,7	13	33,3	13	33,3	5	12,8	3	7,7	-	-	2	5,1

Quadro 9 - No seu entender, as reportagens editadas em vídeo por si perdem qualidade formal?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	-	-	4	33,3	1	8,3	4	33,3	2	16,7	1	8,3	-	-
masculino	2	15,4	3	23,1	4	30,8	1	7,7	2	15,4	-	-	1	7,7
TOTAIS	2	8,0	7	28,0	5	20,0	5	20,0	4	16,0	1	4,0	-	-

Quadro 10 - Os conteúdos informativos transmitem uma visão mais próxima do ambiente emocional vivido nos locais dos acontecimentos?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	3	13,0	5	21,7	7	30,4	6	26,1	-	-	1	4,3	1	4,3
masculino	2	11,8	6	35,3	3	17,6	2	11,8	2	11,8	2	11,8	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	5	12,2	11	26,8	11	26,8	8	19,5	2	4,9	5	7,3	1	2,4

Quadro 11 - Pelo facto de editar em vídeo, tem um maior controlo sobre o processo de produção informativa?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	2	8,7	2	8,7	4	17,4	9	39,1	6	26,1	-	-	-	-
masculino	-	-	4	23,5	7	41,5	3	17,6	3	17,6	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	6	14,6	11	26,8	13	31,7	9	22	-	-	-	-

Quadro 12 - Este maior controlo contribui para uma melhor coerência dos seus conteúdos jornalísticos televisivos?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	3	13,0	6	26,1	5	21,7	5	21,7	2	8,7	2	8,7	-	-
masculino	2	11,8	7	41,2	2	11,8	4	23,5	2	11,8	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	5	12,2	13	31,7	8	19,5	9	22	4	9,8	2	4,9	-	-

**Quadro 13 - Pelo facto de editar em vídeo,
fica mais sobrecarregado de trabalho?**

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	1	4,3	4	17,4	4	17,4	10	43,5	4	17,4	-	-	-	-
masculino	-	-	3	17,6	7	41,2	7	41,2	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	1	2,4	7	17,1	12	29,3	17	41,5	4	9,8	-	-	-	-

**Quadro 14 - Pelo facto de editar em vídeo,
trabalha mais horas?**

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	2	8,7	3	13,0	5	21,7	8	34,8	5	21,7	-	-	-	-
masculino	-	-	2	11,8	11	64,7	4	23,5	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	5	12,2	17	41,5	12	29,3	5	12,2	-	-	-	-

**Quadro 15 - Pelo facto de editar em vídeo,
recebe alguma compensação financeira?**

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	21	91,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	8,7
masculino	17	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	39	95,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	4,9

Quadro 16 - Pelo facto de editar em vídeo, o processo de edição de vídeo é mais rápido, visto que não depende de terceiros para editar?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	-	-	2	8,7	5	21,7	10	43,5	4	17,4	1	4,3	1	4,3
masculino	-	-	3	17,6	4	23,5	4	23,5	6	35,3	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	5	12,2	9	22,0	15	36,6	10	24,4	1	2,4	1	2,4

Quadro 17 - Pelo facto de editar em vídeo, com que frequência atualiza os seus conteúdos informativos televisivos?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	-	-	2	8,7	6	26,1	8	34,8	5	21,7	-	-	2	8,7
masculino	-	-	4	23,5	7	41,1	5	29,4	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	7	17,1	13	31,7	13	31,7	6	14,6	-	-	2	4,9

Quadro 18 - Pelo facto de editar em vídeo, aumenta o número de conteúdos informativos televisivos produzidos por cada dia de trabalho?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	-	-	2	8,7	6	26,1	7	30,4	7	30,4	-	-	1	4,3
masculino	1	5,9	2	11,8	6	35,3	6	35,3	2	11,8	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	1	2,4	4	9,8	13	31,7	13	31,7	9	22,0	-	-	1	2,4

Quadro 19 - É avaliado pela quantidade dos conteúdos noticiosos televisivos produzidos?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	6	26,1	3	13,0	4	17,4	4	17,4	1	4,3	4	17,4	1	4,3
masculino	4	23,5	3	17,6	3	17,6	1	5,9	2	11,8	4	23,5	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-
TOTAIS	10	24,4	6	14,6	7	17,1	5	12,2	3	7,3	9	22,0	1	2,4

Quadro 20 - É avaliado pela qualidade dos conteúdos jornalísticos televisivos produzidos?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	4	17,4	2	8,7	3	13,0	8	34,8	3	13,0	1	4,3	2	8,7
masculino	2	11,8	3	17,6	3	17,6	2	11,8	5	29,4	2	11,8	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-
TOTAIS	6	14,6	5	12,2	6	14,6	10	24,4	8	19,5	4	9,8	2	4,9

Quadro 21 - Pelo facto de editar em vídeo, começa no “terreno” a estruturar mentalmente o conteúdo jornalístico televisivo em imagens e sons?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	19	82,6	2	8,7	1	4,3	-	-	1	4,3
masculino	16	94,1	-	-	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	35	85,4	3	7,3	2	4,9	-	-	1	2,4

