

INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE

ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS

**(RE)VER TV NA CONSTRUÇÃO DE OLHARES:
UM ESTUDO SOBRE A RTP-AÇORES**

Dissertação de Mestrado

Segundo Ciclo de Estudos em Média e Sociedade

Sónia Marisa Bettencourt Vieira

Portalegre

2020/2021

INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS

**(RE)VER TV NA CONSTRUÇÃO DE OLHARES:
UM ESTUDO SOBRE A RTP-AÇORES**

Dissertação de Mestrado
Segundo Ciclo de Estudos em Média e Sociedade

Sónia Marisa Bettencourt Vieira

Orientadora: Professora Doutora Sónia Lamy
Coorientadora: Professora Doutora Adriana Mello Guimarães

Portalegre

2020/2021

INSTITUTO POLITÉCNICO DE PORTALEGRE
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS SOCIAIS

**(RE)VER TV NA CONSTRUÇÃO DE OLHARES:
UM ESTUDO SOBRE A RTP-AÇORES**

Dissertação de Mestrado
Segundo Ciclo de Estudos em Média e Sociedade

Mestranda: Sónia Marisa Bettencourt Vieira

Constituição do Júri

Presidente: Professor Doutor Joaquim Luís Rodrigues Bonixe

Arguente: Professora Doutora Patrícia Alexandra Correia Ascensão

Orientadora: Professora Doutora Sónia Judite Bravo Lamy

Portalegre

2020/2021

RESUMO

O objetivo desta dissertação é analisar como a RTP-Açores, nomeadamente o Telejornal, marcou a passagem do seu trabalho para as redes sociais no contexto da pandemia da Covid-19.

A pandemia trouxe muitos constrangimentos e, à semelhança de outras áreas e setores, também o mundo da comunicação e dos média teve de se ajustar no sentido de continuar a cumprir o seu propósito neste caso enquanto canal público de televisão na Região Autónoma dos Açores.

As redes sociais assumem-se cada vez mais como uma ferramenta que faz parte integrante do nosso dia-a-dia numa perspetiva pessoal e profissional.

Então colocámos várias questões, entre as quais como a RTP-Açores fez a sua transição para as redes sociais? Adaptou os seus conteúdos? Criou novos? Como abraçou o desafio? Esteve perante novas oportunidades de relação com a sua audiência?

Esta análise pretende encontrar eventuais respostas num contexto de mudança e crise conjuntural à escala global em que o Arquipélago dos Açores, ainda que pela sua descontinuidade geográfica, quer em relação a Portugal Continental, quer inter-ilhas, não ficou de fora.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão, RTP-Açores, Redes Sociais, Telejornal, Pandemia Covid-19

ABSTRACT

The objective of this dissertation is to analyze how RTP-Açores, namely Telejornal, marked the transition of its work to social networks in the context of the Covid-19 pandemic.

The pandemic brought many constraints and, like other areas and sectors, the world of communication and media also had to adjust in order to continue to fulfill its purpose in this case as a public television channel in the Autonomous Region of the Azores.

Social networks are increasingly becoming a tool that is an integral part of our daily lives from a personal and professional perspective.

So we asked several questions, including how did RTP-Açores make its transition to social networks? Did RTP-Açores adapt the content? Created new ones? How did RTP-Açores embrace the challenge? How RTP-Açores faced with new opportunities to interact with audience?

This analysis intends to find possible answers in a context of change and cyclical crisis on a global scale in which the Azores Archipelago, despite its geographical discontinuity, whether in relation to mainland Portugal or inter-islands, was not left out.

KEYWORDS: Television, RTP-Açores, Social Media, TV News, Pandemic Covid-19

Índice

INTRODUÇÃO	7
1. CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO	10
1.1 - O papel social da Televisão.....	10
1.2 – O Poder Mediático.....	17
1.3 Dinâmicas de Comunicação e a Covid-19.....	23
2. CAPÍTULO II – DESENVOLVIMENTO DA INTERNET E REDES SOCIAIS	33
2.1 No princípio era o “Click”	33
2.2 O “Online”, “Offline” e “Onlife”	38
2.3 – A Influência das Redes Sociais.....	43
3. CAPÍTULO III - RTP AÇORES – UM MARCO NO DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO... ..	48
3.1 A RTP-Açores e o conceito de região	48
3.2 A entrada da RTP-Açores nas redes sociais.....	54
4. CAPÍTULO III – OPÇÕES METODOLÓGICAS	59
4.1 Questões e objetivos da investigação	59
4.2 Metodologia	62
4.2.1 - Canais em análise.....	65
4.2.1.1 - RTP Play	65
4.2.1.2 - Plataformas Digitais.....	67
4.2.1.3 - Redes Sociais (Facebook)	67
5. CAPÍTULO IV – ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS	68
5.1 A televisão regional e a crise pandémica em 2020.....	68
5.2 Informação	77
5.3 Mensagem	87
6. CONCLUSÃO	92
8. ANEXOS.....	103
8.1 Anexo I – Tabela de Análise do Telejornal da RTP – Açores – Edições de 15 a 31 de Março de 2022	104

INTRODUÇÃO

O nosso ponto de partida é uma proposta para observar a forma como a RTP-Açores migrou para a Internet, num tempo marcado pela pandemia do coronavírus que causa a doença Covid-19, com enfoque nos meses de março de 2020, sabendo que tudo mudou à escala mundial – das rotinas ao isolamento social; das relações pessoais e laborais ao consumo de bens e serviços.

E quando falamos em mudança, falamos de uma transformação nas práticas do dia-a-dia que, se antes eram planeadas com antecedência, neste contexto exigiram agilidade e rapidez para poder acompanhar a evolução dos acontecimentos na sociedade – de resto, incertos face ao desconhecimento dos efeitos concretos de transmissão viral dessa doença.

Entre a informação, o entretenimento, os compromissos e a missão de um canal de televisão estão pessoas, quer de um lado, quer do outro do ecrã; profissionais e telespectadores. E, a par das pessoas, estão questões de saúde e economia. São vários pilares e uma crise conjuntural.

Assim, como a televisão pública no arquipélago dos Açores se reinventou, adaptou e reforçou o seu papel, tendo em conta que os meios técnicos e humanos não são infinitos e a sua ação deve alcançar nove ilhas dispersas.

Por seu turno, quais as expectativas das pessoas em relação a esse serviço que é de todos e para todos e que, numa região ultraperiférica, terá que dar outro tipo de cartas além de duplicar as transmissões nacionais da RTP, isto é, da “casa mãe”.

A procura por informação intensificou-se? Exigiu-se ainda mais qualidade e credibilidade? Não menos importante será perceber a oferta na grelha de programas que pudessem ajudar os telespectadores a esquecer por momentos a situação, recriando um laço de proximidade que, provavelmente, pudesse injetar uma grande dose de esperança em todos os açorianos.

Há ainda a questão de assinalar datas, eventos tradicionais, profanos e religiosos, para ir ao encontro das pessoas de outra forma que não a comum e presencial – a possível, portanto, restrita, com ou sem público, no cumprimento de diretrizes emanadas pela Autoridade Regional de Saúde.

Deste modo, o digital, a comunicação não mediada, as redes sociais, as novas tecnologias ficaram no centro das atenções? Casaram-se com o modelo tradicional de televisão?

Que “nova realidade” é essa que foi criada e como a RTP-Açores se posicionou na qualidade não só de meio de comunicação social mediado, mas também de elo com ligação máxima de Santa Maria ao Corvo, no meio do Atlântico, entre a Europa e a América, sendo que a análise vai ser feita através dos resultados de acessos, visualizações, partilhas e

audiências na web e nas redes sociais, mais propriamente *Facebook*, da RTP-Açores, por via dos estudos do Grupo RTP, com ligação e comparação em parte aos restantes canais nacionais – o público e os privados – em 2020, entre os primeiros meses do ano, em comparação a 2019, período de tempo que coincide com o surgimento da pandemia da Covid-19 na Região e o seu ponto alto na chamada 1.^a vaga.

De modo a discutir este tema, propomos partir para uma análise que aponte para o modo como a RTP Açores se viu obrigada a migrar alguns serviços para as redes sociais, talvez tentando apostar numa maior proximidade com as pessoas. Numa primeira fase faremos o enquadramento teórico, no qual vamos analisar o papel social da televisão, o poder mediático; e as dinâmicas de comunicação no contexto da Covid-19.

Sobre o papel social da televisão, destaque para o lugar que ocupa na família e a sua ligação à política, bem como o papel do telespetador enquanto consumidor e cidadão ativo. Também vamos analisar a vertente do entretenimento na televisão, no que diz respeito aos *reality shows*, na perspectiva de quem participa e de quem assiste a esse género de programa, seguindo-se uma referência ao lado mais e menos positivo da televisão.

Já sobre o poder mediático da televisão, importa destacar a relação da televisão com a sociedade e os supostos efeitos dessa mesma sociedade na televisão, considerando uma interligação, a par do lugar que ocupa no todo dos média e a sua força para projetar a imagem dos indivíduos, popularizando-a pela positiva ou negativa.

No que concerne às dinâmicas de comunicação no contexto da Covid-19, focamos o aparecimento do vírus à escala mundial, as alterações sociais promovidas pelos governos nacional e regional no âmbito das medidas preventivas, e, ainda, a influência nos meios de comunicação social, efeitos no jornalismo em comparação com outras pandemias do passado. Também destacamos a influência da televisão e das redes sociais enquadradas nas respostas que o público procura face ao desconhecido da pandemia.

Após a contextualização das metodologias iremos observar o modo como as dinâmicas televisivas vão ser transferidas para o contexto das redes sociais através da recolha de 30 imagens impressas da página do *Facebook* da RTP-Açores, das quais 17 são referentes ao programa “Especial Informação” / “Diário Informativo”, verificando-se o número de visualizações, texto e grafismo, e da amostra do telejornal com 17 edições, entre 15 e 31 de março de 2020, correspondente à confirmação do primeiro caso positivo da Covid-19 no Arquipélago (15 de março de 2020), de modo a percebermos as eventuais alterações num programa que, segundo os relatórios de audiências do canal público regional, atribuem a preferência do público na grelha de programação.

Podemos assegurar que a relação dos açorianos com a “sua” televisão saiu reforçada ou só nos lembramos do que está dentro de portas quando as nossas estruturas, por comodismo e/ou tradição, se abalam?

O que muda afinal quando tudo muda. E como ficará depois de mudar?

1. CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1 - O papel social da Televisão

Desde os anos 50 que, em Portugal, com o aparecimento da popularmente conhecida “caixinha mágica”, a tradição oral passou a estar na televisão, entendendo-se a oralidade como a palavra, a narrativa e o som que, neste contexto, ampara num universo imagem e áudio. Se estas prevalecem ao conteúdo, veremos mais à frente. Para já, importa perceber como o aparecimento da televisão mudou a vida das sociedades ao mesmo tempo que o aparelho em si, a sua forma e os seus conteúdos também se transformaram motivados pela evolução da própria vivência social. Por outras palavras, a experiência televisiva tem sofrido mutações, desde o resguardo na sala de estar ou na cozinha até à sua disseminação por outros aparelhos dinâmicos na sua mobilidade e na sua dimensão, os quais, por sua vez, “têm sofrido uma miniaturização progressiva que transforma a antiga experiência televisiva reservada a um espaço e a um tempo a algo que se faz a qualquer hora em qualquer lugar, tão transportável como um livro” (Cardoso, Espanha & Araújo 2009, p. 244).

Ora, o que há décadas concentrava o seu auditório no seio familiar, com a partilha da palavra, do conto e da história, entre as diferentes gerações, reforçando os laços e promovendo a transmissão de conhecimentos no contexto social e cultural, passou a estar reunido num só aparelho. Assim, o auditório, ainda que junto, direcionou a sua atenção do real para o imagético.

O efeito na família, em casa, é uma das marcas do início do papel social da televisão, sendo que, a partir desta viragem de dentro para fora, este veículo tornou-se poderoso, pela sua atração para os diversos grupos sociais, com a visibilidade e os interesses do espaço público, político e económico, expandindo-se sob todos esses pilares.

A propósito, Manuel Pinto (2001) recorda que o aparelho televisivo só se massificou e difundiu depois da Segunda Guerra Mundial, e que em Portugal tudo se deu mais tarde, após o 25 de Abril de 1974, portanto data que assinala o fim do regime do Estado Novo.

Assim, e recuando aos primórdios, o consumo da televisão dava-se num contexto diferente, tendo em conta que pouca gente tinha uma em casa, pois a programação era seguida nos cafés, associações, clubes como centros privilegiados para o efeito. Pode-se dizer que, por isso, ver televisão era um ato coletivo ou público até porque “[...] igualmente as famílias que tinham adquirido aparelho juntavam, em alguns momentos da semana, vizinhos e amigos, conferindo ao consumo de televisão este carácter colectivo.”¹

Entretanto, antes de 25 de Abril de 1974, quando a Liberdade ainda era uma miragem em Portugal, exemplificamos em traços largos o poder da televisão, da política e da opinião

¹Pinto, Manuel.(2006, abril 3). *A televisão na família*. Agência Ecclesia [consult. 2021-03-15]. Disponível na Internet em <https://agencia.ecclesia.pt/portugal/a-televisao-na-familia/>

pública, juntos, numa realidade que se fez através da mistura do real e da imagem – “Conversas em Família”², um programa televisivo, emitido na RTP, no início de 1969, durante o período do Estado Novo, da responsabilidade de Marcello Caetano, então presidente do Conselho (1969-1974), decidiu “comunicar com o povo via televisão, contando-lhe os factos do seu ponto de vista e, assim, desfazer boatos”, isto “numa altura em que o Estado Novo se encontrava já fragilizado”. Por outras palavras, uma conversa sem intermediação através da qual pretendia atribuir uma imagem de modernidade ao sistema político ao mesmo tempo que doutrinava a audiência. Usava um estilo na linha do coloquial e explicava as opções políticas do regime, sendo que “na 16.^a e última emissão, a 28 de março de 1974, surgiu num tom amargo como que a adivinhar o fim próximo, falando do triste episódio da sublevação militar das Caldas da Rainha e do mundo selvagem em que se vivia. Foi aqui usado pela primeira vez um teleponto na televisão portuguesa”.³

Sobre este programa de televisão, Serra (2017) salienta que “[...] sobretudo nos meios rurais, a televisão era, de facto, o meio ideal para com ela “conversar” de olhos nos olhos, de forma “familiar”, empática e intimista – mesmo se a “conversa” de que se tratava era apenas um monólogo encenado perante as câmaras e com recurso ao teleponto” (2017, p. 47).

Este modelo em televisão, segundo Mesquita (2001), promoveu a mudança da comunicação neste meio em comparação com a época de Salazar “modelada pela herança radiofónica: o orador a ler o discurso com a cabeça enfiada no texto, semi-coberto por uma floresta de microfones” (2001).

Entretanto, vejamos o papel do telespetador no setor público recorrendo às palavras de Correia Santos quando diz que “o empoderamento do cidadão passa pela capacidade de fazer ouvir a sua voz, refletir a sua presença no serviço público e de se sentir parte de uma construção supranacional” (2013, p. 125).

Correia Santos salienta que não se trata de uma atitude paternalista, mas sim de pluralidade e abertura à sociedade, “refletindo-a e refletindo-se nela” (2013, p. 125).

Nesta perspetiva, e referindo-se ao público e ao privado, Torres recorda a televisão criada enquanto “medium para a família” (2018, p. 10), considerando que, até então, essa “autopromoção” ainda nos acompanha mesmo com as diferenças que as famílias se apresentam se comparadas com antigamente (2018).

No entanto, continua o mesmo autor, “[...] o cabo nascido para distribuir o sinal dos canais existentes, logo se reinventou, aumentando a oferta. E a TV por satélite [...] provocou nova fragmentação das audiências reunidas – ou imaginadas – à volta do ecrã-lareira”

² RTP Arquivos (1969-1974). *Conversas em Família*. [consult. 2021-03-01]. Disponível na Internet em <https://arquivos.rtp.pt/programas/conversa-em-familia/>

³ Infopédia (2003-2021) *Conversas em Família*. Infopédia: Dicionários Porto Editora. [consult. 2021-03-01]. Disponível na Internet em [https://www.infopedia.pt/\\$conversas-em-familia](https://www.infopedia.pt/$conversas-em-familia)

(2018, p. 11), o que, por outro lado, nos leva assim ao papel do telespetador neste enquadramento de “evoluções e revoluções” (Torres, 2018, p. 16).

Este autor questiona-se sobre o que é hoje a televisão no sentido em que considera ser difícil atualizar a sua definição, pois “se os espetadores fazem o que querem dela, se somos ou podemos ser produtores de conteúdos [...] se os «canais» se repartem entre generalistas e temáticos [...]” (Torres, 2018, p. 16).

Torres considera também que a liberdade que o espetador tem para escolher os conteúdos contribui para que os canais e as marcas tenham menos importância, trocando a concentração pela dispersão (2018).

Seguindo esta linha da dispersão, e regressando a Correia Santos, a sociedade em que vivemos se tornou numa rede de ligações, conforme dá nota este autor, e nós estamos inseridos nessa mesma rede ao mesmo tempo que “começou a generalizar-se uma noção de direitos de cidadania” (2013, p. 131), o que significa que as massas foram valorizadas no contexto das ideologias e da produção industrial, mas não menos valorizado foi o indivíduo como ser que é livre de fazer as suas escolhas.

Então, diz-nos Correia Santos, o modelo passou a comunicar em vez de transmitir e esse individualismo, que vem na sequência do desejo e da avidez de novidade, levou à mudança de paradigma.

Nesta mudança e nesta diferença entre o cidadão fazer ouvir a sua voz e assimilar o que recebe em grupo, em família; e o cidadão ser individual e consumir de forma livre e à sua escolha, a noção de liberdade e democracia leva-nos a 2016 aquando do aparecimento em Portugal de um Presidente da República que vem contrariar a tendência dos seus antecessores – Marcelo Rebelo de Sousa, nascido em 1948, em Lisboa, é divorciado, assume-se como cristão católico e senta-se no chão a falar com um sem-abrigo, abraça, chora, sorri e tira *selfies* com qualquer pessoa que lhe peça esse tipo de registo próprio dos telemóveis e das redes sociais.

Foi professor catedrático de Direito, jornalista e comentador político (na fase em que antecedeu a candidatura esteve na TVI, no *Jornal das 8*, entre os anos 2010 e 2015) até vencer as eleições presidenciais há cinco anos.

Acerca da capacidade comunicativa oral, sobretudo, Torres (2018, p. 30) faz a comparação entre os dois Marcelos, a título de exemplo, no âmbito da “cultura da oralidade” integrada no que entende ser as características da linguagem televisiva, classificando de “pseudoconversa” o registo de Caetano e “diálogo” (às vezes “pseudodiálogo”) o de Rebelo de Sousa.

A propósito da vertente de jornalista e comentador de Rebelo de Sousa, refira-se o à-vontade perante as câmaras de vídeo e fotografia, os microfones, usando argumentações

adequadas aos cenários e às circunstâncias, ou seja, nunca fica sem resposta, faz críticas e lança apelos quando entende ser o momento oportuno.

Contudo, o que ressalta à vista no Chefe de Estado português nem é o seu carisma ou a sua extroversão, mas sim a sua afetividade. Aliás, esta tornou-se a sua marca – o Presidente dos Afectos deu título ao livro de Cláudia Sebastião (2018), no qual a jornalista salienta a afetividade e a atenção ao outro por parte do Chefe de Estado português, sobrepondo-se à questão política, pelo menos nesta obra biográfica.

Noutros tempos também havia a questão dos afectos e das atenções individuais, mas noutra perspetiva que implica entrar no campo do entretenimento e recuar ao início dos anos 2000, por via da mudança na história da televisão em Portugal, com a estreia do *reality show* “Big Brother”, na TVI, canal privado - de resto, à semelhança do resto do mundo, um concurso em que tornava cidadãos anónimos conhecidos no país inteiro, depois de passarem 120 dias fechados numa casa, com câmaras de filmar em todas as divisões, sendo que “o programa foi objeto de amplo debate sociológico na sociedade portuguesa.”⁴

A primeira edição ficou marcada por um acto de violência de um concorrente, Marco Borges, que no 47º dia dentro da casa agrediu a colega Sónia durante uma discussão, tendo sido expulso nesse mesmo dia. Escreve o site NiT que “foi o momento mais marcante de toda a temporada e da história dos *reality shows* em Portugal. No dia seguinte, o “Jornal da Tarde” da TVI ou o noticiário matinal da TSF abriram com esta notícia — o que lhes valeu várias críticas.”⁵

A mesma fonte revela que “algumas das galas do “*Big Brother*” foram vistas por mais de seis milhões de espetadores. No dia do pontapé do Marco, a TVI chegou, pela primeira vez, ao primeiro lugar nas audiências em Portugal. A estação teve 40,7% de share, mais 4% do que a SIC e mais 23% do que a RTP, e que o “Jornal Nacional”, apresentado por Manuela Moura Guedes no dia seguinte à expulsão de Marco, teve 54,9% de share.”⁶

No âmbito dos *reality shows*, Nelson Traquina (1997, p. 100) recorre a Jacinto Godinho, grande repórter da RTP e investigador, que considera que este género televisivo está relacionado com um “sentimento até forte de comunidade, porque a comunidade também se fazia com um interesse e uma curiosidade em saber o que é que se passava com os outros indivíduos, e esse saber unia, de alguma forma, a comunidade.”

A ascensão ao ecrã televisivo tem como horizonte uma mobilidade social por via do rompimento com o anonimato. Mesmo que a participação nesses programas seja breve

⁴ Big Brother Portugal. (2010) *O programa que mudou a televisão em Portugal...* [consult. 2021-03-09]. Disponível na Internet em <http://www.bigbrotherportugal.com/>

⁵ NiT (2015, março 9). *5 momentos épicos que marcaram o primeiro big brother: “O famoso pontapé do Marco”*. [consult. 2021-03-09]. Disponível na Internet em <https://www.nit.pt/cultura/09-03-2015-5-momentos-epicos-que-marcaram-o-primeiro-big-brother/attachment/38590>

⁶ NiT (2015, março 9). *5 momentos épicos que marcaram o primeiro big brother: “As melhores audiências de sempre”*. [consult. 2021-03-09]. Disponível na Internet em <https://www.nit.pt/cultura/09-03-2015-5-momentos-epicos-que-marcaram-o-primeiro-big-brother/attachment/38591>

parece que a escolha e a oportunidade que a pessoa teve assemelha-se a um carimbo de prestígio no currículo artístico:

Todos os que participam querem entrar no suposto reino da inclusão, pela fama, através da visibilidade que os programas podem lhes dar – e os possíveis desdobramentos de carreira. O novo pseudo-artista, aquele que permanece até o fim, é premiado por seu esforço em submeter-se à visibilidade de sua condição, ao voyeurismo nacional. (Carreteiro & Farah, 2002, p. 28).⁷

Já do ponto de vista dos espetadores, é-lhes transmitida a ideia de liberdade quando pensam que podem controlar, escolher e eliminar os outros (concorrentes) através de uma espécie de compromisso que se pauta pela diversão de intervir na continuidade ou não de alguém dentro da “casa”.

Sobre este papel do espetador, Carreteiro & Farah considera que “o momento de eliminar o outro reveste-se de extremos requintes [...] criam-se comitês de debate, farsas de comitês de ética, cujo objeto primordial é encobrir formas de combate, ou seja, de eliminação do outro” (Carreteiro & Farah, 2002, pp. 28-29).

Em geral, e recorrendo novamente às características da linguagem televisiva de Torres (2018), agora no que diz respeito à ênfase emocional, a manifestação de emoções dos indivíduos em público, no mundo ocidental, terá como causa a televisão, sendo que, considera este autor, “as emoções expressas, forma visceral de comunicação, já chegaram ao jornalismo, para criar empatia com o espectador, mas também como forma de exprimir opiniões sem as verbalizar” (Torres, 2018, p.28).

Nesta perspetiva, e na esfera política, podemos dizer que o “ator político” ganhou a forma de “ator comunicante” (Vicente, 2012, p. 6) para permitir mais facilmente assegurar a sua validação e continuidade política através da informação nos órgãos de comunicação social e nos novos média de atos promovidos pelas instituições do poder como deslocações, visitas oficiais de governantes, inaugurações e sessões solenes, transmitindo o sentimento de pertença e proximidade na senda de um meio extra ou reforçado para conquistar.

Podemos então dizer que a televisão possuiu muita força para informar, entreter, mobilizar e, até, encantar consolidando a sua influência na sociedade; fortalece a posição dominante como meio de comunicação de massa.

Além do entretenimento e da propaganda política, como vimos atrás, a televisão integrou diferentes pontos do planeta, através da sua estrutura em rede, veiculando as

⁷ Normas APA (7.ª edição). Espaçamento nas citações longas 2,0 e no texto adaptação para 1,5.

notícias dos vários países do mundo. A vida e a morte passaram também a estar presente nos ecrãs, por via de reportagens e apontamentos em direto, por exemplo, que nos causam espanto e emoção. Existe o belo e a violência, em imagens, a par de um investimento em tecnologia com equipamentos que, ao longo de décadas, permitiram emitir cada vez mais e melhores programas, filmes, concursos, entre outros géneros, aproximando as pessoas no mesmo tempo e espaço. E disso nos fala Martín-Barbero (1997) quando coloca a tónica na televisão e na sua tendência à absorção das diferenças, considerando que “nenhum outro meio de comunicação tinha permitido o acesso a tanta variedade de experiências humanas, de países, de povos, de situações. Mas também nenhum outro jamais as controlou de tal modo que, em vez de implodir o etnocentrismo, terminasse por reforçá-lo” (Martín-Barbero, 1997, pp. 250-251).

Este antropólogo e filósofo espanhol, especialista em Comunicação, acrescenta que ao ligarmos o espetáculo com as vivências do quotidiano, a operação do modelo dominante da televisão mostra-se paradoxal no controle das diferenças entre o que pode ser a proximidade ou o distanciamento. Isto acaba por nos convencer de que, se nos aproximarmos das diferenças mais distantes no tempo e no espaço, o nosso reconhecimento será notório; se, por outro lado, nos distanciarmos iremos converter o outro num estranho quase absoluto, com poucos pontos de semelhança.

Ora são dois caminhos e, por ambos, aponta a mesma fonte, evita-se que o plural nos lance questões, nos faça refletir; somos desencorajados a supor até que existirá mais do que um modelo de sociedade compatível com o progresso e, por esta via, com o futuro. Nas palavras deste autor, portanto, é-nos imposto um sentido único.

Esta espécie de “uniformização” referida por Martín-Barbero e que, segundo a sua teoria, motiva a passividade, encontra semelhanças na perspetiva de Pierre Bourdieu (1997), com o problema da relação entre pensamento e urgência em televisão, na qual estabelece um elo negativo, recorrendo a Platão quando este estabelece oposição entre o tempo que um filósofo dispõe para pensar e o tempo urgente das pessoas na ágora, a praça pública, na antiga Grécia:

Ele diz, mais ou menos, que, na urgência, não se pode pensar [...] O certo é que há um elo entre o pensamento e o tempo. E um dos problemas maiores levantados pela televisão é a questão das relações entre o pensamento e a velocidade. Pode-se pensar com velocidade? (Bourdieu, 1997, p.39-40).

Por isso, este sociólogo francês fala de “ideias feitas” (1997), isto é, aceites pela maioria do público, mesmo antes das pessoas as terem efetivamente aceitado; são comuns e, portanto, segundo o referido pensador, nem provocam problemas de receção. Ou seja, o problema da comunicação, quer por via de um discurso, livro ou de uma mensagem televisiva, passa por saber se foi alcançado o objetivo de preencher as condições de receção. Na tese de Bourdieu, quem escuta tem de ter o código para decodificar o que o outro diz, sendo que “[...] a comunicação é instantânea porque, em certo sentido, ela não existe. Ou é apenas aparente” (Bourdieu, 1997, p.40).

Em suma, na ótica destes dois autores, se não estivermos atentos e deixarmos que a máquina nos controle em vez de sermos nós a controlá-la, a televisão pode tornar-se um veículo invasor na nossa casa e na nossa vida, ultrapassando todas as barreiras sem pedir licença.

A propósito, é de referir que o termo televisão é uma junção da palavra *tele* (origem do grego e significa “distante”) e *visione* (origem do latim e traduz-se em “visão”), e tem a forma de um aparelho eletrónico de receção/emissão de imagens e som à distância, por via de ondas eletromagnéticas.

Nesta esfera de “ver à distância” temos vindo a falar da imagem, do indivíduo e do coletivo. A realidade mundial aproxima-se de nós, através da televisão, ainda que distante na identificação com o telespectador em determinadas matérias, por um lado, e em certas geografias, por outro, ampliando um conhecimento em construção contínua.

Por seu turno, Raymond Williams (2016) defende que a função da televisão vai muito além do desenvolvimento técnico, que, considera, alterou o mundo em que vivemos; e de apenas informar e entreter o público. A televisão também tem a capacidade de educar e democratizar no sentido em que, na ótica do autor inglês, a “caixinha mágica” e a esfera social têm uma ligação e relação integrantes uma na outra.

Portanto, nas palavras de Williams não há preconceito quanto à televisão, e atribuir a esta o papel de “vilã” na história da sociedade, cultura e tecnologia, é lugar-comum por ele rejeitado. Fernanda Caldas (2017) complementa o entendimento dessa premissa do especialista, considerando que “a tecnologia como decorrente de um sintoma ou de alguma necessidade da sociedade, e traz afirmações, por exemplo, de que se não fosse a TV, alguma outra mídia exerceria a função manipuladora ou de entretenimento” (Caldas, 2017, p. 6).

Isto leva-nos ao conceito de poder. Porque vimos que a televisão é um instrumento considerado poderoso, quer estejamos a falar de informação, entretenimento ou de influência política, bem como de desenvolvimento económico e social.

1.2 – O Poder Mediático

Diz Nelson Traquina que “a televisão é rainha no mundo mediático” (1997, p. 12), pela sua versatilidade e pelas suas diferentes dimensões interativas. E, logo, ocorre-nos Todd Gitlin e o seu livro intitulado *The whole World is Watching*⁸, pensando no que é a televisão, efetivamente.

Entre os seus aspetos positivos e menos positivos, conforme vimos no ponto anterior, a verdade é que todos nós lidamos com os média (imprensa escrita, rádio e televisão), e todos nós inconscientemente ou não colocamos as imagens em movimento e o áudio, juntos, no topo, à semelhança de uma hierarquia.

A televisão destaca-se nesta *mediação*, mas, segundo Cardoso, Espanha & Araújo (2009), a ótica deve ser abrangente e não individualizada a cada um dos média, pois “como seres sociais, não usamos apenas um único media como fonte de comunicação, informação, ação e entretenimento, mas combinamo-los, usamo-los em rede” (Cardoso, Espanha & Araújo, 2009, p. 21).

Podemos considerar que a nossa relação com a televisão, e com os média em geral, enquanto parte integrante de uma sociedade, vai influenciar o papel desse mesmo média que, por sua vez, será um reflexo da referida sociedade.

Então, na tese de McLuhan (1997), conforme Cardoso, Espanha & Araújo (2009), haverá dois modelos distintos de sociedade na visão desta com os média que se diferenciam de outros pela sua tecnologia, sendo o primeiro “numa clara divisão de papéis e uma forte ordem hierárquica” (2009), referindo-se à imprensa escrita e à rádio, e, incluindo, ao cinema.

Ainda McLuhan (1997), e antes deste Poster (1995), diz que o segundo modelo, neste contexto, é “fruto da sociedade em que surgem e que promovem, através do seu uso, realidades socioculturais diferenciadas” (Cardoso, Espanha & Araújo, 2009, p. 25). Mas há, ainda, uma terceira abordagem na ótica de Ortoleva (2004), que os mesmos três autores (2009) fazem questão de mencionar, que passa por existir “um reequacionamento do alcance real das comunicações de massa, com os seus denominados “feitos” (Wolf, 1992), e sublinha que os utilizadores dos media encontram uma correspondência numa relação interpessoal em rede que condiciona e filtra a receção de mensagens” (Cardoso, Espanha & Araújo, 2009, p. 25).

Pierre Levy (1997), de acordo com Cardoso, Espanha & Araújo (2009), complementa este ponto de vista ao colocar em cima da mesa “a noção de *influência*, por oposição à de *impacto*”, acrescentando, com base nas palavras de Fornas (2007), que “a ação de qualquer

⁸ Gitlin, T. (2003). *The Whole World Is Watching: Mass Media In The Making And Unmaking Of The New Left*. (5ª edição). Estados Unidos da América: University of California Press.

forma de tecnologia, como os media, não pode ser considerada fora da cultura e por isso interage com a cultura, que a recebe e a modifica desde o seu nascimento” (Cardoso, Espanha & Araújo, 2009, p. 25).

Porque, a cultura, e recorremos a Raymond Williams (2016) por definir o conceito no âmbito da televisão, é também um *modus vivendi*, não tão só produção no campo intelectual e criativo, como reproduz Caldas (2017), mas também “enquanto processo, que se modifica e produz nas relações com a sociedade. Lugar de tensões e disputas de poder, no qual nada está fixado ou pré-estabelecido. Mesmo quando há continuidades, existem pressões constantes” (Caldas, 2017, p. 2).

Todas estas relações até agora mencionadas – da televisão à sociedade, passando pela cultura, tecnologia e hierarquia dos média, consciente ou não consciente no olhar do público, alargado e anónimo, cujo lugar de topo é ocupado pela televisão, expressam-se e desenvolvem-se sob as tendências, as orientações e o poder de cada qual. Mas quando se fala de poder, há sempre algo ou alguém que, por diversos aspetos, domina mais do que os outros. Assim, nos média, perguntamos o que é isto de “poder mediático”?

Antes de tentarmos responder a esta questão, é de referir o que se entende por “média”, “mass média” e, a par disso, “campo dos média”, conceitos que nos ligam à televisão e, também, motivam o conhecimento da sua origem a nível mundial.

Para Pierre Sorlin (1997), conforme a base do termo *média*, “um médium é algo que permanece no meio ou numa posição intermédia – um agente, algo através do qual um objetivo é realizado. Por outras palavras, há dois pólos e entre eles um médium (por exemplo, um telefone ou fax) (Sorlin, 1997, pp. 2-3). Mas, hoje em dia, salienta o mesmo autor, “os media são meios pelos quais a informação e o entretenimento são difundidos”, considerando que, no entanto, “o que é conhecido como os media inclui uma larga variedade de componentes e que o seu estudo não deve seguir um esquema simplificado do tipo emissor/médium/destinatário” (Sorlin, 1997, p.3).

Também Adriano Duarte Rodrigues (1985) considera que o termo *média* tem um sentido mais lato em comparação com o *mass média*, sendo que, por norma, este designa “o conjunto dos meios de comunicação social (imprensa escrita, radiofusão sonora e televisiva, publicidade e cinema)” (Rodrigues, 1985, p. 152).

Com o *mass* (“massa”), Sorlin (1997, p. 2) diz que “a própria palavra transmite uma noção de peso e quantidade”.

Voltamos a Rodrigues e ao que ele define *campo dos média* – “uma instituição fluida e disseminada pelo conjunto do tecido social moderno” (Rodrigues, 1985, p.153):

[...] Abarcando, portanto, todos os dispositivos, formal ou informalmente organizados, que têm como função compor valores legítimos divergentes das instituições que adquiriram nas sociedades modernas o direito a mobilizarem autonomamente o espaço público, em ordem à prossecução dos seus objetivos e ao respeito dos seus interesses (Rodrigues, 1985, p.152).

Sobre o poder mediático e os efeitos dos média, no caso da televisão, João Pissarra Esteves (2011, p. 383) declara que “estamos perante um *medium* absolutamente *sui generis* no que respeita a características operacionais”:

[...] A força apelativa das suas mensagens (uma razão também para a sua extraordinária difusão social), o seu poder de sedução, a facilidade como nelas se processa a transição de fronteiras simbólico-realidade. Enfim, todo um perfil próprio do medium pouco consentâneo com a ideia contida dos efeitos até essa época dominante, e também com a noção de efeitos em termos estritamente comportamentais (Pissarra, 2011, p.383).

Posto isto, vemos que a imprensa nacional revela opiniões sobre a “força” do “poder mediático” no país na área política. Este artigo não assinado do jornal *Record*, fala de “ícones” e de “imagem que se cria para o consumo do povo”⁹:

Poder mediático. Hoje esta força criada pelos órgãos de comunicação social, nomeadamente pela televisão, que cria verdadeiros ícones na sociedade contemporânea, tem um papel muito importante. Veja-se o caso da nossa política interna. O primeiro-ministro é o mais mediático e populista dos políticos portugueses. O ministro da Defesa foi director de um jornal, o provável futuro líder da oposição também não perde uma oportunidade para aparecer. Ou seja, há muita coisa que se joga nesta imagem que se cria para o consumo do povo [...]. (*O Poder Mediático*, 2004).

⁹Record (2004, julho 25). *O Poder Mediático*. [consult. 2021-03-25] Disponível na Internet em <https://www.record.pt/opiniao/detalhe/o-poder-mediatico>.

O mesmo artigo aponta ainda baterias para a área desportiva. E levanta a questão sobre justiça, dando como exemplo Beckham, notícia diária, fora do Top 5 dos melhores jogadores do Real Madrid, e “Roberto Carlos, um verdadeiro portento de força e técnica, é mais falado desde que se divorciou e alinha numas festas com Ronaldo do que pelo seu talento. Justo? Não, mas isso interessa...”¹⁰

Dois anos depois, o mesmo tema é falado num artigo de opinião, desta feita no *Jornal de Notícias*, de Manuel Menano (2006), que reproduz a perspetiva de um jornalista estrangeiro (Ignacio Ramonete), introduzindo aspetos relacionados com crise, credibilidade e democracia.

Destaque para as considerações em que os média deveriam funcionar como “contra-peso” e que deixaram de cumprir o seu papel por via dos avanços da Internet e do meio digital, promovendo assim um movimento em que “os três suportes da comunicação - som, texto e imagem - tendem cada vez mais a confundir-se, e, nos últimos 15 anos, surgiram gigantes no sector que se lançaram noutros negócios e remeteram a parte jornalística da sua atividade para um mínimo.”¹¹

O autor deste mesmo artigo alerta para a preocupação maior de Ramonet (2006): o poder mediático como “segundo poder” situado entre o económico e o político, sendo que “particularmente alarmante para Ramonet é a emergência do poder mediático como o segundo poder, logo atrás do económico e “bem à frente do político”. Mais, “a cumplicidade entre os dois primeiros acaba por dominar o terceiro como se viu em Itália no caso Berlusconi”.¹²

Por outro lado, é inevitável não fazermos referência aos artistas de televisão ou cinema, nomeadamente do *big show media* internacional, e ao seu mediatismo, provavelmente entendido como “normal” ou “necessário”, quer por parte das próprias figuras, quer das massas, mesmo com “escândalos” à mistura na vida pessoal e profissional.

Porém, num artigo de 2015, o *Observador* fala de Amal Alamuddin Clooney, advogada, especialista em Direitos Humanos e casada com o ator norte-americano George Clooney, e do que pode ser interpretado como o lado positivo do mediatismo em contraste com as críticas anteriores. E não obstante a diferença de áreas e esferas em questão, a verdade é que há pontos que, pelo menos neste caso, se tocam como justiça, democracia e política:

Amal Clooney integra a equipa de advogados que está a tratar da defesa do ex-presidente Mohamed Nasheed, preso desde março passado depois de ser deposto

¹⁰ *Idem.*

¹¹ Menano, M. (2006, março 16). *Poder mediático à frente do político*. *Jornal de Notícias*. [consult. 2021-03-25]. Disponível na Internet em <https://www.jn.pt/arquivo/2006/poder-mediatico-a-frente-do-politico-541362.html>

¹² *Idem.*

com uma arma, como tem sido denunciado pela Amnistia Internacional a organizações internacionais como a ONU. O caso de Mohamed Nasheed é um dos muitos que não chegou às primeiras páginas dos jornais. [...] Amal Clooney tem usado a sua popularidade para trazer o caso do seu cliente para agenda mediática. (*Amal e o poder mediático de uma apelido*, 2015)

Os média produzem efeitos na sociedade, desde as intenções do comunicador às suas características, passando pelo processo, consciente ou não, que faz conexão com os recetores, sem esquecer a mensagem em texto, imagem e áudio, acerca dos quais José Rodrigues dos Santos (2015), jornalista e escritor, faz referência ao que um grupo de investigadores (Comstock, Chaffee, Katzman, McCombs e Roberts) designou “ato de TV” (Rodrigues dos Santos, 2015, p. 157).

Segundo Rodrigues dos Santos, trata-se do “principal estímulo [...] a exibição no pequeno ecrã de uma determinada ação” (2015, p. 157), ao se seguirá outros subestímulos como “excitação”, “atração” ou, quanto mais realista for a exibição do “ato de TV”, a “imitação” (2015, p. 157).

Ainda acerca dos efeitos dos média na sociedade, José Rodrigues dos Santos (2015) salienta que são amplos e com características, verificando-se por isso o problema de os determinar. Contudo, refere o jornalista, “[...] a verdade é que qualquer ato humano tem essa potencialidade. Um discurso deverá ser julgado pelo seu efeito sobre alguém”, escrevera Aristóteles na sua *Retórica*” (Rodrigues dos Santos, 2015, p.13).

É também um poder o acesso aos média, porque as fontes não são iguais no seu acesso ao campo jornalístico, conforme destaca Traquina (2007). E, por via das palavras de Herbert Gans (1979), o mesmo autor justifica que “[...] fontes, jornalistas e público coexistem dentro de um sistema que se assemelha ao jogo da corda do que a um organismo funcional inter-relacionado”:

No entanto, os jogos da corda são decididos pela força: e as notícias são, entre outras coisas, o exercício do poder sobre a interpretação da realidade. [...] Para a teoria interaccionista, o reverso da medalha é igualmente válido: outros agentes sociais não têm acesso regular aos meios e comunicação social (Traquina, 2007, p.122).

Este poder e este paradigma das notícias como *construção social*, marcado a partir dos anos 60 e 70, resultou de várias reflexões e novos métodos, abrindo caminho para as teorias estruturalista e interaccionista que nos fala Traquina (2007): a primeira coloca a tónica na relação estrutural entre os média e a ideologia política dominante, no entanto reconhecendo “autonomia relativa” aos jornalistas no que diz respeito ao controlo económico direto; a segunda, dita que “as notícias são o resultado de um processo de produção, definido como a perceção, seleção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (notícias) [...] Numa palavra - ter *noticiabilidade*” (Traquina, 2007, p.101-107).

Com os olhos postos no poder mediático, a partir daqui recorreremos à situação pandémica provocada pela doença da Covid-19¹³ que, apesar de ter assolado o mundo em 2020, eclodiu na China no final de 2019. Trouxe um novo olhar e uma nova ação à escala global, colocando em causa as fronteiras ou a ausência destas nos contactos e nas relações sociais entre indivíduos, comunidades e povos.

Foram, portanto, transversais os efeitos sociais, económicos e políticos. E como afetou as habituais formas e dinâmicas de comunicação?

¹³ SNS24. *Temas da saúde: “COVID-19”*. [consult. 2021-03-25]. Disponível na Internet em <https://www.sns24.gov.pt/tema/doencas-infecciosas/covid-19/>

1.3 Dinâmicas de Comunicação e a Covid-19

Por um lado um vírus identificado como SARS-CoV-2 que deu origem à doença infecciosa da Covid-19 e cujos indícios foram conhecidos em dezembro de 2019, na cidade de Wuhan, na China, através do surgimento de casos de uma desconhecida pneumonia em seres humanos, o que levou em março do ano seguinte a Organização Mundial de Saúde (OMS) a emitir o alerta¹⁴ de pandemia. Por outro lado, o mundo e os média e a necessidade da prática de uma comunicação com reforço na importância da informação e, sobretudo, da credibilidade dessa mesma informação.

Estamos a falar de uma crise conjuntural, de saúde pública, sem antecedentes, que atingiu todas as esferas da sociedade, do emprego às atividades culturais, por exemplo, com consequências económico-financeiras e que, literalmente, ultrapassou fronteiras.

Os governos decretaram estado de Sítio, estado de Emergência, situação de Calamidade, Contingência e Alerta, consoante a situação epidemiológica da COVID-19 em zonas, concelhos, cidades e países, o que, por vezes, implicou longos períodos de confinamento.

Enquanto a 2 de março de 2020, o primeiro despacho¹⁵ do Governo da República “ordena aos empregadores públicos a elaboração de um plano de contingência alinhado com as orientações emanadas pela Direção-Geral da Saúde, no âmbito da prevenção e controlo de infeção por novo Coronavírus (COVID-19), a 10 de março do mesmo ano, outro despacho¹⁶ já ordena “a suspensão de voos de Itália”.

Passados oito dias, entre a publicação de vários decretos, portarias, despachos e resoluções, a Assembleia da República resolve conceder autorização para a declaração do estado de emergência¹⁷, dando conhecimento que “o estado de emergência tem a duração de 15 dias, iniciando-se às 0:00 horas do dia (...) de março de 2020 e cessando às 23:59 horas do dia (...) de abril de 2020, sem prejuízo de eventuais renovações, nos termos da lei”.¹⁸

¹⁴ Nações Unidas. (2020, março 11). “*Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia*”. ONU News. [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em <https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706881>

¹⁵ Despacho n.º 2836-A/2020, do Gabinete das Ministras da Modernização do Estado e da Administração Pública, do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social e da Saúde. (2020, março 2). Diário da República n.º 43/2020, 2º Suplemento, Série II. [consult. 2022-05-16]. Disponível na internet em <https://dre.pt/dre/detalhe/despacho/2836-A-2020-129793730>

¹⁶ Despacho n.º 3186-D/2020, Infraestruturas e Habitação – Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e das Comunicações. (2020, março 10). Diário da República n.º 49/2020, 1º Suplemento, Série II. [consult. 2022-05-16]. Disponível na internet em <https://dre.pt/dre/detalhe/despacho/3186-D-2020-130114105>

¹⁷ Resolução da Assembleia da República n.º 15-A/2020, da Assembleia da República. (2020, março 18). Diário da República n.º 55/2020, 3º Suplemento, Série I. [consult. 2022-05-16]. Disponível na internet em <https://dre.pt/dre/detalhe/resolucao-assembleia-republica/15-A-2020-130399863>

¹⁸ *Idem*.