Quadro 22 - Pelo facto de editar em vídeo, começou a dar mais atenção à parte visual dos seus conteúdos jornalistas televisivos?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	16	69,6	1	4,3	5	21,7	-	-	-	-
masculino	6	35,3	4	23,5	6	35,3	1	5,9	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	23	56,1	5	12,2	11	26,8	1	2,4	1	2,4

Quadro 23 - Pelo facto de editar em vídeo, tornou-o mais conscientes das imagens e sons que necessita para transmitir a mensagem noticiosa que pretende?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	15	65,2	2	8,7	5	21,7	-	-	1	4,3
masculino	11	64,7	2	11,8	4	23,5	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	27	65,7	4	9,8	9	22,0	-	-	1	2,4

Quadro 24 - Pelo facto de editar em vídeo, existe um maior envolvimento dos jornalistas no trabalho dos repórteres de imagem?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	8	34,8	5	21,7	9	39,1	-	-	1	4,3
masculino	10	58,8	3	17,6	4	23,5	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	19	46,3	8	19,5	13	31,7	-	-	1	2,4

Quadro 25 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados em vídeo por editores de imagem, os conhecimentos que possui sobre a edição de vídeo ajudam-no a estruturar melhor esses conteúdos?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	13	56,5	5	21,7	2	8,7	1	4,3	2	8,7
masculino	9	52,9	6	35,3	2	11,8	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	23	56,1	11	26,8	4	9,8	1	2,4	2	4,9

Quadro 26 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, presta mais atenção ao seu trabalho, com vista a adquirir mais conhecimentos sobre a edição de vídeo?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	17	73,9	2	8,7	2	8,7	-	-	2	8,7
masculino	12	70,6	3	17,6	2	11,8	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	30	73,5	5	12,2	4	9,8	-	-	2	4,9

Quadro 27 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, há uma interação mais eficiente entre si e os editores de imagem?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	10	43,5	6	26,1	5	21,7	-	-	2	8,7
masculino	10	58,8	2	11,8	5	29,4	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	21	51,2	8	19,5	10	24,4	-	-	2	4,9

Quadro 28 - Quando os seus conteúdos noticiosos televisivos são montados por editores de imagem, aumenta a sua participação na edição de vídeo?

género	sim		talvez		não		não sabe		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	13	56,5	6	26,1	2	8,7	-	-	2	8,7
masculino	7	41,2	4	23,5	6	35,3	-	-	-	-
não definiu o género	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	21	51,5	10	24,4	8	19,5	-	-	2	4,9

Quadro 29 - Como considera o trabalho dos editores de imagem no contexto da produção jornalística televisiva?

género	nada fundamental		pouco fundamental		indeciso		fundamental		muito fundamental		não responde	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	-	-	-	-	1	4,3	6	26,1	14	60,9	2	8,7
masculino	-	-	-	-	-	-	9	52,9	8	47,1	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-
TOTAIS	-	-	-	-	1	2,4	16	39,0	22	53,7	2	4,9

Anexo 9

Quadros referentes aos resultados relativos
às *Necessidades de Formação dos Jornalistas da SIC*
respostas segmentadas por escalões etários

Quadro 1 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na identificação de imagens que não estão em conformidade com as exigências televisivas?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	1	7,1	8	57,1	4	28,6	-	-	-	-	1	7,1
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	5	31,1	7	43,8	2	12,5	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	25	1	12,5	3	37,5	-	-	-	-	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	6	14,6	15	36,6	15	36,6	2	4,9	-	-	3	7,3

Quadro 2 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na seleção e na ordenação dos planos mais indicados para transmitir o que pretende?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	2	14,3	10	71,4	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	3	18,8	3	18,8	9	56,3	1	6,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	25,0	1	12,5	3	37,5	-	-	-	-	2	25
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	6	14,6	7	17,1	23	56,1	3	7,3	-	-	2	4,9

Quadro 3 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na aplicação das diversas técnicas e regras da montagem?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	5	35,7	6	42,9	2	14,3	1	7,1	-	-
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	4	25,0	9	56,3	1	6,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	3	37,5	-	-	1	12,5	-	-	2	25,0	2	25
não definiu a idade	-	-	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	5	12,2	10	24,4	17	41,5	4	9,8	3	7,3	2	4,9

Quadro 4 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção de narrativas adaptadas aos diversos géneros informativos televisivos?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	6	42,9	6	42,9	2	14,3	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	8	50,0	6	37,5	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	2	25,0	2	25,0	2	25,0	-	-	-	-	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	1	33,3	-	-	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	5	12,2	17	41,5	14	34,1	3	7,3	-	-	2	4,9

Quadro 5 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção do texto noticioso, que irá dar origem à voz-off, em função das imagens disponíveis?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	2	14,3	6	42,9	5	35,7	1	7,1	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	7	43,8	2	12,5	6	37,5	1	6,3	-	-	-	-
40 ou mais anos	4	50,0	1	12,5	-	-	-	-	1	12,5	2	25,0
não definiu a idade	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	14	34,1	11	26,8	11	26,8	2	4,9	1	2,4	2	4,9

Quadro 6 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se no uso do editor de vídeo disponível na redação?