Também nos Açores, a informação governamental, através da Direção Regional da Saúde, começou por definir numa circular normativa¹⁹ (13 de fevereiro de 2020) apresentar a definição de caso e de contacto próximo para a infeção por Covid-19, assumindo desde logo que “estas definições podem ser atualizadas a qualquer momento. Em complemento, serão emitidas orientações específicas. As situações não previstas nesta orientação, devem ser avaliadas caso a caso.”²⁰

Uma vez que estamos a falar de uma região ultraperiférica, destacamos uma circular normativa (22 de março de 2020) que determina “a suspensão das ligações aéreas da SATA Air Açores entre todas as ilhas da Região, exceto os casos de força maior, desde que devidamente autorizadas pela Autoridade de Saúde Regional.”²¹

Ou então, a nível de ilha, na circular normativa (22 de abril de 2020), a determinação das “regras relativas à interdição de circulação, encerramento de serviços e estabelecimentos e efetivação das Cerca Sanitária Concelhias na Ilha de São Miguel”, considerando que, à data de 2 de março de 2020, após os resultados laboratoriais, “a ilha de São Miguel se encontra numa situação epidemiológica potencial de transmissão comunitária ativa, com elevado risco de surgimento de cadeias de transmissão em todos os concelhos da ilha.”²²

São portanto exemplos de normas que determinam a interdição da circulação de pessoas dentro de uma ilha, no caso de São Miguel, e entre ilhas, em nome da prevenção contra o contágio da Covid-19, o que se refletiu em grande parte das diferentes áreas da sociedade em geral.

Ou seja, as transformações sociais de prevenção passaram por aulas presenciais substituídas pelas ligações online entre professores e alunos; teletrabalho que se tornou a “nova realidade” laboral; estabelecimentos comerciais e empresariais suspenderam os seus serviços e, em alguns casos, tomaram a forma de “*take away*”.

Contudo, entre os meios de comunicação, ajustados, adaptados ou simplificados, os noticiários não deixaram de ser emitidos, a grelha das televisões continuou a precisar de conteúdo, as rádios mantiveram as suas transmissões e os jornais contaram as habituais edições diárias ou semanais, conforme a sua periodicidade, com o trabalho dos seus recursos humanos.

¹⁹ Circular Normativa n.º 8. Direção Regional da Saúde. (2020, fevereiro 13). [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em https://covid19.azores.gov.pt/?page_id=622

²⁰ *Idem*.

²¹ Circular Normativa n.º 16. Direção Regional da Saúde. (2020, março 22). [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em <http://www.azores.gov.pt/NR/rdonlyres/25F80DC1-51E6-4447-8A38-E19529975760/1121792/cn16v2.pdf>

²² Circular Normativa n.º 22. Direção Regional da Saúde. (2020, abril 2). [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em https://covid19.azores.gov.pt/?page_id=2420

Para Lopes, Araújo, Magalhães & Sá (2020) essa doença infecciosa e os seus constrangimentos motivou o jornalismo a assumir também um papel de combate à pandemia por via, naturalmente, da informação e das dinâmicas de comunicação algumas das quais em jeito de alerta.

Assim, estes autores, a maioria investigadores ligados à Universidade do Minho, dão exemplo do semanário *Sol* que a 14 de março de 2020, dois dias depois do Governo português anunciar que iria suspender as atividades presenciais das creches até ao ensino superior, bem como limitar o acesso a centros comerciais e a serviços públicos, reduzir a lotação de restaurantes, fechar bares e, também, proibir visitas a lares de idosos, coloca a frase “Fique em casa” no título da manchete dessa edição. Acerca disso, José António Saraiva, antigo diretor desse semanário, escreve num artigo, dizendo que, entre dúvidas, “[...] aquele ‘Fique em casa’ foi a frase certa no momento certo. E, replicada por outros meios, pode ter poupado muitas vidas.”²³

Aliás, Lopes, Araújo, Magalhães & Sá (2020) dizem mesmo que o título converteu-se “num *hashtag* que os meios de comunicação social replicariam em permanência: no canto superior dos ecrãs de TV, nos respetivos sites, nas páginas dos jornais, nos alinhamentos das rádios” (Lopes, Araújo, Magalhães & Sá, 2020, p. 221).

Os especialistas em Comunicação salientam que, no âmbito do inquérito que realizaram à classe jornalística sobre a sua atividade desenvolvida durante todo o estado de emergência, “92,2% dos jornalistas declararam terem tido uma preocupação permanente em orientar comportamentos, uma escolha nunca vista no Portugal democrático depois do 25 de abril de 1974” (Lopes, Araújo, Magalhães & Sá, 2020, p. 221). No entanto ressalvam que se tratou de inteirar os públicos em permanência acerca da evolução da pandemia no país e no mundo, e não de os direcionar para dar apoio a determinadas opções políticas.

O objetivo principal, explicam, passou por ajudar as populações a adotar atitudes (ficar em casa, usar máscara, respeitar o distanciamento físico, desinfetar as mãos) que resguardassem a saúde pública e evitassem o contágio da doença. Uma orientação que pode ser interpretada como um contributo para o bem-comum através desta atividade profissional.

De acordo com Cunha, Martins e Cabrera (2021), à semelhança da Covid-19, outras pandemias - pneumónica/ gripe espanhola (1918); HIV/SIDA (1980); SARS (2002) e Ébola (2014) – estiveram no centro das atenções dos média, mas há diferenças no tempo de reconhecimento da Covid-19 “como valor-notícia e como objeto de investigação para os estudos dos média” (2021, p. 194), sendo para a atual pandemia “imediato”, isto num

²³ Saraiva, J. A. (2020, março 26). *Fique em Casa!* Sol. [consult. 2021-05-28] Disponível na Internet em <https://sol.sapo.pt/artigo/690711/fique-em-casa->

sistema mediático dominado pelo digital, e para as antigas “longo”, desta feita num sistema mediático analógico marcado pela imprensa e televisão (2021).

Em Portugal, segundo Cunha, Martins e Cabrera (2021), a televisão domina as ferramentas fundamentais para a comunicação, sendo, portanto, o canal privilegiado pelas entidades competentes na Saúde e na Política para montar as suas estratégias:

[...] O recurso aos canais generalistas e com maior audiência em Portugal permitiu a divulgação e justificação de medidas políticas e sanitárias, a oportunidade de reforçar a literacia em saúde pública, bem como mobilizar os cidadãos para acatar medidas quotidianas restritivas. Em simultâneo, os mesmos atores garantiram a veiculação de uma informação transparente, explicada corretamente de modo a influenciar comportamentos, minimizar os riscos, mas também evitar o pânico, o alarme e a disrupção social durante a epidemia (Cunha, Martins & Cabrera, 2021, p. 201).

A mesma fonte salienta que, assim, a informação sobre a Covid-19 se tornou prioritária (2021) e, a par disso, as mesmas estratégias reforçaram o valor da marca das próprias televisões, por via da aposta numa oferta informativa diferenciada com recurso aos dados oficiais da Direção Geral de Saúde (DGS) e ao impacto da doença no Serviço Nacional de Saúde (SNS).

Já Oliveira, Christino e Júnior (2021) destacam a questão da comunicação como uma das grandes diferenças entre as pandemias do passado e a atual, sendo que, à semelhança da visão dos outros autores atrás mencionados, a “velocidade” da circulação da informação, sobretudo na internet e nas redes sociais, isto é, no *Facebook* e *Twitter*, “agregou um elemento de instantaneidade no Covid-19 e a comunicação desenrolar da pandemia que tornou-a mais próxima e confusa para quem acompanhava o noticiário e as redes sociais” (Oliveira, Christino & Júnior, 2021, pp. 87-88):

O coronavírus deixa de ser apenas objeto de estudo de laboratórios de pesquisa microbiológica para dominar o planeta, seja pela rápida transmissão interpessoal em um mundo convertido em aldeia global, seja pela ainda mais veloz propagação em redes sociais e manchetes de jornais, com conteúdo científico, político,

pseudocientífico e, inclusive, material rotulado como fake news (Oliveira, Christino & Júnior, 2021, p. 89).

Todos estes autores ajudam-nos a perceber melhor a influência da televisão, por um lado, e da internet e redes sociais, por outro, numa perspetiva em que as sociedades, à escala mundial, buscam respostas aos seus anseios, medos e às suas questões em relação a uma pandemia que só mostra, até ao momento, uma certeza: pode ser mortal.

Neste sentido, importa focar aquilo que dá acesso a estes canais de comunicação: a liberdade, o controlo e a democracia vistas como promessas da Web e sobre as quais Bauman (2017) tem uma perspetiva menos positiva, ou seja, se a ideia da Internet era “derrubar muros e abrir janelas” (2017, p. 62), o que acontece em bom rigor, segundo este autor, é a mesma ser usada para “construir um refúgio” (2017, p. 62), permitindo um “«isolamento fantástico» [...]”. Em vez de servir a causa de aumentar a quantidade e melhorar a qualidade da integração humana [...], a web facilitou práticas de isolamento (*enclosure*), separação, exclusão, inimizade e conflituosidade” (Bauman, 2017, p. 62).

Esta referência a Bauman serve para dar exemplo da importância da responsabilidade num meio em que, praticamente, tudo é possível face à sua ampla abertura e, portanto, no contexto da pandemia mais evidente ficou a facilidade com que se pode promover a desinformação ao mesmo tempo que se pode condicionar a opinião pública.

E, aqui, importa falar da fonte de informação e do seu papel determinante numa orientação para o público, verificando os dados e o conteúdo para que a margem de erro, nesta perspetiva de acesso fácil, livre e democrático, seja menor e, por outro lado, a sua confiança e credibilidade seja maior: “a palavra “fonte”, do latim “fons” remete-nos para a ideia de nascente. É o princípio, a origem, o fundamento ou a causa de algo. E, no jornalismo, são efetivamente elas que estão na origem das informações que lemos, vemos e ouvimos nos media” (Lopes, Araújo, Magalhães & Sá, 2020, p. 216), e “no campo da Saúde e da Medicina, as fontes de informação são ainda mais preciosas. Em causa estão temas complexos, que colocam obstáculos à autonomia dos jornalistas, pelo que a dependência das fontes é uma realidade frequentemente apontada” (Lopes, Araújo, Magalhães & Sá, 2020, p. 217).

Porém, voltando um pouco atrás, a pandemia trouxe mudanças no cenário social no que diz respeito ao modo como as pessoas passaram a comunicar-se com os demais amigos, familiares e colegas devido ao confinamento e ao distanciamento.

A utilização da Internet, das redes sociais e dos recursos audiovisuais veio criar “oportunidades de encontros e representações que estabelecem pontes para acessar o lugar do outro”, de acordo com Oliveira, Christino e Júnior (2021, p. 207), sendo que, “desta

forma, os recursos midiáticos favorecem o rompimento das fronteiras impostas pelo distanciamento, modificando as relações sociais e concepção de mundo” (Oliveira, Christino & Júnior, 2021, p. 207).

Percebeu-se então que o ambiente digital se consolidou em tempos de pandemia, considerando que, sobretudo em períodos de confinamento, os telemóveis, a Internet e as redes sociais foram os principais instrumentos para a prática de uma comunicação entre as pessoas e para uma interação social nos vários contextos, laboral e cultural, por exemplo, contribuindo também para uma maior consciência global sobre a doença.

Por exemplo, no campo cultural, Alvarenga e Pichiguelli (2021) nos fala da pandemia como “fenómeno comunicacional” (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 224) quando abordam a comunicação religiosa na pandemia, considerando que, além da questão da Saúde e do sofrimento, “catalisou, de modo exponencial, um processo que já vinha ocorrendo, no sentido da digitalização e da conectivização das práticas religiosas” (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 224):

Houve uma migração das práticas religiosas para os mais diversos ambientes digitais, o que também exponenciou, por outro lado, os próprios limites e potencialidades das práticas religiosas tradicionais. Então, tivemos um somatório e uma condensação de processos em um período específico de tempo, seja do ponto de vista da pandemia, seja do ponto de vista da digitalização que já estávamos vivendo como sociedade, seja ainda das práticas religiosas. (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 224).

Na prática, em traços largos, segundo estes autores, trata-se de “fazer aquilo que sempre se fez, do modo como sempre se fez: o rito lá no templo, só o clérigo, o pastor, o irmão, o rabino, seja qual for a liderança religiosa, fazendo aquilo que costumava fazer, mas agora com o templo vazio, e transmitindo essa experiência para os fiéis em suas casas” (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 237), o que significa uma mudança na transmissão, agora por meio da tecnologia e num espaço ampliado, e não no rito.

Também na televisão, nomeadamente nos noticiários, fez-se sentir essa alternativa de espaço ampliado, em concreto com as videochamadas, via *skype*, por exemplo, com mais frequência, para em simultâneo concretizar as entrevistas necessárias, cumprindo o trabalho diário, sem colocar em causa as orientações das autoridades de saúde e o confinamento obrigatório.

A televisão destacou-se ainda pelo papel relevante na adaptação que a Educação teve de fazer em termos de aulas e estudo, sendo que, através de uma parceria entre o Ministério da Educação e a RTP, “este recurso demonstrou ser fundamental no acompanhamento das atividades dos alunos, na altura também em situação de confinamento”²⁴ para dar forma ao projeto “#EstudoEmCasa” cujo objetivo destes conteúdos televisivos é “promover uma escola próxima de todos, implicando uma articulação com o trabalho desenvolvido ou a desenvolver pelos docentes de cada uma das escolas”.²⁵

Voltando aos noticiários, e estando a maioria das pessoas em casa em trabalho e em família, este modo de trabalhar promoveu momentos caricatos que se tornaram “virais” na *Internet*. É o caso da entrevista de Clare Wenham, professora e especialista em saúde mundial na Escola de Economia de Londres, à BBC News²⁶, que foi interrompida pela sua filha em pleno direto, gerando uma situação cómica entre os intervenientes.

Mas mantemos as atenções em Londres, desta feita num artigo²⁷ (2020) sobre os efeitos da Covid-19 na credibilidade do jornalismo e dos média. Com mais ou menos “videochamadas”, com mais ou menos recursos humanos e, sobretudo, com mais ou menos possibilidades dos jornalistas e repórteres saírem das redações em trabalho, em que medida está a confiança do público no desempenho das funções de quem tem a missão de informar, sabendo-se de antemão a particularidade da informação estar em grande parte focada na área da saúde pública. Isso mesmo foca o artigo em questão – de um impacto global, por via da Covid 19, cujo tema domina todas as notícias, onde as indústrias foram afetadas praticamente sem exceção, incluindo o jornalismo, a par do dia-a-dia das populações e comunidades:

Some themes in particular became apparent in making working life run smoothly. The use of email to pitch to journos has become even more important now, with heavy workloads to consider; expert video interviews are highly regarded in a time when we're all on our devices at home; and new (positive) angles on Covid-19 stories are growing popular during the crisis. (*How Covid-19 is affecting trust in journalism and the media*, 2020)

²⁴ #EstudoEmCasa. Direção-Geral da Educação. [consult. 2022-04-22]. Disponível na Internet em <https://estudoemcasa.dge.mec.pt/>

²⁵ *Idem*.

²⁶ BBC News YouTube Channel. (2020, julho 2). *Child interrupts BBC News interview* - BBC News. Youtube [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em https://www.youtube.com/watch?v=sG_5ZmpR3zo

²⁷ Marketing Week. (2020, abril 19). *How Covid-19 is affecting trust in journalism and the media*. [consult. 2021-04-04] Disponível na Internet em <https://www.marketingweek.com/covid-19-affecting-trust-journalism-media/>

Se passámos a ter uma diferente perceção do tempo, aparentemente menos veloz, se o contacto através do vídeo tem uma maior importância e se temos novos ângulos das histórias, neste caso com o tema da Covid 19, colocando a tónica em aspetos positivos durante uma crise à escala mundial, então estaremos a falar de motivações acrescidas para levar avante uma “reinvenção” nesta área de trabalho?

No contexto dos novos média e da tecnologia, o que trata esta “reinvenção”? Mas, para já, mantemos o tema da credibilidade do jornalismo no contexto da pandemia, sob a perspetiva de Miguel Ormaetxea, jornalista espanhol que tem defendido a “reinvenção” do jornalismo, por via da aposta nas novas tecnologias, e a importância da prática de um jornalismo de qualidade sobretudo neste período da história em que vivemos todos:

El periodismo de calidad es esencial para que la gente tome decisiones bien informadas. Pero miles de medios están en la ruina y la pandemia les ha dado la puntilla. Se despiden periodistas, se cierran medios. Luego nos quejamos de las teorías conspiranoicas, la desinformación, los bulos, el populismo rampante. Es la otra pandemia. Y es posible que termine haciendo más muertos que el Covid-19 (Ormaetxea, 2021).

Quase um ano e meio antes desta publicação, Miguel Ormaetxea (2020) sublinha num artigo²⁸ que mais do que a importância, a necessidade da “reinvenção” do jornalismo e dos média, no sentido de serem ultrapassados desafios de financiamento, da evolução tecnológica que, com base na visão deste autor, está a desenvolver cada vez mais ações semelhantes aos humanos; e, ao mesmo tempo, de lançar novos olhares e diferentes dinâmicas na área:

[...] El periodismo financiado fundamentalmente por la publicidad se terminó y no hay vuelta atrás. Pero es muy difícil cambiar la cultura de los grandes medios, que siguen anclados en idénticas pautas [...] La tecnología es primordial, cada día más, en el periodismo: Inteligencia Artificial para la gestión de datos, blockchain para administrar cooperativas de creadores de contenidos, robots que escriben de formas

²⁸ Ormaetxea, M. (2020, julho 28). *Hecatombe pandémica en los medios*. Media-tics [consult. 2021-04-04] Disponível na Internet em <https://www.media-tics.com/noticia/9317/hecatombe-pandmica-en-los-medios.html>

imparables, que no puedes distinguir de los humanos, Realidad Virtual y Ampliada, etc. (Ormaetxea, 2020)

Na origem destes dois artigos (2020) está a pandemia e o que, por assim dizer, ela veio “pôr e tirar” ao nosso mundo laboral e pessoal numa perspetiva abrangente, global, com espaço para alertas e conselhos, enfatizando direta ou indiretamente que o jornalista/jornalismo dos dias de hoje tem de abraçar a tecnologia com ambos os braços, reinventar-se a si mesmo e reinventar a sua atividade se quiser progredir e obter resultados satisfatórios.

Aqui está ao mesmo tempo a dificuldade e o sentimento de paixão do futuro desta profissão.

A propósito, segundo Neil Thurman (2020), a *BBC Three*, no Reino Unido, tornou-se em fevereiro de 2016 o primeiro canal de televisão no mundo a substituir a sua transmissão linear pela programação “on demand” via online, seguindo-se em janeiro de 2020 dois canais dinamarqueses, ambos focados na audiência jovem, pelas mesmas razões – os cortes de orçamento motivaram essa aposta em passar do tradicional para o digital, apesar de o caso inglês datar antes da pandemia e o dinamarquês após a pandemia.

No entanto, a *BBC Three*, conforme anúncio de Charlotte Moore²⁹, responsável pelo departamento de conteúdos, fez saber em março de 2021, cinco anos depois da sua mudança de paradigma, da intenção do seu regresso ao modelo “antigo” previsto para janeiro de 2022. Em causa estão as audiências:

The BBC needs to back success and make sure its programmes reach as many young people as possible, wherever they live in the UK. So regardless of the debates about the past, we want to give BBC Three its own broadcast channel again. It has exciting, groundbreaking content that deserves the widest possible audience, and using BBC iPlayer alongside a broadcast channel will deliver the most value. (Moore, 2021) .

Então, o valor acrescentado no contexto das audiências traduz-se numa espécie de “casamento” entre o tradicional e o digital, repartindo atenções e géneros de conteúdos,

²⁹ Moore, C. (2021, março 2). *BBC Three to return as a broadcast channel in January 2022*. BBC Media Centre [consult. 2021-05-05] Disponível na Internet em <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2021/bbc-three-broadcast-channel>

num investimento cujos responsáveis acreditam num retorno a breve trecho. O enfoque na audiência jovem é justificado nas declarações de Charlotte Moore (2021):

While the BBC does well with large parts of the younger audience - on average, young adults in the UK spend more media time per week (seven and a half hours) with BBC's services than any other brand; our research identified a significant group of younger viewers who maintain a strong linear TV habit but are currently light users of the BBC. We want to change that. (Moore, 2021)

Este é um exemplo que, face à conjuntura atual e às transformações a nível económico, social e cultural, a “reinvenção” deve ser feita sempre que a perspetiva de mudança se fizer anunciar sob pena dos média e dos profissionais de comunicação “perderem o barco”.

Em bom rigor, o atual período da história é de adaptação, não obstante todas as adaptações próprias de cada tempo. A particularidade dos dias de hoje poderá estar na “velocidade” da mudança e nas atenções mediáticas que essas mesmas mudanças estão sujeitas.

2. CAPÍTULO II – DESENVOLVIMENTO DA INTERNET E REDES SOCIAIS

2.1 No princípio era o “Click”

A expressão popular característica dos contos infantis “E viveram felizes para sempre” poderá ser assim parafraseada nos dias de hoje: “E viveram conectados para sempre” ainda que, em bom rigor, o “para sempre” poderá ser discutível.

Mas o que importa aqui é percebermos que nem sempre existiu Internet e redes sociais, e o que, atualmente, é uma “realidade”, um “normal” ou, como designa Castells, “virtualidade real” (2002, p. 459), no modo de comunicar das pessoas em sociedade, teve também os seus primórdios e o seu feito “extraordinário” como uma porta de acesso a um mundo diferente.

Por outras palavras, a Internet e as redes sociais são tão essenciais no nosso dia a dia, quase como um dado adquirido, ao ponto de já termos dificuldade em imaginar a vida sem a sua presença.

Tim Berners-Lee, considerado o pai da World Wide Web (WWW), o que em inglês significa numa tradução livre “teia de alcance mundial”, contribuiu significativamente para a mudança de vida e de paradigma das sociedades, a partir dos anos 80, sendo 1989 o ano que marca a divulgação da Web para o mundo e 1993 a sua disponibilização geral. Antes disso, a Internet teve o seu início em 1969³⁰ e cujas diferenças entre ambas veremos mais à frente.

Desde então basta-nos um “click”, por meio de *links*³¹, para podermos ir para qualquer coisa no mundo, sendo que, segundo Neil Savage (2017), Berners-Lee considera essa mudança de paradigma impenetrável em ambos os sentidos: “«It was impossible to explain to people what the Web would be like then, and now when you talk to millennials they can't understand what the problem was»”³².

O mesmo autor refere (2017) que para o inventor da Web esta criação estava mais relacionada com a questão social, no sentido de ajudar os utilizadores a interagir e a colocar em prática uma outra forma de “co-work”, do que propriamente com a questão técnica em si, e que o objetivo era alcançar uma presença ou existência no mundo tanto entre quem está a quilómetros de distância como entre quem está próximo quase lado a lado.

³⁰ Savage, N. (2017). Weaving the Web. *Communications of the ACM*, 60 (6), 20-22 [consult. 2022-01-05]. Disponível na Internet em <https://cacm.acm.org/magazines/2017/6/217732-weaving-the-web/fulltext>

³¹ *link* n.m. palavra inglesa que significa “elo, ligação”. Plural *links*. Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2008-2021). [consult. 2022-01-07]. Disponível na Internet em <https://dicionario.priberam.org/link>

³² Savage, N. (2017). Weaving the Web. *Communications of the ACM*, 60 (6), 20-22 [consult. 2022-01-05]. Disponível na Internet em <https://cacm.acm.org/magazines/2017/6/217732-weaving-the-web/fulltext>

Para Erik Qualman, “a maior força da Internet – partilha rápida e barata de informação – é também a sua maior fraqueza. Os motores de busca têm ajudado e continuarão a ajudar os utilizadores a aceder rapidamente ao pedaço de informação de que precisam no meio de triliões de bytes de dados” (Qualman, 2010, p. 27).

Este autor (2010) considera por isso que a “falha” está no facto de o utilizador precisar de saber em primeiro lugar o que deve procurar e, caso o que ele procurar não estiver na primeira página de resultados, o mais provável é ter vontade de desistir.

É neste seguimento que, também, Qualman refere que “dado o excesso de informação na Web, as pessoas exigem uma ferramenta que torne tudo mais fácil e lógico. Esse mecanismo são os media sociais” (Qualman, 2010, p. 27).

Antes disso, Castells já dizia que “a Internet [...] é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores (CMC): é a rede que liga a maior parte das redes” (Castells: 2002, p. 431), e que “no ano 2000 já existiam tecnologias acessíveis para um aparelho pessoal de comunicação de cobertura universal, aguardando apenas a resolução de inúmeras questões técnicas, jurídicas e administrativas para chegar ao mercado” (Castells, 2002, p. 82):

Cada grande avanço em um campo tecnológico específico amplifica os efeitos das tecnologias da informação conexas. A convergência de todas essas tecnologias eletrónicas no campo da comunicação interativa levou à criação da Internet, talvez o mais revolucionário meio tecnológico da Era da Informação (Castells, 2002, p. 82).

Então, se a Internet é a rede das redes, cuja criação e cujo desenvolvimento são anteriores à Web, na ótica de uma comunidade virtual disponível à escala mundial e detentora de um arquivo ilimitado, sem esgotar-se, a Web é um meio de acesso que usa a Internet através de navegadores em formato HTML (HyperText Markup Language), a linguagem de programação da Web, conforme explica Castells (2002), referindo que nos servidores de rede ficam armazenados o poder de processamento, os aplicativos e os dados, sendo que a inteligência da computação fica na própria rede: “os sítios da Web se comunicam entre si e têm à disposição o software necessário para se conectar qualquer aparelho a uma rede universal de computadores” (Castells, 2002, p. 89):

A internet atual surgiu de uma rede idealizada em meados dos anos 60, como uma ferramenta de comunicação militar alternativa, que resistisse a um conflito nuclear

mundial. Um grupo de programadores e engenheiros eletrônicos, contratados pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos, desenvolveu o conceito de uma rede sem nenhum controle central, por onde as mensagens passariam divididas em pequenas partes, que foram chamadas de “pacotes”. (Monteiro, 2001, p.28)

Desta forma, continua o mesmo autor (2001), a transmissão das informações seria feita com rapidez e margem de erro por via de uma rede constituída por computadores que poderiam assemelhar-se a “nós” e, em caso de anomalia, o propósito primeiro seria concretizado, pois essa mesma transmissão não iria sofrer alterações.

Anos antes, diz-nos La Baume & Bertolus (1995) que, nas palavras do fundador da “rainha das redes” (1995, p. 106), Vinton Cerf, uma das principais vantagens da Internet é dar o acesso a um meio de comunicação “que não responde perante as organizações” (1995, p. 106), já antevendo a liberdade, a relação horizontal e a democracia de um mundo cujo passaporte para entrar tem a forma de um “click”.

Ainda assim, constata Auter (1998), pelo mundo fora ainda há muita gente que não tem acesso ao serviço básico de telefone e televisão quanto mais esperar que tenha à Internet, “and although agencies that assist the homeless and disadvantaged are beginning to come online, most people are more concerned with day to day life in the real world than with what’s going on in cyberspace” (Auter, 1998, p. 122).

Neste seguimento, e falando nos lugares ditos desenvolvidos, cabe-nos colocar agora o foco na sociedade em rede, conceito enaltecido pelos avanços tecnológicos e pelas novas dinâmicas da informação, que transformam e são transformados pela própria sociedade, o qual surge depois de uma sociedade agrária e de uma sociedade industrial, embora tenham coexistido.

Na perspectiva de Castells (2002), as redes constituíram uma nova morfologia social nas sociedades contemporâneas e a sua ação de difundir criou modificações na operação e nos resultados dos processos que vão desde a produção até ao poder, passando pelas experiências e pela cultura, uma vez que estamos a falar de estruturas capazes de difusão ilimitada e, portanto, as portas estão totalmente abertas desde que tenham estes pontos em comum: códigos, condutas, linguagem e propósitos.

Então, à volta das redes vai-se organizando cada vez mais a informação e à volta da informação vai-se organizando cada vez mais a sociedade, tudo em linha com as tendências, a história, as funções e os procedimentos dominantes na nossa era em que, de acordo com Cardoso, Espanha & Araújo (2009), a sociedade é em rede, construída por indivíduos, empresas e Estado, operando num campo local e além-fronteiras.

Os mesmos autores referem a propósito que “dado que a comunicação é uma capacidade humana, nós como humanos, envolvidos em processos sociais, temos tendência a usar a comunicação para atingir os nossos objetivos, sem eles individuais ou coletivos” (Cardoso, Espanha & Araújo, 2009, p. 35).

Antes de vermos como cada um de nós se pode assumir na condição de comunicador, damos nota que a origem da palavra “comunicação”³³ deriva do latim *communico*, -are, o que significa “pôr ou ter em comum, repartir, partilhar”, e é neste contexto que vamos ao encontro das palavras de Esteves (2011):

Cada um de nós só pode assumir-se como agente de comunicação/sujeito de discurso a partir do momento em que se encontra inserido numa dada rede de sociabilidade, isto é, em conjunto com outros indivíduos, dando assim origem a um processo que transcende amplamente o contributo singular de cada um dos participantes (Esteves, 2011, p. 41).

Falamos da comunicação numa perspetiva de mudança social e de uma mudança social numa perspetiva de comunicação. É a técnica, o “click” e o global de novos meios e diferentes formas de comunicar que, diz Esteves (2011), nos tem proporcionado um conhecimento mais abrangente, com mais rapidez e à disposição generalizada.

Entre o “tradicional” e o “contemporâneo”; entre a televisão, a rádio e a imprensa escrita no modo “antigo” que conhecemos e, por outro lado, entre a Internet, a Web e as redes sociais e os novos media fica-nos um misto de fascínio pelo que pode o avanço tecnológico alcançar e de mistério pelo que ainda poderá surgir desse mesmo avanço.

Por isso também, das mudanças sociais, e subjacente causa-efeito, não se pode separar a técnica do recurso humano, como também não se pode ignorar a influência da sociedade e da cultura onde estamos inseridos, o que nos leva a recorrer ao que Alvarenga & Pichiguelli chama de “visão integral [...] do processo que se estabelece em rede” (2021, p. 233):

O ambiente digital possibilita [...] um contato, uma relação que se estabelece entre corpos, entre pessoas encarnadas. Por isso, é preciso uma visão integral, ecológica, complexa do processo que se estabelece em rede. Não abandonamos os nossos

³³ “comunicação”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2008-2021). [consult. em 20-01-2022]. Disponível na internet em <https://dicionario.priberam.org/comunica%C3%A7%C3%A3o>

corpos, as nossas experiências, as nossas vivências, as nossas emoções quando estamos em rede (Alvarenga & Pichigueli, 2021, p.233).

O “novo” traz sempre partículas do “velho” e o “velho” pode encaixar-se nas construções do presente.

Com os novos média, o Homem tornou a fazer parte do coletivo, ou seja, se os media tradicionais estavam despidos da ideia de companhia e participação ativa, o “novo”, que também se veste de admirável, devolveu-lhe a sua comunicação pessoal sem estar confinada no seu mundo. Por outras palavras, a sua presença é de si e, simultaneamente, de todos, por via da sua produção e, também, do seu consumo.

Poderíamos dizer que, com os novos média, o Homem duplicou-se e o seu percurso deixou de ter um sentido único, individual, para caminhar por várias direções, acompanhado, sendo que, agora, “a mensagem é o meio”, segundo Manuel Castells, referindo que os desenvolvimentos realizados na Internet a transformaram num suporte para a globalidade das mensagens (2006), contrariando a ideia “o meio é a mensagem” defendida por Marshall McLuhan.

O que, em última instância, poderia parecer um isolamento trata-se, na visão de Castells, de uma sociedade hipersocial, pois “as pessoas, na sua maioria, não disfarçam a sua identidade na Internet (...) As pessoas integraram as tecnologias nas suas vidas, ligando a realidade virtual com a virtualidade real, vivendo em várias formas tecnológicas de comunicação, articulando-as conforme as necessidades” (Castells, 2006, p. 23).

Para o autor espanhol, as pessoas envolvem-se mais umas com as outras e isso provoca transformações na sociedade, na comunicação, ao mesmo tempo que as mudanças nessas últimas duas têm reflexos nos seus relacionamentos.

Segundo Castells, o que, grosso modo, resulta dessa grande evolução “é que a cultura da sociedade em rede é largamente estruturada pela troca de mensagens no compósito do hipertexto eletrónico criado pelas redes (...), a virtualidade é a refundação da realidade através de novas formas de comunicação socializável” (Castells, 2006, p. 24).

Por outras palavras, estamos no mesmo mar digital, mas cada um na sua onda num oceano em constante levante de água. Adaptação poderá ser uma das palavras-chave para a mudança em constante permanência.

2.2 O “Online”, “Offline” e “Onlife”

Presença e ausência – “online” e “offline”, no contexto social, de resto em conexão ou fora de conexão como forma de separar “dois mundos”, se pensarmos em Bauman (2017, p. 60), ou duas realidades, se recordarmos o início do ponto anterior deste mesmo capítulo.

Em que medida a vida acontece nos momentos em que não estamos de facto a vivê-la? Alvarenga & Pichiguelli (2021) respondem indiretamente a esta questão considerando que, nos dias de hoje, dificilmente se pode separar o estar “online” e “offline” tal é a constante dualidade da nossa vivência diária, sabendo que “a vida é muito mais complexa do que isso. Mesmo quando estamos longe das telas, com o celular desligado, nossa vida online continua fervilhando [...]” (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 229).

Ora, estar “ligado” ou “desligado”, e com Serra (2006) falarmos de um Eu e de um Nós – entendido aqui como a humanidade -, atribuindo um carácter bipolar à Internet é, nas palavras deste autor, “simultaneamente, causa e efeito da natureza bipolar da sociedade a que Castells chama “sociedade em rede”, oscilando entre o global e o local, o universal e o particular [...]” (Serra, 2006, p. 2).

Esta parte no todo e este todo na parte desenhado com laços virtuais, em conexão direta ou indireta, conforme o estado do utilizador na Internet, mostra-se cheio de benefícios e mais-valias para a sociedade na tese de Qualman (2010), considerando que as pessoas manifestam o desejo de sentir que fazem parte de algo maior que elas mesmas, colocando a tónica na relação de proximidade e continuidade entre pais/filhos, empresas/clientes, por exemplo, e no decorrer da vida diária em tempo real.

Para Qualman (2010), os média sociais são sinónimo de “comportamento exibicionista” (2010, p. 62) que suscita uma competição entre as pessoas para verem quem faz ou se mostra de forma mais espetacular, mas este “eu, eu e mais eu” (2010, p. 62), no entender de Qualman, é bom no sentido em que “permite às pessoas avaliar as suas vidas coletivas e o que fizeram durante o dia, em vez de deixarem os anos passar [...]” (Qualman, 2010, p. 62).

Por outro lado, Bauman (2017), na sua visão menos esperançosa do acesso à Internet e à web, fala-nos de controlo a propósito de “dois mundos” (2017, p. 60) que considera “claramente distintos, duas entidades completamente e verdadeiramente nos antípodas uma da outra” (2017, p. 60) e que o século XXI nos impõe essa ação contínua de combinar e sobrepor as duas vertentes.

Na prática, salienta Bauman (2017), o mundo “online” atua sobre nós para nos aliciar, induzir e solicitar “a construir com os nossos modos e meios, servindo-nos dos instrumentos, estratégias e expedientes proporcionados pela tecnologia informática” (Bauman, 2017, p. 61).

Ao contrário do “offline”, diz este pensador polaco, no mundo “online” somos os “chefes”, ditamos a regra e controlamos as coisas numa ideia em linha com a nossa esperança de sermos notados e reconhecidos, a qual, no entender de Bauman, é enganosa na medida em que coloca tudo ao nosso alcance.

No seguimento do “engano” e do “espaço” aberto, Paulo Serra (2003) diz que, em comparação com a imprensa e o audiovisual, a Internet difere pelo acesso que nós temos ao seu espaço, à partida, sem estar condicionado. Ou seja, a publicação pode ser feita livremente por qualquer pessoa em qualquer tempo e lugar, ainda que, acrescenta o mesmo autor, “publicar não é, obviamente, sinónimo de ser visto ou ouvido” (Paulo Serra, 2003, pp. 78-79), referindo-se aos mecanismos de filtragem para seleccionar e excluir todo um “mundo” de informação.

Mas se formos mais além e considerarmos que o “online” e o “offline” deixam de existir como partes que se cruzam, como vimos atrás, sem grande margem de dissociação, isto é, afirmando que o “dualismo” está fora da equação nos tempos atuais e, efetivamente, passamos a determinar o “on-life” com a ajuda de Floridi (2015) quando nos diz que a nossa vida permanece em conexão, ligada, no sentido de nova dimensão da existência humana que é, ao mesmo tempo, experiência da atualidade, ou nas suas palavras: “the neologism “onlife” that I had coined in the past in order to refer to the new experience of a hyperconnected reality within which it is no longer sensible to ask whether one may be online or offline” (Floridi, 2015, p. 1).

Noutra perspetiva, Harari (2019) defende que o “online” reflete o “offline” e que há diferença entre ambos no que concerne sobretudo à “profundidade” (2019, p. 114), isto porque “os seres humanos têm corpos” (2019, p. 114) e, portanto, este autor chama à atenção para o que dificilmente é passível de materializar numa situação vivida à distância.

A propósito dos nossos corpos, Harari (2019) fala em distanciamento entre os mesmos devido à tecnologia, pois os nossos sentidos perdem para os equipamentos eletrónicos e o que se passa na nossa rua perde para o ciberespaço:

[...] Aquilo de que as pessoas realmente precisam são ferramentas para se conectarem às suas próprias experiências. [...] Na verdade, o que sentem é cada vez mais determinado pelas reações online. [...] As pessoas distanciadas dos seus corpos, dos seus sentidos e do ambiente físico têm tendência para se sentir alienadas e desorientadas. [...] (Harari, 2019, pp. 115-116).

Seguimos agora com Kotler (2021) para fazermos referência num ponto de relação entre o homem e a máquina, no contexto tecnológico, a qual, na sua visão, passa por uma complementaridade, tornando o discurso mais equilibrado em comparação aos anteriores autores e reconhecendo a tecnologia como prática fácil e rápida, que, conforme a sua primeira instância, pretende libertar recursos humanos.

O especialista norte-americano, considerado o pai do marketing moderno, dá exemplo da ação das empresas, dizendo que estas “têm ouvido os consumidores para rastrear e avaliar os seus sentimentos online, mas com um motor de análise preditiva integrado na plataforma de escuta social, as empresas também conseguem prever a probabilidade de perda de clientes e evitá-la (Kotler, 2021, p. 162).

Este é um exemplo da mencionada complementaridade de Kotler (2021), defendendo que, neste caso, as empresas devem aproveitar a tecnologia de marketing, ainda que, naturalmente, compare os dois lados com a certeza que “as máquinas são fixas, mas os seres humanos são calorosos” (Kotler, 2021, p. 162).

Este também pode ser um exemplo na linha do que defende Harari (2019) quando diz que o “online” reflete o “offline”, no sentido em que a referida avaliação dos sentimentos dos consumidores online manifesta uma vivência “offline” em primeiro lugar”.

Por isso, voltamos a Alvarenga & Pichiguelli (2021) e, indiretamente, a Floridi (2015), com a questão do “onlife” e a presença e ausência – “online” e “offline” num contexto de comunicação religiosa e de pandemia da Covid-19.

Ou seja, a pandemia motivou o fecho de portas de espaços e lugares, incluindo igrejas, templos e outros locais de culto e, assim, as religiões viram-se forçadas a encontrar alternativas; a adaptar-se para fazer cumprir e acontecer o seu propósito com os seus praticantes. Alvarenga & Pichiguelli falam de “um movimento de redescoberta das práticas religiosas” (2021, p. 223), o qual passa pela migração do tradicional para o digital mais expressivo e inédito num período específico de tempo, não obstante as mudanças tecnológicas e mesmo sociais que já se faziam sentir na sociedade, independentemente da Covid-19.

Os mesmos autores dão nota que, embora as pessoas estejam numa transmissão em direto, naturalmente, cada qual no seu lugar e espaço geográfico, a ligação entre os mesmos se estabelece através dos corpos, caso contrário não seria possível.

Neste artigo observa-se que o ambiente digital necessita das pessoas para cumprir as interações de cada pessoa, referindo que, apesar de óbvia a diferença que existe em comparação com a presença, lado a lado, corpórea, mantém-se o corpo, a experiência, as vivências e emoções quando estamos em rede, ligados:

“Nós estamos aqui na [live] em uma experiência híbrida, onlife. Híbrida, porque estamos nos comunicando com nossos corpos humanos, de carne, biológicos, mas, ao mesmo tempo, estamos presentes nas várias regiões geográficas em que estamos graças à tecnologia e ao aparato tecnológico digital” (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 233).

Neste prisma, a rede pode ser vista como parte integrante da vida humana, sendo que, analisa Moisés Sbardelotto, “em geral, portanto, as pessoas usam a internet em continuidade com suas vidas offline, ou mesmo ampliando-as” (2012, p.21).

Para existir na Internet, diz o mesmo autor, mesmo em relação ao que se pode compreender por sagrado, há que ter em conta o acesso imediato, a disponibilidade em qualquer hora e lugar, sob pena de não se acompanhar o andamento primeiro deste “mundo”, mesmo quando, adverte Sbardelotto (2012), isso pressupõe revisão de valores históricos e mudanças sociais.

Se no dia a dia dos tempos que correm o sistema exige das pessoas reações instantâneas a acontecimentos, então, aponta Sbardelotto (2012), pode-se gerar, em consequência, uma sensação de carência de cariz tecnológico que, por um lado, passará por as pessoas viverem a sua fé e, por outro, concretizarem uma expectativa de mediatismo.

Isto, aponta este especialista em Ciências da Comunicação, poderá entrar em conflito com a experiência religiosa, pois reforça este trio – “imediaticidade, acessibilidade e disponibilidade do sagrado” (Sbardelotto, 2012, p. 32).

Contudo, como vimos atrás, as mudanças sociais e os constrangimentos provocados pela pandemia da Covid-19, obrigaram a que fosse feita uma adaptação da ligação com o sagrado e da vivência da fé.

Esta adaptação ou alternativa, entre o tradicional e o novo, entre a presença e ausência vista como “presente”, voltará a ter mudanças uma vez ultrapassado o período pandémico, pois, apesar de naturalmente haver a vontade do regresso (total) à normalidade, o digital faz parte do nossa vida e tem o seu lugar como compreendemos nas palavras de Alvarenga & Pichiguelli (2021) quando dão nota que a retoma das celebrações tradicionais, como o eram no período pré-pandémico, não passará por colocar em causa “toda essa riqueza e toda essa bagagem que as experiências no ambiente digital trouxeram também para as religiões” (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 229) .

A ideia é reforçada com uma visão positiva, considerando o ambiente digital construtivo, de mais valias, e que faz outras revelações anteriormente menos evidentes, pois, diz

Alvarenga & Pichiguelli (2021), é “ambiente de vida, um ambiente de relação e, portanto, também um ambiente de prática religiosa e de experiência do Sagrado (Alvarenga & Pichiguelli, 2021, p. 226).

2.3 – A Influência das Redes Sociais

No presente, durante e após a pandemia, as redes sociais poderão ter assumido um novo papel na vida de todos nós com duas perspectivas que serão diferentes se comparadas com as mais valias dessa conexão, como veremos mais à frente aquando do seu surgimento, e, até, menos positivas se focarmos no período em que estivemos todos mais isolados no âmbito das medidas de prevenção da Covid-19.

Musi, Sansó e Pace (2021) falam em uso compulsivo da internet, no sentido de escape da realidade, sobretudo entre os adolescentes, o que poderá ter provocado problemas mais profundos inclusive do foro mental associados à ansiedade e depressão.

Neste contexto, e fazendo referência às duas perspectivas mencionadas anteriormente, o contacto com os familiares e amigos é algo de salutar sob pena de dificilmente termos notícias e sabermos o estado dos que mais gostamos, que os autores Tsao, Chen, Tisseverasinghe, Yang, Li e Butt (2021) classificam de ferramenta fundamental de comunicação.

Por outro lado, a vertente de entretenimento das redes sociais poderá ter despoletado novas tendências, como nos fala Auxier e Anderson (2021), mas, conforme salientam, o *Facebook* é uma das plataformas mais utilizadas entre os adultos, preferindo os mais jovens o Instagram e o TikTok.

Se é verdade que, hoje em dia, dificilmente conseguiremos imaginar a nossa vida, o nosso quotidiano, sem a existência da Internet e da Web, pelo acesso, facilidade e rapidez que permite à nossa comunicação, também será verdade que nos custará a pressupor uma atividade diária com a ausência das redes sociais como o *Facebook*, por exemplo - um serviço lançado em 2004, por Mark Zuckerberg, que, em traços gerais, permite partilhar e gostar de fotos e vídeos, e, também, conversar em “tempo real” com os interlocutores conectados.

Sinais dos tempos, poderíamos dizer, em que atribuímos à Internet uma espécie de condão especial por sobretudo “possibilitar que todos sejam, ao mesmo tempo, emissores e receptores da mensagem” (Andrade, 2016, p. 18) e, por isso também, é considerada um dos mais completos meios de comunicação até agora concebidos pelo homem no contexto dos avanços tecnológicos e do desenvolvimento social e cultural.

É de salientar também que a Internet, a Web e as redes sociais estão disponíveis para qualquer pessoa, independentemente da idade, profissão, classe social, o que vem reforçar o facto que é algo que tem impacto nas vidas de todos nós enquanto indivíduos inseridos numa sociedade.

Bauman já nos habituou à sua visão menos positiva desta realidade em que, além do espaço livre que proporciona a toda a gente, dá lugar a “insinuações, maledicências,

calúnias e difamações, e, de um modo geral, para a mentira [...]” (Bauman, 2017, p. 62), resultado dessa democracia e do potencial para construir refúgios ou, por outro lado, abrir muros. Entre esta capacidade para o “esconderijo” e para a abertura, como é do seu apanágio, este autor acredita mais no que tende a fechar-se, dando o exemplo do *cyberbullying*³⁴, referindo que “talvez nunca te encontres com a tua vítima cara a cara (e vice-versa); bem escondidos dentro de uma armadura de anonimato, o risco de sermos denunciados por calúnia reduz-se ao mínimo” (Bauman, 2017, p. 63).

Já sobre as redes sociais propriamente ditas, Sebah Andrade (2016) dá nota que “passaram a ser uma vitrine” (2016, p. 31) e que, à conta da “liberdade na criação de uma identidade [...] verdadeira ou não” (2016, p. 31), permitem promover e facilitar “a socialização de ideias em comum com uma comunidade virtual” (2016, p. 31).

Na prática, explica Sebah Andrade (2016), logo após a subscrição no site, o usuário/cliente começa pela criação do perfil, sendo esta “a característica principal das redes sociais” (2016, p. 30), isto é, um género de identificação pessoal para que, por esta via, se possa criar uma seleção de gostos e interesses semelhantes que o próprio site levará ao encontro de perfis ditos compatíveis.