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	3	21,4	5	35,7	2	14,3	4	28,6	-	-	-	-
dos 30 aos 39 anos	3	18,8	8	50,0	5	31,1	-	-	-	-	-	-
40 ou mais anos	1	12,5	1	12,5	4	50,0	-	-	-	-	2	25,0
não definiu a idade	-	-	2	66,7	1	33,3	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	7	17,1	16	39	12	29,3	4	9,8	-	-	2	4,9

**Quadro 7 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos,
as suas dificuldades manifestam-se no tratamento da componente sonora?**

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	1	7,1	6	42,9	4	28,6	2	14,3	1	7,1	-	-
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	5	31,1	6	37,5	3	18,8	-	-	-	-
40 ou mais anos	-	-	2	25,0	2	25,0	1	12,5	1	12,5	2	25,0
não definiu a idade	-	-	1	33,3	1	33,3	1	33,3	-	-	-	-
TOTAIS	3	7,3	14	34,1	13	31,7	7	17,1	2	4,9	2	4,9

**Quadro 8 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos,
as suas dificuldades manifestam-se na gestão do tempo que possui para editar em vídeo?**

escalão etário	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
até aos 29 anos	-	-	6	42,9	4	28,6	3	21,4	1	7,1	-	-
dos 30 aos 39 anos	2	12,5	7	43,8	5	31,3	2	12,5	-	-	-	-
40 ou mais anos	-	-	2	25,0	1	12,5	3	37,5	-	-	2	25,0
não definiu a idade	-	-	1	33,3	2	66,7	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	16	39	12	29,3	8	19,5	1	2,4	2	4,9

Anexo 10
Quadros referentes aos resultados relativos
às *Necessidades de Formação dos Jornalistas da SIC*
respostas segmentadas por géneros

Quadro 1 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na identificação de imagens que não estão em conformidade com as exigências televisivas?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	2	8,7	10	43,5	7	30,4	1	4,3	-	-	3	13
masculino	4	23,5	5	29,4	7	41,2	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	6	14,6	15	36,6	15	36,6	2	4,9	-	-	3	7,3

Quadro 2 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na seleção e na ordenação dos planos mais indicados para transmitir o que pretende?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	3	13,0	4	17,4	12	52,2	2	8,7	-	-	2	8,7
masculino	3	17,6	3	17,6	10	58,8	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	6	14,6	7	17,1	23	56,1	3	7,3	-	-	2	4,9

Quadro 3 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na aplicação das diversas técnicas e regras da montagem?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	2	8,7	5	21,7	9	39,1	2	8,7	3	13,0	2	8,7
masculino	3	17,6	5	29,4	8	47,1	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-
TOTAIS	5	12,2	10	24,4	17	41,5	4	9,8	3	7,3	2	4,9

Quadro 4 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção de narrativas adaptadas aos diversos géneros informativos televisivos?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	1	4,3	8	34,8	10	43,5	2	8,7	-	-	2	8,7
masculino	4	23,5	9	52,9	4	23,5	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-
TOTAIS	5	12,2	17	41,5	14	34,1	3	7,3	-	-	2	4,9

Quadro 5 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na construção do texto noticioso, que irá dar origem à voz-off, em função das imagens disponíveis?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	8	34,8	3	13,0	7	30,4	2	8,7	1	4,3	2	8,7
masculino	6	35,3	7	41,2	4	23,5	-	-	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	14	34,1	11	26,8	11	26,8	2	4,9	1	2,4	2	4,9

Quadro 6 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se no uso do editor de vídeo disponível na redação?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	2	8,7	11	47,8	5	21,7	3	13,0	-	-	2	8,7
masculino	5	29,4	4	23,5	7	41,2	1	5,9	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	7	17,1	16	39	12	29,3	4	9,8	-	-	2	4,9

Quadro 7 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se no tratamento da componente sonora?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	1	4,3	8	34,8	8	34,8	2	8,7	2	8,7	2	8,7
masculino	2	11,8	6	35,3	5	29,4	4	23,5	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-
TOTAIS	3	7,3	14	34,1	13	31,7	7	17,1	2	4,9	2	4,9

Quadro 8 - Quando edita em vídeo conteúdos noticiosos televisivos, as suas dificuldades manifestam-se na gestão do tempo que possui para editar em vídeo?

género	nunca		raramente		às vezes		muitas vezes		sempre		n.s./n.r.	
	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%	n.º	%
feminino	1	4,3	6	26,1	7	30,4	6	26,1	1	4,3	2	8,7
masculino	1	5,9	10	58,8	4	23,5	2	11,8	-	-	-	-
não definiu o género	-	-	-	-	1	100	-	-	-	-	-	-
TOTAIS	2	4,9	16	39	12	29,3	8	19,5	1	2,4	2	4,9