Estamos a falar de um novo caminho que foi traçado no mundo da comunicação cuja a importância é geral e global mesmo para aqueles que não têm perfil criado no site de uma rede social, por exemplo, pois, como considera Qualman (2010), isto dá “poder para o povo” (p. 207), numa perspetiva que diz trazer sempre uma mais valia e uma oportunidade para empresas e indivíduos.

Neste seguimento, e tendo em conta que abordar o tema das redes sociais é abordar uma panóplia de conceitos, termos e vertentes, com todo o tipo de aspetos positivos e negativos no contexto da sociedade e das suas mudanças – de resto, também as nossas mudanças, focamo-nos na (auto)promoção ou projeção de uma imagem de algo ou de alguém.

Antes disso, é de referir que o que se escreve nas páginas de uma rede social, as imagens de fotos ou vídeo que se publicam, sejam pessoais ou numa dinâmica laboral, necessitam de atenção redobrada, responsabilidade e consciência dos seus impactos, sob pena de transformar ou transtornar os seus usuários, precisamente por afetar a imagem, o nome e a marca que estarão em causa.

Na questão da (auto)promoção, o que, neste contexto, pode ser entendido como um reconhecimento por olhos alheios de forma instantânea, indo na linha do acesso fácil, rápido e barato da Internet e da Web, como vimos no capítulo anterior, começamos por

³⁴ Unicef. *Cyberbullying: o que é e como pará-lo*. [consult. 2025-01-20]. Disponível na Internet em <https://www.unicef.org/brazil/cyberbullying-o-que-eh-e-como-para-lo>

acompanhar Bauman (2017) que faz uma comparação no enquadramento do acesso à esfera pública:

[...] Não se alcançava o público leitor para dar a conhecer as nossas ideias, por mais originais e válidas que fosse, se a direção de um jornal diário ou de um periódico sérios não se prontificasse para as publicar e difundir. Esses impedimentos, esses vínculos severos impostos ao acesso à esfera pública são hoje uma lembrança do passado [...] (Bauman, 2017, p. 64).

Também Martins (2017) fala de um novo tipo de visibilidade que considera dar privilégio à exibição e, inclusive, de uma forma íntima, sendo que, em determinados casos, poderão assumir uma estratégia para alcançar o público naquilo que pretendem que seja a imagem e a marca – uma exposição pública no contexto dos novos média que, segundo Martins adquire “um novo grau de contacto com o público” que deixa de ter espaço, pois “[...] pessoas distantes podem se fazer visíveis no mesmo instante em que falam e agem” (2017, p. 63).

Portanto, o acesso à esfera pública é total, de todos e para todos, com a possibilidade de estarmos em todo o lado, o que também é uma funcionalidade social – para exibicionismo ou divulgação variada cujo poder está nas nossas próprias mãos, se recordarmos Qualman (2010) no ponto anterior; sujeitos à violência, lembra-nos Bauman (2017), sendo que “a atual exposição aos media sociais e aos comentários [...] já não permite que se continue a lidar com os acontecimentos e as notícias de forma discreta” (Qualman, 2010, p. 76).

Tudo isto nos permite ter conversações bilaterais, como aponta Qualman (2010), e utilizar ferramentas e anúncios nos media sociais traz a vantagem do regime gratuito se comparado com o modelo tradicional.

Considerando então esta liberdade, abertura, por uma via rápida, fácil e acessível, e recorrendo a Cajazeira (2015), “os ambientes das redes sociais online estão mostrando-se como locais de constante legitimação da sociabilidade” e a “[...] televisão, rádio, jornalismo impresso ou revista – observam neste novo canal de comunicação [...] uma forma de potencializar a difusão das suas informações” (2015, p. 13).

Este é mais um ponto a juntar ao facto de nas redes sociais haver espaço para tudo e para todos, promovendo e divulgando a imagem, o nome, a marca, a título individual, coletivo ou empresarial, por meio de conteúdos que, diz Cajazeira (2015), permitem aos

receptores ou ao público fazerem parte de uma dinâmica social que leva a mensagem mais longe e a um maior número de pessoas.

E o desafio para as empresas de comunicação perante os seus públicos, continua Cajazeira (2015), está sobretudo no desenvolvimento de novas linguagens neste espaço que é novo, convergido, e, por isso também, deve possibilitar a interação, a troca e a relação de intercâmbio das informações.

Recordando a possibilidade elevada de conflitos de opiniões nas publicações e comentários, e conscientes que a abertura total de uma rede social não deixa de requerer a mesma proporção de responsabilidade, o autor dá o exemplo do Facebook e da sua “infraestrutura voltada para as empresas ou marcas garantirem uma presença adequada na rede social”, identificando-se assim “um processo dinâmico de interação, a partir da convergência [...]” (2015, p. 13).

Voltamos a Kotler (2021) e reintroduzimos aqui a questão da Covid-19, a pandemia que não só nos apanhou de surpresa enquanto indivíduos, homens e mulheres de relação e em sociedade, em matéria de saúde ou da falta desta, mas também como homens e mulheres de negócios; donos e funcionários de empresas de diversos setores industriais e comerciais:

A pandemia da Covid-19 tornou-se, inesperadamente, um acelerador global da digitalização. Tanto as empresas como os mercados foram obrigados a adaptar-se às restrições em matéria de mobilidade, dependendo assim fortemente do digital. Foi uma chamada de atenção para que as empresas parassem de adiar os esforços de digitalização [...] (Kotler, 2021, p. 117).

A propósito, recordando a diferença entre o período pré e pós-pandémico, poderíamos dizer que, em matéria de tecnologia, digital, Internet, Web e redes sociais, passámos do “preciso” para o “necessito”, o que não significa, no entanto que, com base na visão de Kotler (2021), as redes sociais sobretudo vão deixar de “motivar a busca pelo sonho” (2021, p. 90). Pelo contrário, diz o mesmo autor que “a tecnologia deve aproveitar esta discreta prossecução de aspirações que está implícita nas redes sociais” (2021, p. 90), sublinhando no fundo o que temos vindo a falar até ao momento.

A justificação de Kotler (2021) tem a ver com a nossa condição de seres sociais, seres que (con)vivem com o outro, em comum, e, por isso, observam e relacionam as histórias do outro com a suas próprias histórias, tornando o outro uma referência na sua jornada, no sentido também de queremos fazer parte de uma tendência ou, noutra perspetiva, de não ficarmos de fora de um movimento ou estilo.

Isso tudo, para continuarmos com a visão de Kotler (2021), inclui as redes sociais e as pessoas que nós adicionamos como amigos, pois “as expectativas pessoais são hoje definidas por ambientes sociais que nos influenciam continuamente e que nos motivam a alcançarmos objetivos maiores” (2021, p. 90).

Ora, como já foi atrás referido, falamos a título individual, coletivo ou empresarial, mas Kotler (2021) salienta essa influência social no contexto das empresas, defendendo que, atualmente, o trabalho e as funções que lhes competem vão muito além da venda de produtos e serviços.

Kotler, porém, não deixa de assinalar o lado menos positivo da relação ou ligação com a Internet, a Web, as redes e os media sociais, no enquadramento da tecnologia em geral, reconhecendo os “efeitos colaterais a nível comportamental” (2021, p. 82) nas pessoas, ainda que, em comparação com Bauman, como já tivermos oportunidade de verificar, a sua ótica seja muito menos pesada e o seu registo vá na linha do pedagógico:

As aplicações móveis, os media sociais e os jogos oferecem estímulos e envolvimentos constantes, colando as pessoas aos ecrãs durante horas. Este vício pode fazer com que as pessoas deixem de interagir presencialmente, de praticar atividade física e de ter hábitos de sono adequados, afetando o seu bem estar geral [...]. Superar estes efeitos colaterais no comportamento será um desafio significativo [...]. (Kotler, 2021, p. 82).

Noutro prisma, mas na linha do menos positivo nesta matéria, Harari (2019) foca o nosso movimento nos espaços, considerando que este apego de elevada dependência à máquina, por assim dizer, está a colocar em causa também a nossa capacidade de tomar decisões pela nossa própria cabeça, dando o exemplo das orientações guiadas pelos motores de busca como o *Google*.

No entanto, Harari (2019) deixa uma luz em jeito de equilíbrio para o que pode ser considerado um “mal necessário” dos tempos que correm, afirmando que “a tecnologia não é uma coisa má” e que nos pode auxiliar a alcançar os nossos propósitos, caso contrário “é muito fácil a tecnologia condicionar os nossos objetivos e controlar a nossa vida” (2019, p. 307).

3. CAPÍTULO III - RTP AÇORES – UM MARCO NO DESENVOLVIMENTO DA REGIÃO

3.1 A RTP-Açores e o conceito de região

Para falarmos da RTP-Açores, do Grupo RTP – Rádio e Televisão de Portugal, e do primeiro dia de emissão, temos de recuar até ao ano de 1975, mais precisamente a 10 de agosto, após a instalação do centro emissor na cidade de Ponta Delgada, na ilha de São Miguel.

Este acontecimento surgiu no período pós 25 de Abril, ou seja, depois de declarada a liberdade e a democracia em Portugal, um feito com dupla valorização no entender de Osvaldo Cabral (2018), considerando que o canal público regional “foi, naquela altura, o maior contributo do país livre para a unidade de uma região que mal se conhecia, instituindo-se assim um dos maiores instrumentos para o desenvolvimento do seu povo e do processo político autónomo” (Cabral, 2018, p. 141)

Cabral recorre às palavras de Mário Bettencourt Resendes para confirmar esse contributo no sentido em que o jornalista, antigo diretor do *Diário de Notícias* e professor de Comunicação Social, diz que “a RTP-Açores acertou o ritmo da vida açoriana com a atualidade nacional e internacional e, porventura, ainda mais importante, aproximou os açorianos dos Açores, possibilitando um conhecimento mais aprofundado, e em tempo certo, da diversidade insular” (Bettencourt Resendes citado por Cabral, 2018, p. 142).

Neste sentido, é de salientar que o arquipélago dos Açores é formado por nove ilhas, dispersas. Por isso, nos anos 70, esse brotar do sentimento arquipelágico, por via da união que a televisão permitia na sua ação de informar, alcançando milhas náuticas no meio do Atlântico, deu o pontapé de saída para a abertura de uma janela virada para o Mundo.

Passadas décadas, com mais ou menos produção regional, com mais ou menos dependência da “casa-mãe” em Lisboa, em termos económicos, sociais e políticos, a RTP-Açores vê-se a braços com os mesmos desafios lançados pelo aparecimento dos novos media à escala mundial.

Porém, convém não esquecer a sua condição de região ultraperiférica. Ou seja, para irmos de uma ilha para a outra, ou mesmo para nos deslocarmos a Lisboa, apenas podemos fazê-lo por via aérea ou marítima. Isto significa, portanto, que as novas tecnologias ganham um significado acrescido em comparação com outros pontos do país face às distâncias e aos diversos centros.

Assim, Bettencourt Resendes citado por Osvaldo Cabral (2018), volta a reconhecer, noutro tempo e noutro espaço, as mais-valias desta janela contemporânea no contexto

insular, ligando os açorianos a Manuel Castells quando diz que estes são impulsionados pela determinação da sua universidade e que “têm sabido estar atentos a este comboio que acelera rumo ao futuro, na convicção de que é indispensável ao desenvolvimento uma participação activa na sociedade em rede de que nos fala Manuel Castells” (Bettencourt Resendes citado por Cabral, 2018, p. 143).

Este caso da televisão pública nos Açores apresenta então desafios mil e importâncias triplicadas, mas não coloca de parte os restantes canais nacionais, públicos e privados, no dia a dia dos açorianos.

O que se atribui aqui passa pela relevância da proximidade e da identidade sob pena de não nos revermos nos olhares emitidos e consumidos por esse canal regional. Quer nos media tradicionais, quer nos novos media. A questão abrange os dois lados que, como temos visto na literatura dos autores anteriores, não se revelam antagónicos, mas em conexão para que a adaptação e a afirmação possam efetivamente acontecer e daí desenvolver-se um melhor trabalho.

Deste modo, com Lorina Amaral como diretora do Centro Regional dos Açores e a entrada de Rui Goulart como subdiretor da RTP-Açores, em 2018, o canal público regional decidiu apostar naquilo a que popularmente se chama de “a nossa televisão”.

Em dezembro de 2018, numa entrevista à Agência Lusa, veiculada pelo *Diário de Notícias*, Rui Goulart adiantou a estratégia para o ano seguinte, colocando a tónica na “proximidade” como “(...) uma aposta na «proximidade e relevância, que voltem a colocar a RTP-Açores mais próxima dos açorianos», que se materializa, também, num investimento em multimédia e nas plataformas digitais”³⁵

Sublinhamos que falar da RTP-Açores é falar do serviço público de televisão de nove ilhas e, por isso, o conceito de proximidade assume uma força dupla pelas distâncias inerentes à condição arquipelágica.

A propósito, em entrevista concedida no âmbito do presente estudo, o subdiretor do canal público na Região, Rui Goulart, considera que grande parte dos objetivos da proximidade ao público foram concretizados, destacando os programas “Atlântida” e o “Histórias da Terra e da Gente”, transmitidos na RTP-Açores e RTP-Internacional, os quais tiveram “muito sucesso” pois conseguiram abranger mais freguesias e mais concelhos do Arquipélago, com as gravações feitas no exterior:

³⁵ Lusa. (2018, dezembro 17) *RTP/Açores integra seis trabalhadores, mas não sabe quantos precários tem no total* Diário de Notícias. [consult. 2020-05-29]. Disponível na Internet em <https://www.dn.pt/lusa/rtpacores-integra-seis-trabalhadores-mas-nao-sabe-quantos-precarios-tem-no-total-10335193.html>

Também o Telejornal, ao fim de muitos anos, voltou a sair para a rua. Estivemos em São Jorge, no Dia da Região, estivemos nos 40 anos do Sismo de 80, na Terceira, estivemos na Horta, no aniversário [da cidade] exatamente para as pessoas sentirem a proximidade do principal bloco informativo (Goulart, 2020)³⁶.

No que concerne à relevância da RTP-Açores na vida dos açorianos, Rui Goulart diz acreditar que o sentimento se manifesta também por este caminho que tem seguido.

Neste contexto, revela o também jornalista, o expoente máximo deu-se na semana das seculares Festas em Honra do Senhor Santo Cristo dos Milagres, em 2019, criando um programa novo, na Segunda-Feira festiva, cujo objetivo foi “não o Santo Cristo vir para a RTP, através da cobertura, mas sim a RTP estar, participar e ser uma parte integrante da festa, com as pessoas à volta, sentadas a verem a RTP”³⁷.

Esta missão, visão e estes valores de proximidade e identificação que nos fala hoje o sub-diretor da RTP-Açores refletem uma perspetiva semelhante se compararmos a Vamberto Freitas (2001), professor, escritor e jornalista açoriano que escreveu sobre o canal público de televisão de fora para dentro uma vez que estava radicado nos Estados Unidos da América, considerando que a RTP-A “não é pior nem melhor” (2001, p. 75) que as outras televisões nacionais e internacionais:

São a televisão e a rádio do Estado que mais têm unificado política e culturalmente o nosso arquipélago, imagens e palavras, dando-nos o sentido comum da nossa história e condição existencial ante a restante comunidade nacional e internacional. Num mercado tão reduzido e precário como o nosso, por enquanto, e ao que parece, só com o apoio do Estado será possível oferecer este ponto comum entre todos os açorianos, dentro e fora do arquipélago (Freitas, 2001, p. 76).

Ora, as duas visões, de pessoas e tempos diferentes, estão distanciadas duas décadas uma da outra num género de antes e depois da força da Internet; antes e depois das redes sociais; e antes e depois da pandemia da Covid-19, o que nos pode dizer que a existência da RTP-Açores, conforme vimos atrás com Cabral, é efetivamente “um dos maiores instrumentos para o desenvolvimento do seu povo” (2018, p. 141).

³⁶ Entrevista concedida por Goulart, R. (Subdiretor da RTP-açores). Entrevistadora: Sónia M. Bettencourt Vieira. Angra do Heroísmo: 13 de junho de 2020. 1 arquivo. mp3 (17 min.). A entrevista decorreu no âmbito da unidade curricular “Novos Media e Sociedade” do Mestrado Média e Sociedade da ESECS-IPP.

³⁷ *Idem*.

Porém, Cabral (2018) salienta que as mudanças sociais e tecnológicas estão a acontecer e que os Açores não podem ficar para trás, pois “estão cada vez mais expostos à mobilidade global” (2018, p. 63), considerando que “a plataforma multimédia da RTP-Açores já faz o seu caminho [...]” (2018, p. 35).

Neste seguimento, importa saber os números da população residente e, no fundo, o que se entende por “região” no contexto da geografia e do enquadramento político-administrativo, sabendo de antemão que os Açores são sinónimos de “autonomia” e “ultraperiferia” como veremos mais à frente.

Assim, a Região Autónoma dos Açores, constituída por nove ilhas, dispersas e integradas em três grupos – Grupo Oriental (Santa Maria e São Miguel); Grupo Central (Terceira, Graciosa, São Jorge, Pico e Faial) e Grupo Ocidental (Flores e Corvo) -, faz parte de um arquipélago localizado no Oceano Atlântico, entre a Europa e a América, sendo que a distância máxima, de uma ponta à outra, é medida entre Santa Maria e o Corvo, o que ultrapassa 340 milhas náuticas (630 km).

Atualmente, os Açores somam, segundo os “Censos de 2021”³⁸, cerca de 237 mil habitantes, um número que reflete uma descida de 4,1% na última década (- 10 115 indivíduos) em comparação com os censos de 2011.

Este decréscimo de população residente, de acordo com a mesma fonte, verifica-se em todas as ilhas, com taxas acentuadas nas ilhas do Grupo Ocidental (-10,2% na ilha do Corvo e -9,6% na ilha das Flores).

Nas outras ilhas, as percentagens indicam São Jorge (-8,6%); Graciosa (-6,7%); Terceira (-5,5%); Faial (-4,3%); São Miguel (-3,2%); Santa Maria (-2,5%) e Pico (-1,8%).

Se formos mais a fundo da questão, conforme os dados em causa, São Miguel, Terceira e São Jorge são as ilhas que perderam mais população residente, respetivamente 4 466; 3 126; e 790 indivíduos residentes.

O documento oficial faz ainda uma relação ao ano de 1960, com mais de 327 mil residentes, seguindo-se um decréscimo acentuado em 1991, que conduziu a uma população de cerca de 238 mil indivíduos, o qual justifica que “o aumento ou diminuição da população depende de dois saldos: o natural (nascimentos - óbitos) e o migratório (imigração - emigração)”.³⁹

Em termos político-administrativo, “o arquipélago dos Açores constitui-se uma Região Autónoma da República Portuguesa, criada pela Lei n.º 39/80, de 22 de Agosto. O estatuto

³⁸ SREA – Serviço Regional de Estatística dos Açores. (2021, julho 28). *Censos 2021*. [consult. 2022-01-10]. Disponível na Internet em https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10445&lang_id=1
<https://srea.azores.gov.pt/upl/%7B93e06621-8d46-469e-b429-3be32902cdf4%7D.pdf>

³⁹ *Idem*.

político-administrativo foi consagrado na Constituição da República de 1976 (artigo 229º)”⁴⁰, o que significa que estamos perante uma entidade jurídica de direito público dotada de poderes legislativos e executivos.

Por outras palavras, os Açores constituem órgãos de governo próprio através da Assembleia Legislativa Regional, sediada na cidade da Horta, e o Governo Regional, com departamentos nas cidades de Ponta Delgada, Angra do Heroísmo e Horta.

Também a Assembleia Legislativa Regional e as estruturas governamentais possuem delegações em várias ilhas.

Ao todo, em relação à administração local, existem nos Açores 19 concelhos e 150 freguesias.

Este é um modo também de vermos o conceito de região na sua organização, por via da autonomia, sendo necessário, contudo, falar inclusive de ultraperiferia, pois os Açores são uma das nove regiões ultraperiféricas incluídas na União Europeia (UE) que estão geograficamente muito afastadas do continente europeu – Guiana Francesa, Guadalupe, Martinica, Maiote, Reunião e São Martinho (França), os Açores e a Madeira (Portugal) e as ilhas Canárias (Espanha)⁴¹:

No seu conjunto, estas regiões acolhem 4,8 milhões de cidadãos [...] A legislação da EU aplica-se às regiões ultraperiféricas, com todos os direitos e deveres associados à adesão à União. No entanto, de acordo com o artigo 349.º do Tratado sobre o Funcionamento da União Europeia (TFUE), as medidas específicas e as derrogações na legislação da EU ajudam estas regiões a lidar com os grandes desafios que enfrentam devido ao afastamento geográfico, à insularidade, à pequena superfície, ao relevo e clima difíceis e à dependência económica de um pequeno número de produtos.⁴²

Quanto à etimologia da palavra “região”, tem raiz no latim e significa “direção”⁴³, o que nos vai levar efetivamente ao encontro da televisão regional, mas antes recorrendo a

⁴⁰ Governo dos Açores. (2003) *Relatório do Estado do Ordenamento do Território REOT-A: Enquadramento Geográfico*. Disponível na Internet em https://www.azores.gov.pt/NR/rdonlyres/A3DE5D59-882E-4C62-9BBC-7B8FF4D0B247/105469/2_Enquadramento.pdf

⁴¹ Oficial União Europeia. *A política regional e as regiões ultraperiféricas*. European Commission. Disponível na Internet em https://ec.europa.eu/regional_policy/pt/policy/themes/outermost-regions/

⁴² *Idem*.

⁴³ “região”, in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, 2008-

2021, <https://dicionario.priberam.org/regi%C3%A3o> [consultado em 09-02-2022].

Camponez (2002) e a Milton Santos (2006), no que diz respeito à proximidade e à formação social para seguirmos até à RTP-Açores parcelada em nove lugares.

Assim, de acordo com Camponez (2002), “os media fazem tanto mais apelo aos grandes valores universais – o Bem, o Belo, o Verdadeiro, a Justiça, etc.- quanto mais indeterminados forem os públicos que se pretendem atingir” (2002, p. 99).

Por outro lado, colocando a questão do limite geográfico, já se fala de proximidade, sendo que, nesta perspetiva, diz Camponez (2002), a difusão ou distribuição de mensagens segue direcionada para audiências limitadas à sua “região” e, aqui, indica “jornais locais, rádios de frequência modulada, sistemas de teledistribuição são algumas das formas privilegiadas para este tipo de comunicação” (2002, p. 99).

A “região” é, pois, no enquadramento de Santos (2006), esse lugar, esse território, e está oposto ao “mundo”. No meio, salienta o mesmo autor, a formação social nacional atua como mediadora, não tanto quanto a formação socioeconómica, mas sim socioespacial: é o território e o seu uso “[...] o que supõe de um lado uma existência material de formas geográficas, naturais ou transformadas pelo homem [...] e, de outro lado, a existência de normas de uso, jurídicas ou meramente costumeiras [...]” (Santos, 2006, p. 229).

3.2 A entrada da RTP-Açores nas redes sociais

A página da RTP-Açores na rede social *Facebook* foi criada em 1 de setembro de 2016, conforme o registo na própria plataforma, e a primeira publicação em fotografia destaca o funcionamento em breve do primeiro estúdio virtual do canal público regional, referindo a presença nos Açores do presidente da RTP, Gonçalo Reis. Esta publicação reuniu “10 Gostos/ 0 comentários/ 0 partilhas” (ver Figuras 1 e 2).



Figura 1 – Printscreen do Registo da Criação da Página da RTP Açores no Facebook - 1 de setembro de 2016

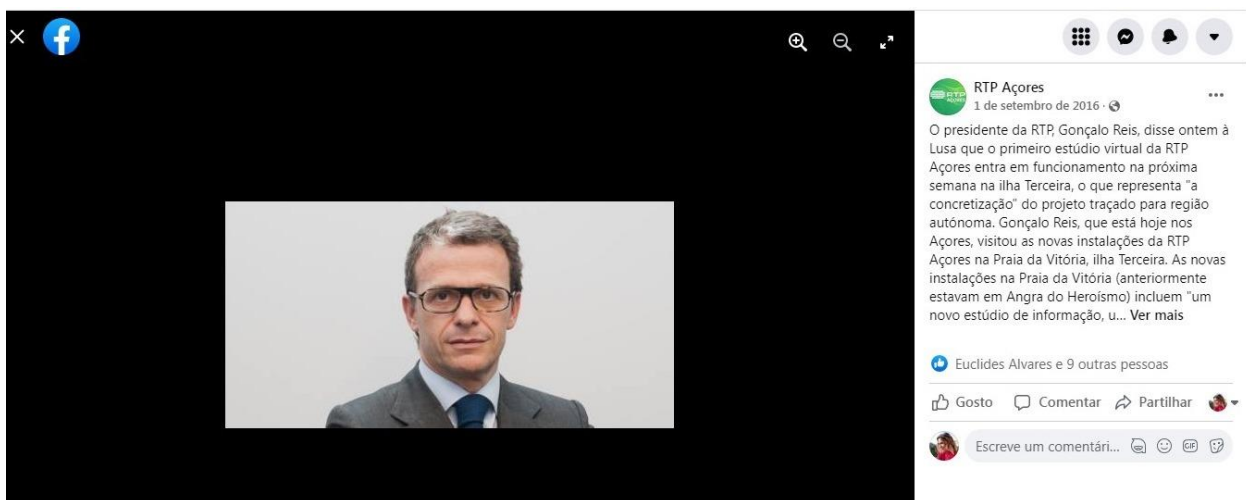


Figura 2 - Printscreen da 1ª publicação da Página da RTP Açores no Facebook – 1 de setembro de 2016

Esta entrada e esta publicação sobre equipamento inovador de utilização diária anunciam o que será os primeiros passos de uma caminhada em direção ao digital, confirmada dois anos depois, em 2018, com Lorina Amaral como diretora do Centro

Regional dos Açores e a entrada de Rui Goulart como subdiretor da RTP-Açores, como já foi referido nos pontos anteriores.

Na continuidade da entrevista de Rui Goulart (2020) concedida no âmbito do presente estudo, o subdiretor do canal público na Região salienta que, paralelamente à vertente tradicional, a RTP-Açores tem mostrado o seu investimento em multimédia e nas plataformas digitais, num trabalho que considera fundamental nos dias de hoje. Passou por certificar a página do canal no *Facebook*, tornar-se *media partner* dessa rede social, e colocar em prática uma aposta cujos resultados estatísticos, à data, indicam o aumento de um pouco mais de 22 mil para 95 mil seguidores, entre janeiro de 2019 e junho de 2020.

Para Rui Goulart são “resultados fabulosos”, sublinhando que “também é uma maneira de proximidade das pessoas, de um canal alternativo, através das plataformas digitais, e também, sobretudo, uma maneira de chegar aos mais jovens e à diáspora”⁴⁴.

De acordo com Rui Goulart, este ano a RTP-Açores teve mais de 22 milhões de visualizações dos seus vídeos, com 30 milhões de pessoas de alcance, só no *Facebook*, sendo que o site do canal é o segundo mais procurado de todo o Grupo RTP – Rádio e Televisão de Portugal (ver Figura 3).

RTP Açores | dados gerais



2020	Visualizações	Alcance
janeiro	1.1 milhões	1.6 milhões
fevereiro	1.2 milhões	1.7 milhões
março	3.7 milhões	3.5 milhões
abril	5.9 milhões	5.8 milhões
maio	6 milhões	5.9 milhões
junho	3.6 milhões	4.1 milhões
julho	2.8 milhões	3.2 milhões
agosto	3 milhões	3.1 milhões
setembro	3.3 milhões	3.7 milhões
outubro	2.6 milhões	3.2 milhões
novembro	3.5 milhões	4.3 milhões
dezembro	2.6 milhões	3.7 milhões
TOTAL	39.3 milhões	43.8 milhões

Seguidores

- O número de seguidores no Facebook da RTP Açores aumentou em **71 mil pessoas** – um crescimento de cerca de **165%**.
- Neste momento, a página da RTP Açores conta com 125 mil seguidores.

Visualizações e Interação

- O total de visualizações do conteúdo publicado pela RTP Açores foi de 39,3 milhões - um aumento de **427%** face a 2019, que contou com um total de 292 mil visualizações.
- Já a interação teve um aumento de **470%** - subiu de 1,9 milhões em 2019, para 11,3 milhões em 2020.

Alcance

O alcance total em 2020 foi de quase 44 milhões – um aumento de **828%** face a 2019, que teve um total de 4,7 milhões.

Figura 3 – Dados gerais relativos ao Facebook da RTP Açores entre janeiro e dezembro de 2020 – Fonte: RTP Açores 2021

⁴⁴ Entrevista concedida por Goulart, R. (Subdiretor da RTP-açores). Entrevistadora: Sónia M. Bettencourt Vieira. Angra do Heroísmo: 13 de junho de 2020. 1 arquivo. mp3 (17 min.). A entrevista decorreu no âmbito da unidade curricular “Novos Media e Sociedade” do Mestrado Média e Sociedade da ESECS-IPP.

Para o responsável pelo canal público nos Açores, isto significa uma aposta importante foi a das transmissões em direto, através do *Facebook*, do telejornal, concertos, entre outros acontecimentos, neste período atípico, ligados à pandemia da Covid-19, dando ainda “mais voz a quem não a tem”⁴⁵:

[...]Temos como missão do serviço público informar e formar as pessoas. Tivemos que reestruturar a grelha e quisemos, de todas as formas possíveis e imaginárias, acrescentar essa voz, abrindo um programa à palavra pública, dando em direto as conferências de imprensa das autoridades de saúde, criando um Especial Informação para esclarecer as pessoas. Indo ao encontro de quem estava fechado, nomeadamente com a transmissão das missas do Santo Cristo, pela primeira vez transmitidas do coro baixo [do Santuário], bem como desde a Sé de Angra (Goulart, 2020)⁴⁶.

Rui Goulart aponta ainda outros programas de sucesso, como o documentário “Solares e Palácios dos Açores” e a série “Mal-amanhados – Novos Corsários das Ilhas”. Esse último com um “sucesso enorme” na RTP *Play*, RTP-Açores, RTP-Internacional, em multimédia, com “visualizações incríveis”, porque, afirma, em geral, “sentimos que tínhamos essa missão de dar voz, mostrar e ouvir as pessoas”⁴⁷. Isto tudo, acrescenta, com um plano de contingência em prática e precauções para proteger os trabalhadores da RTP-Açores de eventual contágio, uma vez que o exercício das suas funções é de grande exposição.

Embora num contexto e com propósitos completamente diferentes da nossa realidade, colocámos a questão de forma a perceber em que medida esta pandemia poderá estar a contribuir para os açorianos darem ainda mais relevância à RTP-Açores no âmbito do seu trabalho diário a nível regional, e sobre a qual a resposta de Rui Goulart é perentória: “a RTP-Açores, a nível regional, teve uma audiência e uma projeção devido à pandemia como não tinha talvez há 20/30 anos. (...) [Antes da pandemia] Mesmo assim tem boas audiências, ocupa o quarto lugar dos canais mais vistos dos Açores”.⁴⁸

O também jornalista, natural da ilha do Pico, mas radicado em São Miguel, conta que os elogios têm sido muitos, de uma ponta à outra do Arquipélago, através de palavras ditas e

⁴⁵ *Idem.*

⁴⁶ *Idem.*

⁴⁷ *Idem.*

⁴⁸ *Idem.*

escritas, em público e em privado, e afirma que, efetivamente, os açorianos reencontraram-se com a sua televisão:

Temos aqui aquele fenómeno que se chama “glocal”, isto é, as pessoas gostam de saber o que se passa lá fora, mas também de saber o que se passa cá dentro. E é esse o papel das televisões regionais. As pessoas voltaram também a olhar para a RTP-Açores, porque, no contexto da pandemia, estavam preocupadas, e a nível nacional o destaque não é detalhado como nós o fazemos. (Goulart, 2020)⁴⁹.

Recordamos agora as palavras de Cunha, Martins e Cabrera (2021), referidas nos pontos iniciais deste trabalho, quando dizem que, em Portugal, a televisão domina as ferramentas fundamentais para a comunicação, o que significa tratar-se de um canal privilegiado pelas entidades competentes na Saúde e na Política para montar as suas estratégias de forma também a reforçar a literacia em saúde pública e a mobilizar os cidadãos para respeitarem as medidas restritivas do quotidiano.

Por um lado, estes autores (2021) falam da transparência da informação para influenciar boas práticas e bons comportamentos; por outro lado, o objetivo passa por evitar a ansiedade e o pânico face à pandemia, não esquecendo que todos os assuntos relativos à Covid-19 se tornaram prioritários. E esta prioridade, ainda com base no argumento destes autores (2021), aplica-se na comunidade e na audiência, mas não só. Esta prioridade interessa aos próprios canais de televisão, reforçando a sua marca através da divulgação, por exemplo, dos dados oficiais da Direção Geral de Saúde (DGS) e do impacto da doença no Serviço Nacional de Saúde (SNS).

Recordamos ainda a visão de Oliveira, Christino e Júnior (2021) para reforçar o contexto da entrada da RTP-Açores nas redes sociais, a qual também foi abordada nos pontos iniciais deste trabalho, quando destacam a questão da comunicação como uma das grandes diferenças entre as pandemias do passado e a do presente.

Ora, segundo estes autores (2021), e à semelhança do ponto de vista de Cunha, Martins e Cabrera (2021), é aqui que a Internet e as redes sociais mostram-se como a viragem de paradigma. E a razão é tão somente a velocidade com que a informação circula, sendo que, consideram os mesmos (2021), o tema da Covid-19 tanto ficou mais próximo como mais suscetível de confusão nas diferentes plataformas.

⁴⁹ *Idem*.

Poderíamos dizer que, uma vez fora da esfera dos laboratórios científicos, a propagação do vírus deu-se a nível interpessoal e a nível de redes sociais e da imprensa em geral.

Também Cajazeira (2015) recorda-nos que os meios ditos tradicionais da televisão, rádio, jornalismo impresso ou revista vêem este novo canal de comunicação como uma forma de potenciar a difusão das suas informações, até porque estamos a falar de algo de livre acesso, grátis e rápido na divulgação dos conteúdos. E estes conteúdos dizem respeito à área da Saúde num contexto que se pode verificar uma doença mortal.

Portanto, a presença RTP- Açores nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, ganha mais expressão quando todos estes aspetos estão reunidos – desde a rapidez da divulgação de uma matéria à ansiedade sentida e manifestada por uma comunidade que procura todas as respostas possíveis para uma pandemia inesperada -, promovendo mudanças que até já poderiam estar previstas, mas foram quase forçadas a acontecer para contornar obstáculos e constrangimentos impostos pela Covid-19.

No caso da RTP-Açores, com a entrada desta direção no Centro Regional, as linhas orientadoras foram traçadas e reforçadas em três pilares, conforme as palavras do sub-diretor: proximidade, relevância e digital.

Se o primeiro passou por levar a televisão à rua, ao encontro das pessoas, fazendo com que, ao mesmo tempo, as pessoas voltassem de novo a sua atenção para a (sua) televisão, como o entrelaçar de dois lados que só fazem sentido juntos e unidos; o segundo sublinhou os olhares e as vozes defendidos por Rui Goulart. Podemos aqui, então, falar da inovação no formato tradicional.

Já o terceiro pilar faz ligação aos números estatísticos apresentados pelo responsável do canal público nos Açores (22 mil para 95 mil “seguidores” no *Facebook*, por exemplo), os quais dão conta que a aposta na multimédia e nas plataformas digitais ajudaram a concretizar os objetivos propostos, indo ao encontro das camadas mais jovens e das comunidades emigrantes açorianas dispersas pelo mundo.

Contudo, o desafio foi acrescido quando face aos constrangimentos causados pela pandemia da Covid-19, a RTP-Açores teve de redesenhar as linhas orientadoras do canal. Nada de novo debaixo do sol, se não estivéssemos a falar de um trabalho desenvolvido nove vezes, todos os dias, com obstáculos naturais impostos pela geografia, por um lado, e pela limitação técnica e de recursos humanos, por outro.

4. CAPÍTULO III – OPÇÕES METODOLÓGICAS

4.1 Questões e objetivos da investigação

Desde o princípio de 2020 que o mundo vive uma constante mudança entre diversas incertezas sociais. Sempre viveu, é certo, portanto não é estanque. Porém, aqui neste contexto, referimo-nos aos constrangimentos provocados pela pandemia do coronavírus (COVID-19), uma doença infecciosa causada pelo vírus SARS-CoV-2, identificado pela primeira vez em janeiro do referido ano, na China, na cidade de Wuhan, e que nos afetou a todos direta ou indiretamente.

Entre milhões de mortes um pouco por todo o mundo numa crise conjuntural que afetou também a economia dos países, a palavra “adaptação” ganhou uma nova importância até por uma questão de sobrevivência, pois em jogo estão questões relacionadas com a saúde física e mental (isolamentos e confinamentos, por exemplo), a par de negócios, empresas e empregos comprometidos por novas normas de segurança, restrições e cancelamentos.

Neste turbilhão social, enquanto a vida continuava o seu percurso, no entanto transmitindo a ideia de estar suspensa, à espera talvez que a tempestade passasse, o uso das máquinas, dos aparelhos e da tecnologia teve outro efeito em nós ou sobre nós, humanos, quando ligada e estabelecendo conexão não só com quem está geograficamente distante – de resto, o que nos parece mais comum, mas também com quem nos está próximo, quem sabe na casa vizinha.

Será este o tempo em que a evolução dos meios de comunicação impõe o seu reconhecimento na sociedade, passando do “preciso” para o “necessito”?

E, se nós “necessitamos” agora de outros meios para podermos estar em contacto com família e amigos, por exemplo, e ainda estarmos a par de toda a atualidade informativa da nossa localidade, região ou do nosso país, quem está do outro lado a recolher, a verificar e a emitir as novidades teve igualmente de fazer a sua “adaptação” neste período da história da humanidade, bem como a entidade para quem trabalham.

Acrescentamos a estas nossas localidades uma dispersão geográfica e um canal público de televisão, e pensamos: como se maximiza um alcance quando o conceito de ilha assume todas as suas limitações e ao mesmo tempo nos fornece uma dose reforçada de liberdade?

Nos Açores e com a RTP-Açores, a pandemia impôs-se sobre esta espécie de contrassenso: nove ilhas que se tornaram ainda mais rodeadas de mar, alargando, porém, o sentimento de independência e dando um privilégio noutra perspetiva de estarem afastadas dos grandes fluxos citadinos.

É esta relação fechada e aberta na geografia; fechada e aberta entre nós e os outros; e com perspectivas de crescimento em todas as direções em matéria de mais e melhor serviço que procuramos saber como o canal público de televisão fez a sua migração para as redes sociais, mais propriamente no *Facebook*, e como aproveitou esta adaptação “forçada” para eventualmente marcar a diferença para os próprios e para a sua audiência, fazendo lembrar o ditado popular “a necessidade aguça o engenho”.

Assim, vamos perceber como decorreram e que eventuais mudanças existiram nas primeiras 17 edições dos telejornais da RTP-Açores, após a confirmação do primeiro caso positivo da Covid-19 na Região (15 de março de 2020), e relacionar os dados da entrada expressiva da RTP-Açores nas redes sociais, mais propriamente no *Facebook*, a partir de 15 de março de 2020, num cenário de pandemia da Covid-19, tendo por isso 30 imagens impressas de referência a publicações, bem como reflexão dos números de relatórios das redes sociais de 2020 e, ainda, das audiências nas plataformas digitais entre os anos de 2018 e 2020.

Pretendemos saber por via dessa amostra e dessas reflexões, a par da anterior literatura analisada anteriormente sobre os conceitos e contextos dos novos média, destacando Castells, Bauman, Kotler e Pissarra, entre outros, que acompanham a viagem trajetória da televisão, Internet, *Web* e das redes sociais, no geral e no particular, a correlação com os Açores e o canal público de televisão na Região.

Esta fase na história da televisão pública local, que terá ganho uma multiplicidade de olhares, confrontando-se com novas mundividências de carácter tecnológico, num género de sinal de desenvolvimento e evolução como se “finalmente” conseguíssemos chegar e integrar a aldeia global, não deixa de redescobrir a temática da proximidade, do território e da identidade.

Se nos sentimos capazes de alcançar o espaço, tendemos a deixar, no entanto, de manifestar preocupação com o fundo da nossa rua? Isto é, como podemos acompanhar as tendências nos seus passos largos mantendo a velocidade reduzida da nossa vivência?

Não se trata de colocar o foco na dimensão dos lugares e de os confrontar entre “grande” e “pequeno”, mas é inevitável não refletir sobre estas duas possibilidades: um lugar mais pequeno e ultraperiférico estará mais desperto ao mundo e ao mesmo tempo manter-se ligado aos interesses e valores locais? Ou um lugar maior, pela sua facilidade de abrangência, tende a cair na armadilha do “isolamento”?

A massificação e a evolução tecnológica não serão sinónimas de alternativa ao local, o que podemos antever a necessidade de um equilíbrio para (des)construir um paradigma.

Neste caso, existe a alavanca acrescida da pandemia que motiva a população a procurar respostas perante o que, ainda, lhe é desconhecido.

Da literatura escolhida, é de referir a intenção de dar visões positivas e menos positivas do “admirável novo mundo”, pois à partida tudo o que está relacionado com tecnologia e progresso nos remete para as maravilhas da máquina e do que nós, humanos, podemos ganhar com a sua prática diária. Ora, a mesma máquina que “facilita a vida” dará espaço à eventual má utilização por parte do seu usuário e, portanto, existem aspetos negativos e mesmo constrangedores na mesma equação como se fosse o lado A e o lado B.

4.2 Metodologia

O nosso trabalho prossegue com uma reflexão sobre dados empíricos e análise de conteúdo que apontam para a reconfiguração do método de trabalho da RTP-Açores no que diz respeito ao seu telejornal diário em concreto face ao aparecimento da Covid-19 na Região. Essa mudança do processo foi assumida pelo subdiretor do canal público regional durante a apresentação de um telejornal do qual era o pivot, em direto, num contexto de adaptação aos tempos difíceis em que todas as comunidades estavam a viver à escala mundial, e sobre o qual haverá desenvolvimento mais à frente.

Colocámos esta questão como ponto de partida: como a RTP-Açores fez a sua transição para as redes sociais no contexto de pandemia?

Considerámos três hipóteses como resposta: 1 – adaptou o conteúdo ao formato da rede social (*Facebook*)?; 2 – duplicou o conteúdo sem o adaptar ao formato correspondente?; 3 – criou conteúdo próprio para a rede social?

Para já, salientamos que a análise de conteúdo pretende acima de tudo explicitar os rumos assumidos pelas práticas aplicadas nos textos. Na prática, o que se pretende é legitimar o que nos conduz a uma reflexão sobre o que encontramos, tentando dar consistência às interpretações feitas, por via da sua dimensão descritiva e interpretativa.

Enquanto a primeira pretende dar conta do que foi revelado, a segunda refere-se às questões colocadas face ao objeto em causa.

A análise de conteúdo pode ser interpretada como um conjunto de técnicas de análise das comunicações que aposta no rigor do método para garantir mais exatidão na leitura dos textos sempre heterogéneos.

Este tipo de análise é recurso a partir do início do século XX, pela preocupação com recursos metodológicos que validem suas descobertas, procurando atribuir uma maior objetividade à pesquisa desenvolvida por Bernard Berelson (1952), Laurence Bardin (1977) e Klaus Krippendorff (1980).

Assim, esta parece-nos ser a metodologia que se aplica de forma mais adequada ao tipo de análise que se propõe, sendo que temos dados de 17 edições do telejornal da RTP-Açores, entre 15 e 31 de março de 2020, por se tratar do período de tempo desde que foi confirmado o primeiro caso positivo da Covid-19 no Arquipélago (15 de março de 2020) até à manifestação da mudança pelos próprios profissionais do canal, nomeadamente pelos jornalistas pivots, que se revelou necessária em prol da saúde e do bem-estar de todos.

No seguimento dessa mudança no próprio canal, ou seja, com a suspensão de determinados programas e o surgimento de outros, verificamos 30 imagens impressas da página do *Facebook* da RTP-Açores, sendo 17 do programa “Especial Informação” / “Diário Informativo” cujo número de visualizações são analisados. Essas imagens impressas dão-

nos as indicações do texto, do grafismo e da eventual dinâmica que se cria na publicação, partindo do princípio que se trata de novidade e que o tema da pandemia ocupa um lugar de grande destaque no contexto geral da informação neste canal regional.

Também fomos buscar à imprensa escrita regional através de artigos de opinião relacionados com o trabalho desenvolvido pela RTP-Açores na altura do início da pandemia da Covid-19, no sentido de refletirmos sobre a eventual crítica ou o elogio a esta matéria, encontrando dois autores (Pedro Gomes e Jorge Almada Macedo) que escrevem no jornal Açoriano Oriental.

Noutra perspetiva, destaque para os relatórios avançados pela RTP-Açores no contexto das suas audiências, com enfoque no digital, os quais indicam o telejornal como um dos programas mais vistos do ano de 2020 (ver Figura 4).



Figura 4 – Relatório de Audiências 2020 - Fonte: Gabinete de Audiências e Estudos de Mercado da RTP segundo dados GFK (TV), Marktest (rádio), Netscope e Google Analytics (web)

Na prática, temos um programa de televisão (telejornal) que em 17 dias sofre alterações ao nível de modelo e mensagem, passando a reforçar o reflexo da comunidade onde está inserido, sendo que falamos do tema-chave, número de pessoas implicadas, em primeiro plano, na amostra.

Foram tidas em conta as seguintes categorias: data de emissão, hora de emissão, pivot de serviço (masculino ou feminino), estúdio, entrevista, modelo das entrevistas (via skype; via telefone; presencial em estúdio ou presencial no exterior); tema destaque de cada edição diária entre o referido espaço temporal e, ainda, notas para indicar algum ponto-chave na estrutura, no conteúdo ou na mensagem (ver Anexo I – Tabela de Análise do Telejornal da RTP – Açores – Edições de 15 a 31 de Março de 2020).

Em primeiro lugar, no enquadramento dos dados recolhidos naquele período de tempo, procurámos perceber como foi feita a adaptação às medidas preventivas da Covid-19 em matéria de entrevistas, verificando os recursos utilizados em alternativa ao contacto presencial quer em estúdio quer no exterior; depois perceber com que frequência variava o pivot de serviço, com indicação se era do sexo masculino ou feminino de modo a fazer uma eventual ligação ao papel da mulher na qualidade de mãe e ao fecho das escolas nesse mesmo período.

Já em terceiro lugar, quisémos perceber se também variava o estúdio utilizado para a transmissão em direto do telejornal entre os três estúdios existentes na Região, os quais se localizam nas cidades de Ponta Delgada, Angra do Heroísmo e Horta.

Num quarto objetivo, observámos o tema em destaque nas 17 edições e a eventual mensagem, de cariz pedagógico ou não, que pudesse estar direta ou indiretamente na despedida do pivot no contexto de proximidade e humanização para com a audiência face aos tempos difíceis em que estávamos a viver.

Neste seguimento de um eventual papel assumido pela RTP-Açores para ajudar a sensibilizar e a consciencializar a audiência para a importância da prevenção do contágio da Covid-19, quisémos perceber como se posicionaram nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, com a divulgação de mais um programa diário e em direto, desta feita às 16h00, dedicado ao ponto de situação da pandemia nos Açores.

De todos estes dados, fomos percebendo a estratégia de adaptação com a frequência e a repetição das ações e da mensagem no contexto da atualidade informativa.

4.2.1 - Canais em análise

4.2.1.1 - RTP Play

Em 2020, no contexto da RTP Play, referente aos canais em direto, a RTP-Açores cresceu 50% em visualizações, ocupando o terceiro lugar numa tabela de oito canais de televisão nacionais, o que significa uma subida em comparação a 2019 (ver Figura 5).

Já na tabela dos 20 programas com mais visitas no Vídeo on demand, o Top coloca a RTP-Açores em 15.º lugar com o telejornal numa subida de 22% (ver Figura 6).

Os resultados indicam 1.023.272 visualizações no consumo em direto e 2.107.645 na programação no site do canal.

Em matéria de visitas, por mês, ao direto da RTP-Açores, verificamos um pico nos meses de março e abril de 2020, com 120 mil em março em contraponto com 60 mil no período homólogo de 2019.

Os valores descem a partir de maio de 2020 e vão ao encontro dos números de 2019, subindo depois a partir de outubro de 2020 para 60 mil e mantendo-se até dezembro do mesmo ano, valor superior se comparado com período homólogo de 2019.

Estas subidas de visitas em 2020 estão na ordem dos 42% em comparação com o ano de 2019.

Ainda por mês, mas desta feita a visitantes, o número mais alto refere-se a março de 2020, com 30 mil visitantes, contapondo com 25 mil no período homólogo de 2019. Segue-se abril com 27 mil e 16 mil, em 2020 e 2019, respetivamente.

Os números no seu total anual indicam descidas e nunca subidas mais elevadas que as anteriores mencionadas em ambos os anos.

Quanto ao gráfico das visitas, hora a hora, na RTP Play, as 16h00 e as 20h00 lideram em 2020, com 75 mil e 80 mil, respetivamente, em contraponto aos 35 mil e 60 mil, respetivamente, verificados no ano de 2019.

O perfil dos visitantes em 2020 ao direto da RTP Play, dá-nos a saber que 52% são mulheres; 60% têm entre 35-64 anos de idade; 58% são de Portugal e 8% dos Estados Unidos da América.

O mês de março de 2020 foi também marcado pelo início da emissão em HD (alta definição/resolução), o que consta da lista de alguns investimentos realizados pela RTP-Açores nesse mesmo ano.

RTP Play | Resultados de Canais em Direto



Direto TV | Comparação com o ano anterior em percentagem

Direto Rádio | Comparação com o ano anterior em percentagem

	Direto Canais TV	Page views
1	rtpmemoria	↑366%
2	rtpmadeira	↑60%
3	rtpacores	↑50%
4	rtp3	↑43%
5	rtpinternacional	↑36%
6	rtpafrica	↑20%
7	rtp1	↑17%
8	rtp2	↓-9%



	Direto Canais Rádio	Page views
1	antena1acores	↑24%
2	antena1madeira	↑14%
3	rdpafrica	↑13%
4	antena2	↑5%
5	antena1fado	↑3%
6	antena3	↓0%
7	antena1	↓-1%
8	antena2jazzin	↓-9%
9	antena3madeira	↓-22%
10	rdpinternacional	↓-28%

* A Antena 1 Açores tem o maior crescimento nas rádios do Grupo RTP e a RTP Açores, cresce 50%.

Figura 5 – Relatório das Audiências das Plataformas Digitais da RTP – Açores (2018/2020) – Fonte: Gabinete de Audiências e Estudos de Mercado da RTP segundo dados GFK (TV), Marktest (rádio), Netscope e Google Analytics (web).

RTP Play | Resultados Video on Demand – Top



	VOD Ranking Visitas	Visitors
1	conta-me-como-foi	↑630%
2	the-voice-portugal	↑44%
3	telejornal	↑81%
4	5-para-a-meia-noite	↑74%
5	casadocais	novo
6	grande-entrevista	↑396%
7	bem-vindos-a-beirais	↑8%
8	jornal-da-tarde	↑83%
9	visita-guiada	↑47%
10	sexta-as-9	↑35%
11	linha-da-frente	↓-25%
12	praca-da-alegria	↓-9%
13	a-nossa-tarde	↑57%
14	a-espia	novo
15	telejornal-acores	↑22%
16	pros-e-contras	↓-20%
17	telejornal-madeira	↑22%
18	estudarcoma autonomia	novo
19	ultimo-a-sair	↑210%
20	joker	↓-22%

Figura 6 - Relatório das Audiências das Plataformas Digitais da RTP – Açores (2018/2020) – Fonte: Gabinete de Audiências e Estudos de Mercado da RTP segundo dados GFK (TV), Marktest (rádio), Netscope e Google Analytics (web).

4.2.1.2 - Plataformas Digitais

No que concerne às audiências nas plataformas digitais da RTP-Açores, no período de 2018 a 2020, segundo o estudo da GFK⁵⁰, 2020 marca claramente a diferença com 90% em matéria de notoriedade de canais nacionais em comparação com os seus 86% de 2019 e 81% de 2018, sendo também notório o seu segundo lugar no ranking.

Quanto às preferências das audiências, a RTP-Açores situa-se em terceiro lugar no ranking, numa subida de duas posições, com uma melhoria significativa na sua performance a conferir pelos 27% em 2020, depois de um período de 12% em 2018 e 2019.

Também no campo dos canais visualizados habitualmente, o canal público nos Açores subiu duas posições, registando outra melhoria significativa a ver pelos 48% em 2020 em comparação com os 19% e 21% nos anos de 2018 e 2019, respetivamente.

4.2.1.3 - Redes Sociais (Facebook)

Em 2020, os dados gerais mostram que o número de seguidores na página do *Facebook* da RTP-Açores aumentou em 71 mil pessoas, o que significa um crescimento de cerca de 165%, e que, naquele período, a mesma página já contava com 125 mil seguidores.

Verificando-se as visualizações e a interação, o total de visualizações do conteúdo publicado pela RTP-Açores foi de 39,3 milhões, sendo que, em comparação com 2019, falamos de um aumento de 427% e um total de 292 mil visualizações.

Na interação, verifica-se um aumento de 470%, o que significa uma subida de 1,9 milhões em 2019 para 11,3 milhões em 2020.

O alcance de 2020 mostra um total de quase 44 milhões face ao total de 4,7 milhões no ano transato, o que em termos de aumento situa-se nos 828%. (Verificar Figura 3 indicada anteriormente).

⁵⁰ GFK, empresa de estudos de mercado de origem alemã. Disponível na internet em <https://www.gfk.com/about-gfk>

5. CAPÍTULO IV – ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DE DADOS

5.1 A televisão regional e a crise pandémica em 2020

Neste capítulo começamos por dizer que a pandemia motivou a reflexão dos nossos hábitos e padrões, no caso na área da comunicação, sendo que as restrições levaram a que a alternativa fosse encontrada para dar continuidade ao compromisso assumido, talvez mesmo reforçando-o se considerarmos a questão da saúde e a ligação direta e indireta entre todos numa perspetiva global. O que é que isto significa? Que a pandemia provoca contrangimentos a quem está no meio do oceano Atlântico, mas também a quem se encontra na China, Colômbia ou Índia, e que familiares e amigos podem estar numa outra ponta do mundo oposta àquela em que geograficamente nos situamos, sendo então que as nossas realidades serão diferentes mas não independentes.

Este ponto conduz-nos à questão de estarmos todos a viver o mesmo e a desejar que tudo possa ser ultrapassado o mais depressa possível como se esperássemos que algo nos fosse devolvido para seguirmos com o nosso percurso depois dessa breve interrupção. E neste sentido teremos despertado para a existência efetiva do outro, o nosso semelhante, assumindo todos nós um outro papel social em nome do combate ao vírus e da promoção da segurança.

Isto leva-nos a recordar Lopes, Araújo, Magalhães e Sá (2020) que nos disse que também o jornalismo tem um papel de combate à pandemia por via da informação e das dinâmicas de comunicação, e que algumas das quais foram transmitidas em jeito de alerta.

Ou, se quisermos, recuarmos a Torres (2018) quando nos falou das emoções no jornalismo para criar empatia com o espetador, acrescentando nós agora que, de momento, essas emoções estão enquadradas numa causa maior.

A RTP-Açores não ficou alheia a esta necessidade de se posicionar em sintonia com o resto do país quando a partir da confirmação do primeiro caso positivo da Covid-19 na Região lançou um novo programa (“Covid-19: Palavra Pública”), diário e em direto, aberto à participação do público através do contacto de telefone, totalmente dedicado às questões da pandemia, conforme referimos anteriormente.

Em 2020 sabemos que a RTP-Açores mantém a sua ação informativa diária, com delegações em três ilhas (São Miguel, Terceira e Faial), através do “Jornal da Tarde”, “Notícias do Atlântico”, “Açores Hoje” e do “Telejornal Regional”, a par de alguns programas de produção própria como “Atlântida”, “Prova das 9”, “1.a Fila”, “Cultura Açores”, entre outros, numa programação integrada com conteúdos nacionais e, por vezes, em emissão em simultâneo com a RTP-3.

Quer a televisão, quer a rádio públicas, juntas no mesmo edifício-sede, em São Miguel, depois de um processo de fusão, em 2017, estão inseridas na aplicação *RTP-Play*, onde se pode ver/ouvir os programas em direto.

Para além da aplicação, o canal público regional pode ser acompanhado em direto ou em diferido, *online* e na televisão tradicional, bem como através da página do *Facebook*; *Twitter*; *Instagram*; Televisão por cabo (Portugal): MEO – 18 (Açores), 202 (Continente e Madeira); NOS – 18 (Açores e serviço por satélite), 189 (Continente e Madeira); Cabovisão – 28 (Continente e Madeira); VODAFONE – 149 (Continente e Madeira), e, ainda, no site <http://www.rtp.pt/acoes/>.

Neste desenrolar de ações em contexto de adaptação às novas tecnologias e, sendo o virtual a refundação da realidade através de novas formas de comunicação socializável, como anteriormente menciona Castells, o trabalho da RTP-Açores foi tema abordado numa crónica da autoria de Jorge Almada Macedo (2020):

(...) E foi o “feed de notícias” do Facebook, que me alertou para a constante presença da RTP-Açores no écran do meu telemóvel. Primeiro, achei coincidência. Depois, fui confirmar se me tinha feito “seguidor” ou se me tinham adicionado a algum “grupo do Facebook”. Nem uma coisa nem outra. Então habituei-me a “ter a RTP-Açores na palma-da-mão”. Foi quando passei a ver “diretos” e “vídeos”, sem ter que “obrigar” toda a família a mudar de canal na televisão cá de casa. (Macedo, 2020)

No mesmo texto, Macedo faz referência aos números da estatística do *Facebook*, exaltando o crescimento dos chamados “seguidores” no que apelida de “evolução diabólica”:

Em janeiro de 2019, a RTP/A tinha 22.570 “seguidores”. Agora tem 91.890. Quadruplicou. O “público” é 60% feminino, 40% masculino e 66% têm entre os 25 e os 54 anos. Em janeiro de 2019, a RTP/A “alcançava” 200 mil utilizadores, em abril passado “alcançou” 5,8 milhões. 29 vezes mais! As “visualizações” de vídeos, “made in” RTP/A, eram 35 mil em janeiro de 2019. A partir daí saltaram para uma média (mensal) de 1,4 milhões. 40 vezes mais, perfazendo, agora, um total acumulado de

22,4 milhões de “visualizações”, com um “alcance” de 30,5 milhões de utilizadores. (Macedo, 2020).

Também Pedro Gomes (2020), no mesmo jornal, num artigo intitulado “Elogio à RTP/Açores” que, levado à letra, diz quase tudo do seu conteúdo, expressa o quanto nos dias de hoje o canal público regional consegue diversificar e chegar mais longe por vias mil:

(...) A RTP/Açores começou a transmitir aos domingos, alternadamente da Sé de Angra e do Convento da Esperança, a Missa dominical, possibilitando aos açorianos espalhados pelo mundo participarem – ainda que apenas digitalmente – nestas celebrações religiosas. A atuação da RTP/Açores merece um elogio redobrado, pois é conhecida a escassez de meios técnicos, financeiros e humanos ao seu dispor, o que limita muito a sua capacidade de produção regional. (Gomes, 2020)

Entretanto, Jorge Macedo (2020) volta a escrever sobre a RTP-A no *Açoriano Oriental*, justificando a repetição do tema pelo facto de que a sua primeira crónica, uma vez disponível nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, motivou reações do público “desde o aplauso, até à desconfiança”, contando que “boa parte sugeriu ser um aumento conjuntural, fruto da COVID”:

Então vou separar os meses! Em janeiro do ano passado, as visualizações da RTP/A chegaram às 35 mil. De fevereiro a dezembro de 2019, a média mensal subiu para as 575 mil. 16 vezes mais! Claro que a COVID fez disparar os números. A média mensal de visualizações em março, abril e maio, deste ano, foi de 4,87 milhões. E foi assim que a RTP/A “assaltou” os tops de visualizações dos conteúdos de todo o Grupo RTP. (Macedo, 2020)

Estas opiniões revelam a “novidade” no período em causa, chamando a atenção do público para o trabalho desenvolvido pela RTP-Açores durante a pandemia como se fosse um reaparecimento de algo adormecido ou mais silencioso até ser noticiado o primeiro caso suspeito da Covid-19 na Região, a 27 de fevereiro de 2020 (ver Figura 7).

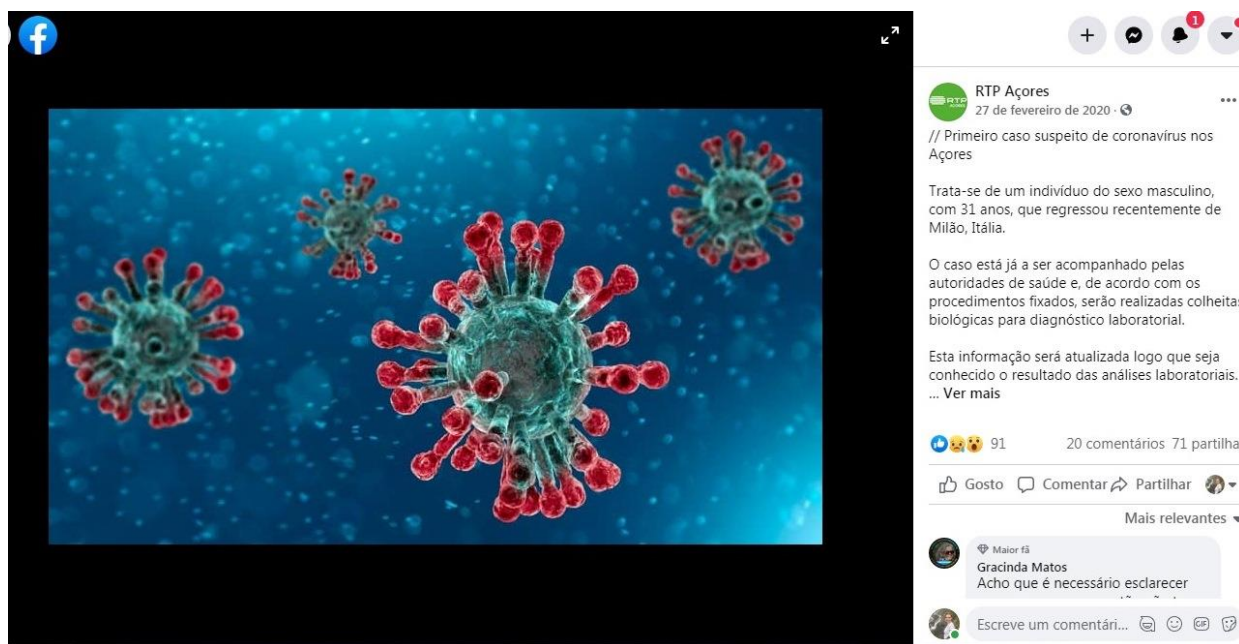


Figura 7 - Printscreen da publicação "Primeiro caso suspeito de coronavírus nos Açores" - Facebook RTP Açores - 27 de fevereiro de 2020

Verificamos no texto dessa imagem publicada na rede social Facebook da RTP-Açores, o então primeiro caso suspeito de coronavírus no Arquipélago referia-se a um indivíduo do sexo masculino, com 31 anos, que havia regressado recentemente de Milão, Itália.

Nos Açores, em modo "Última Hora", este foi o primeiro dia do resto de dois anos marcado numa publicação que motivou "310 partilhas" (ver Figura 8).

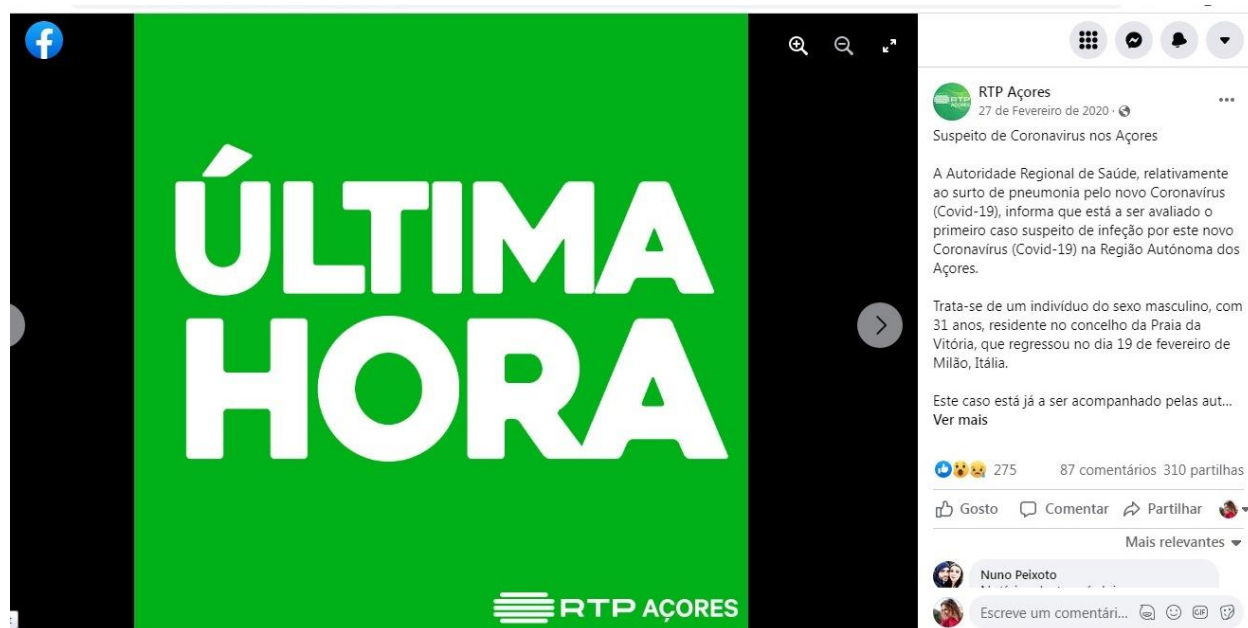


Figura 8 - Printscreen da publicação "Suspeito de Coronavírus nos Açores" - Facebook RTP Açores - 27 de fevereiro de 2020

No dia seguinte, 28 de fevereiro, mantinha-se este caso suspeito cujo resultado das análises biológicas deu negativo, e o alívio que se poderia ter sentido não tardou a dissipar-se pois no dia 2 de março de 2020 a RTP-Açores dava conta do segundo caso suspeito da Covid-19 na Região, desta feita um indivíduo de 24 anos, residente em São Miguel, que passou por Itália no mês de fevereiro, e cujo resultado das análises biológicas também deu negativo (ver Figuras 9 e 10).

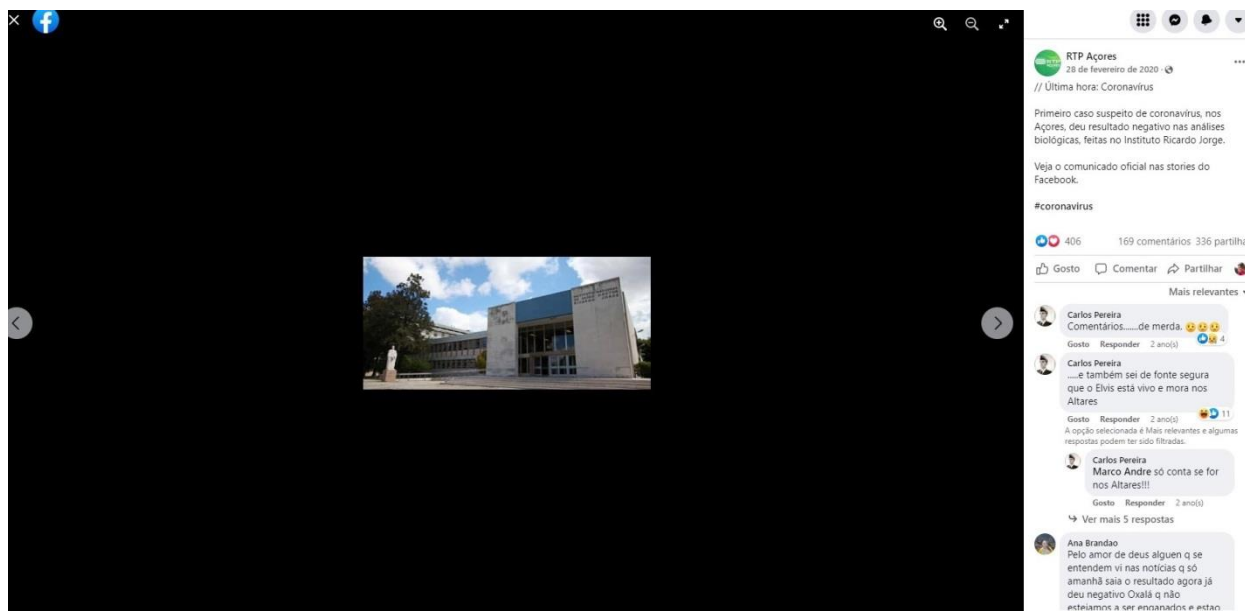


Figura 9 - Printscreen da publicação "Última Hora: Coronavírus" - Facebook RTP Açores - 28 de fevereiro de 2020

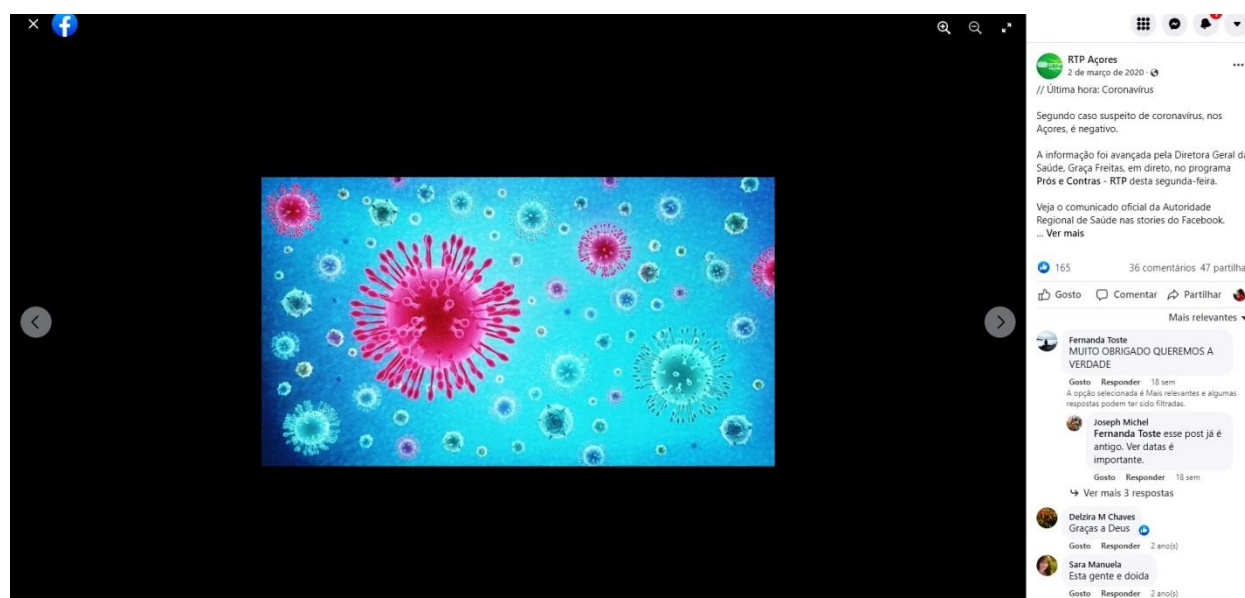


Figura 10 - Printscreen da publicação "Última Hora: Coronavírus" - Facebook RTP Açores - 02 de março de 2020

Dali a três dias, 5 de março, o terceiro caso suspeito nos Açores marcava a atualidade, sendo que o resultado das análises biológicas também deu negativo (ver Figura 11).

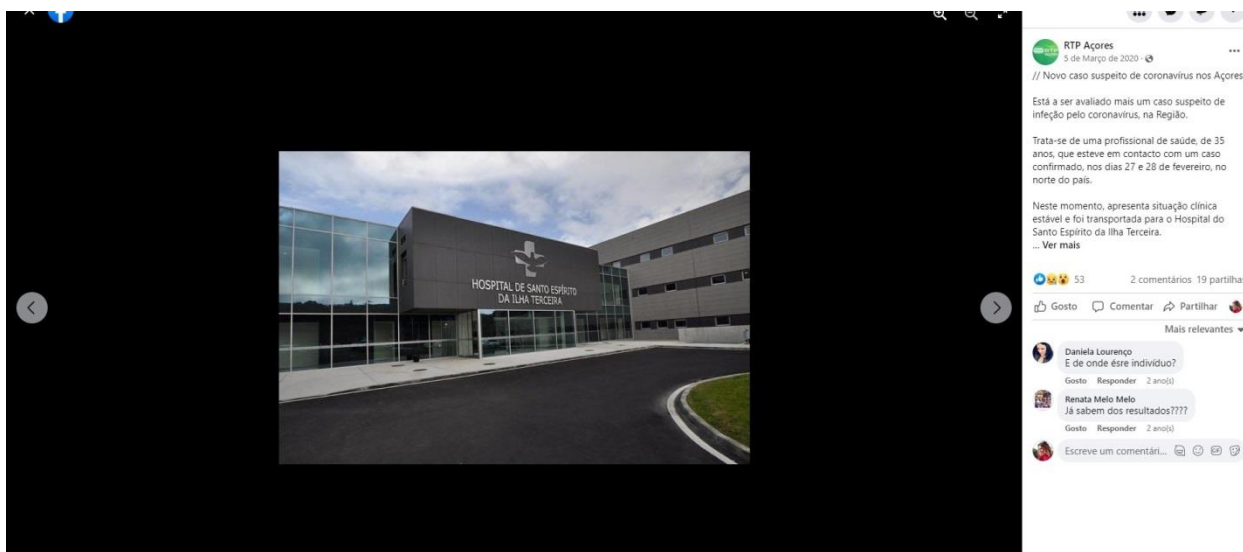


Figura 11 - Printscreen da publicação "Novo caso suspeito de coronavírus nos Açores" - Facebook RTP Açores – 5 de março de 2020

Outros suspeitos se seguiram e, a partir do dia 11 de março (ver Figura 12), começaram as aparições mais frequentes do então presidente do Governo Regional dos Açores, Vasco Cordeiro, para falar sobre as medidas a tomar na Região face à Covid-19, depois do Conselho do Governo Extraordinário ter reunido naquela data em Ponta Delgada. A leitura do comunicado foi feita em direto, no final da tarde (17h00 locais), na RTP-Açores, numa transmissão inserida no tempo de antena do programa "Açores Hoje", estando mais tarde o então chefe do executivo no Telejornal (20h00 locais), no mesmo canal, em entrevista, para falar sobre essa matéria.

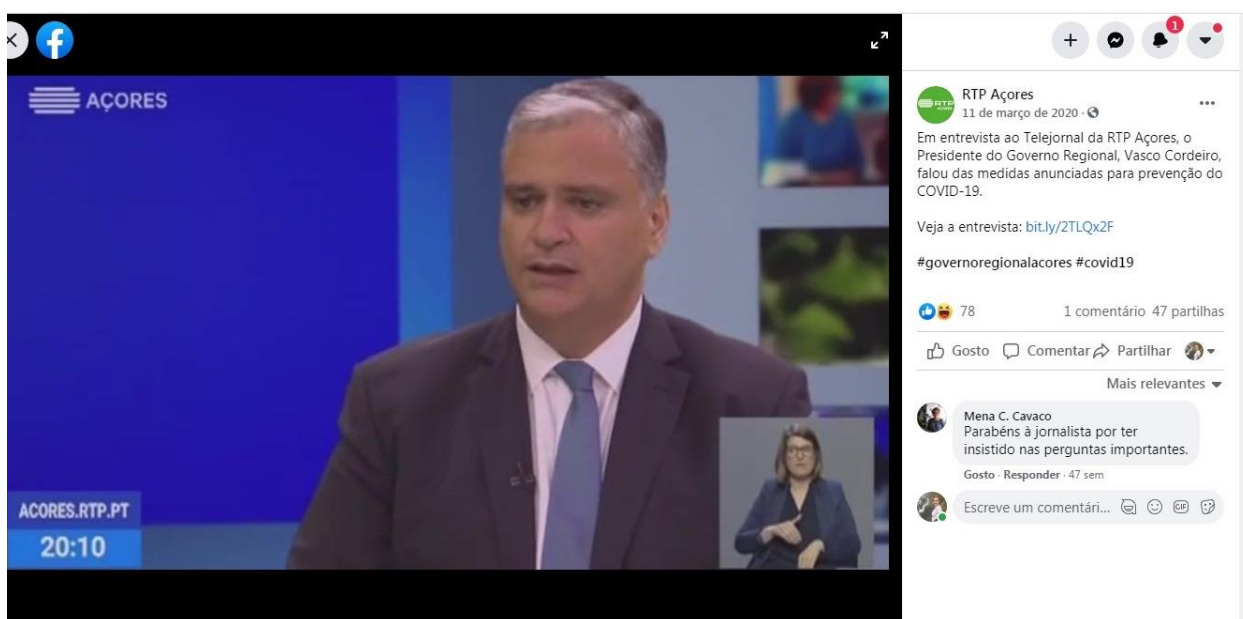


Figura 12 - Printscreen da publicação Entrevista ao Telejornal da RTP Açores, Presidente do Governo Regional dos Açores, Vasco Cordeiro - Facebook RTP Açores – 11 de março de 2020

No dia 13 de março, o então presidente do Governo Regional, Vasco Cordeiro, promoveu uma conferência de imprensa no âmbito da monitorização da pandemia do novo coronavírus, e a RTP-Açores anunciou pela primeira vez no *Facebook*, no contexto da pandemia, que a população podia acompanhar em direto (15h30 locais) “na sua televisão e aqui no Facebook” (ver Figura 13).

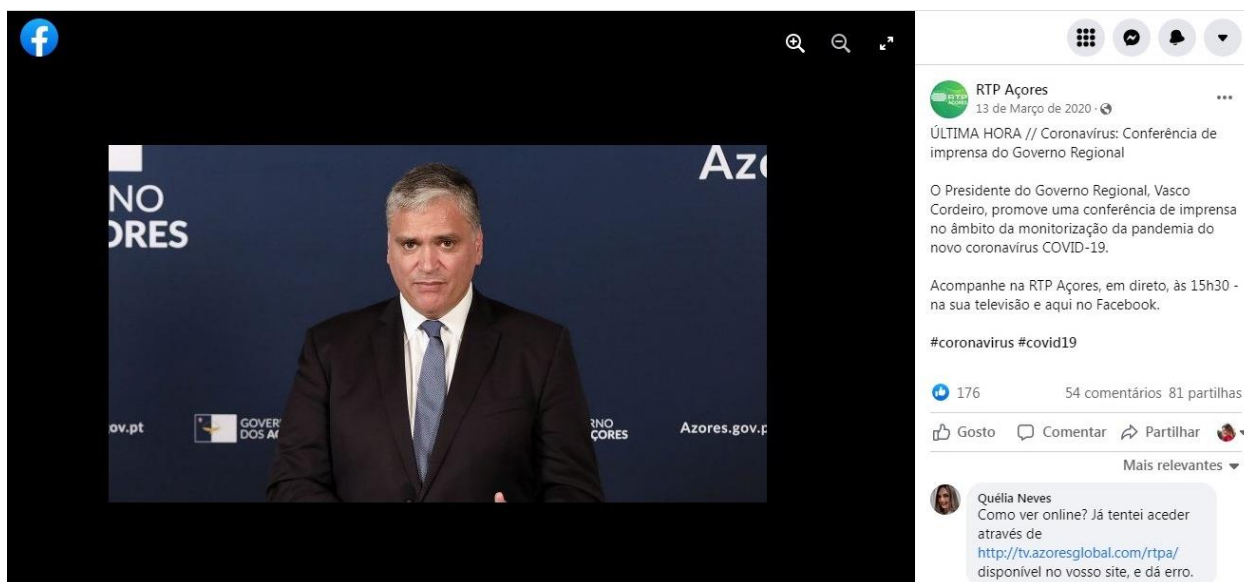


Figura 13 - Printscreen da publicação "Última Hora // Coronavírus: Conferência de imprensa do Governo Regional" - Facebook RTP Açores – 13 de março de 2020

Entretanto, é noticiado no dia 15 de março a confirmação do primeiro caso positivo da Covid-19 nos Açores, entre oito casos suspeitos, de acordo com a Autoridade de Saúde Regional, no qual referia tratar-se de uma mulher de 29 anos, residente na ilha Terceira, com passagem recente por Amsterdão, na Holanda, e Felgueiras, em Portugal continental.

No mesmo dia arrancava o direto diário na RTP-Açores (16h00 locais) do então Diretor Regional da Saúde, Tiago Lopes, com o ponto de situação da Covid-19 nos Açores, que se prolongaria até 5 de junho, dia em que a Região assinalou zero casos positivos ativos e 12 mortos, tendo sido anunciado que, no entanto, o mesmo direto poderia ressurgir a qualquer momento se a situação epidemiológica nos Açores assim o justificasse (ver Figura 14).

No dia 16 de março, surge a publicação do anúncio da intervenção do então presidente do Governo Regional dos Açores, Vasco Cordeiro, para apresentar as conclusões de mais um Conselho de Governo Extraordinário, em direto, a partir do Palácio de Santana (12h30 locais), na RTP-Açores e no *Facebook* (ver Figura 15).

É de referir ainda que 16 de março é o dia que marca o início do programa diário “COVID-19: Palavra Pública” (18h30 locais), com linha telefónica para contacto em direto - 296 202 767 -, na RTP-Açores, cujo objetivo era colocar a população a participar para esclarecer as suas dúvidas em relação ao novo coronavírus. O primeiro programa contou

com a presença da Coordenadora Regional da Saúde Pública, Ana Rita Eusébio (ver Figura 16).

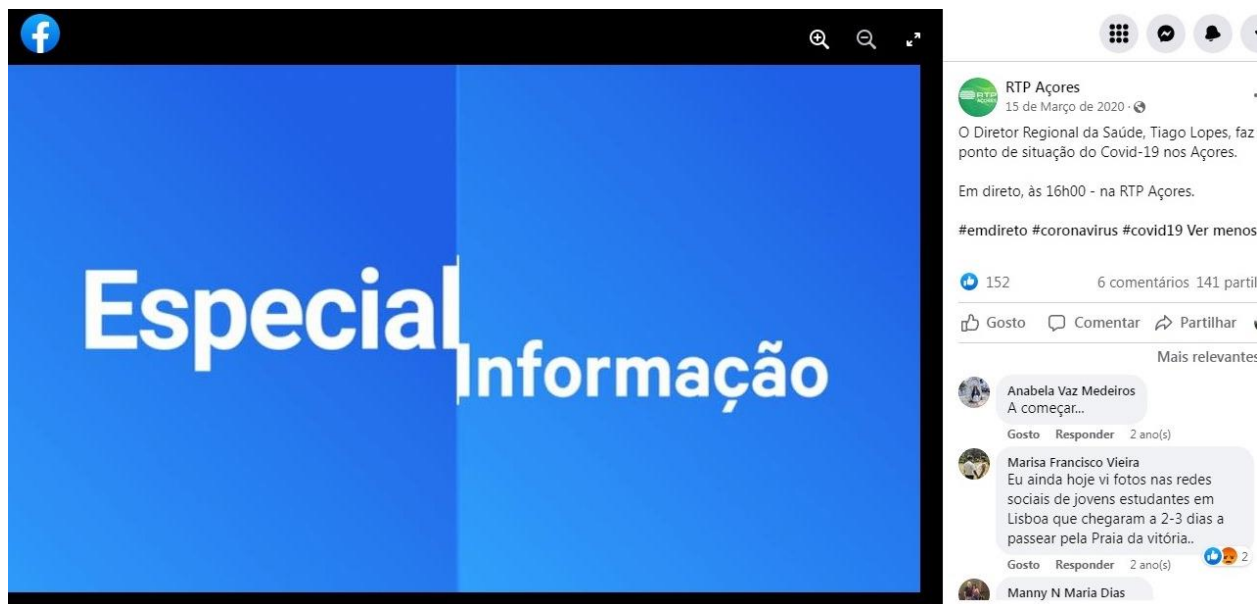


Figura 14 - Printscreen da publicação "O Diretor Regional da Saúde, Tiago Lopes, faz ponto de situação do Covid-19 nos Açores" - Facebook RTP Açores – 15 de março de 2020

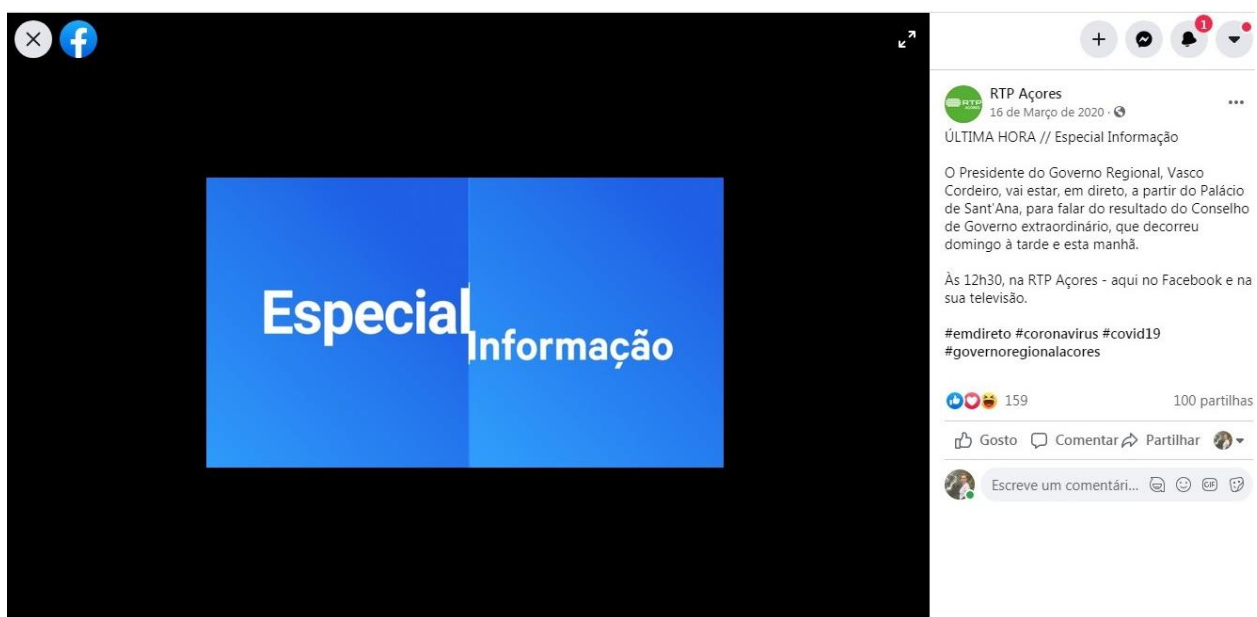


Figura 15 - Printscreen da publicação "Última Hora // Especial Informação" - Facebook RTP Açores – 16 de março de 2020



Figura 16 - Printscreen da publicação "COVID-19: Palavra Pública" - Facebook RTP Açores – 16 de março de 2020

Este género de descrição cronológica que se resume a datas de revelações e arranques em jeito de tópicos tem dois propósitos: por um lado, mostra os primeiros passos de uma nova fase da vida de um canal de televisão e de uma sociedade, estando uma interligada com a outra, numa tomada de posição a conta gotas sobre algo que se revelava desconhecido e ameaçador em termos de doença; e, por outro lado, revela o que será a presença inicial da RTP-Açores nas redes sociais, nomeadamente o *Facebook*, e, sobretudo, a presença inicial num contexto de pandemia.

5.2 Informação

Nos telejornais analisados verificamos a presença assídua de um dos pivots (sexo masculino), o que será entendido como uma necessidade face à entrevista da colega jornalista, também pivot destes programas, Dulce Bradford, na edição de 23 de março de 2020⁵¹, que, via skype, conta que está em casa com os seus dois filhos (uma menina de seis anos e um menino de dois) desde o dia 13 do mesmo mês, pois os colégios e estabelecimentos de ensino estão encerrados devido à pandemia⁵², e que “a vida é feita com base nas novas tecnologias”⁵³, apontando o exemplo dos trabalhos das escola de menina.

É também nesta edição do telejornal da RTP-Açores de 23 de março de 2020⁵⁴ que aparece a primeira entrevista com o micro revestido com uma película no âmbito das medidas adoptadas para a prevenção da Covid-19.

Verificamos ainda que os jornalistas recorrem com regularidade às entrevistas via skype e via telefone para cumprirem o seu trabalho de manter o contacto com as pessoas e recolher as declarações necessárias quer de representantes de entidades públicas quer de entidades particulares. Em ambos os casos há quem se encontre a residir na mesma cidade, mas também há quem se encontre fora dos Açores ou mesmo do país, uma vez que a temática das viagens e a relação das mesmas com o período decretado de quarentena esteve em cima da mesa e em destaque nos telejornais.

Esta amostra total está disponível no arquivo da plataforma digital do mesmo canal⁵⁵, sendo que para complementar o desenvolvimento deste trabalho foram adoptados gráficos, tabelas e comparações percentuais no conjunto dos dados avançados pela RTP-Açores como referido anteriormente.

É de salientar que este é também um período que vai expressar a entrada da RTP-Açores nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, e que se prolonga até outubro de 2020, mantendo-se no contexto da pandemia da Covid-19.

As 30 imagens impressas, entre 27 de fevereiro e 5 de agosto, não linear, da dinâmica na página do *Facebook* da RTP-Açores também auxiliam na reflexão, análise e no complemento, fazendo ponto chave com a análise de conteúdo e contextualizando com o antes e depois de 15 a 31 de março, o período da amostra dos telejornais.

⁵¹ RTP-Açores. (2020, março 23) *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463292/telejornal-acores/815311>

⁵² RTP-Açores. (2020, março 23) *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462213/telejornal-acores>

⁵³ RTP-Açores. (2020, março 23) *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463292/telejornal-acores/815311>

⁵⁴ *Idem*.

⁵⁵ RTP-Açores. *Telejornal Açores*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e620181/telejornal-acores>

Destas imagens, 17 correspondem às 17 primeiras edições do “Especial Informação”/ “Diário Informativo” da RTP-Açores, de forma linear, publicadas na sua página do *Facebook*, entre 15 a 31 de março, e que tinha transmissão em direto todos os dias às 16h00. (ver figuras 17 a 33).



Figura 17 - Especial Informação - Diário Informativo - 15 março 2020 - 106 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 18 - Especial Informação - Diário Informativo - 16 março 2020 - 66 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 19 - Especial Informação - Diário Informativo - 17 março 2020 - 40 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 20 - Especial Informação - Diário Informativo - 18 março 2020 - 53 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

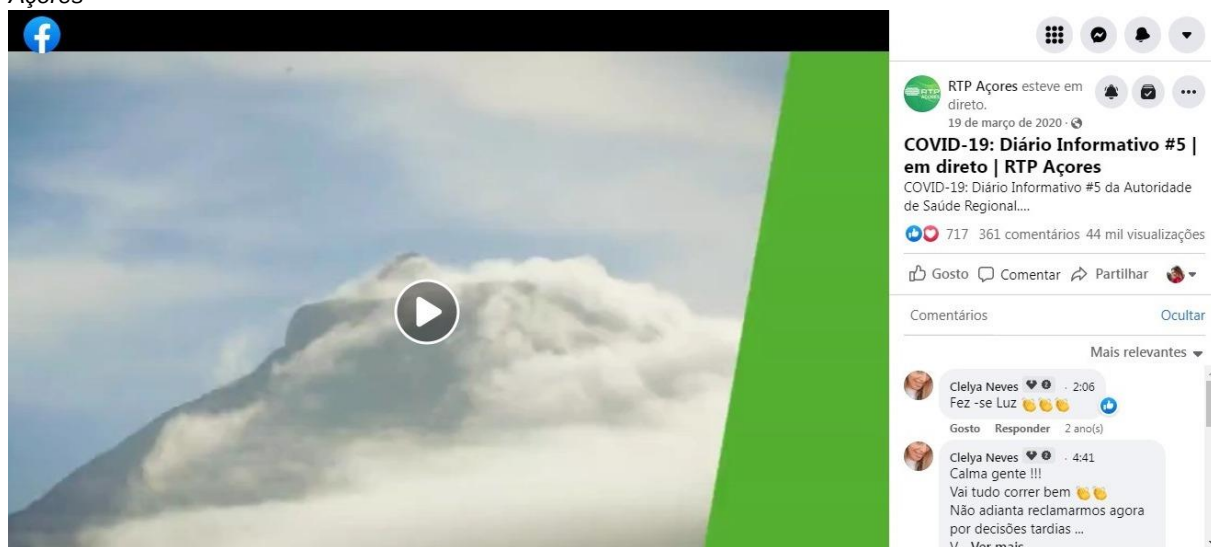


Figura 21 - Especial Informação - Diário Informativo - 19 março 2020 - 44 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

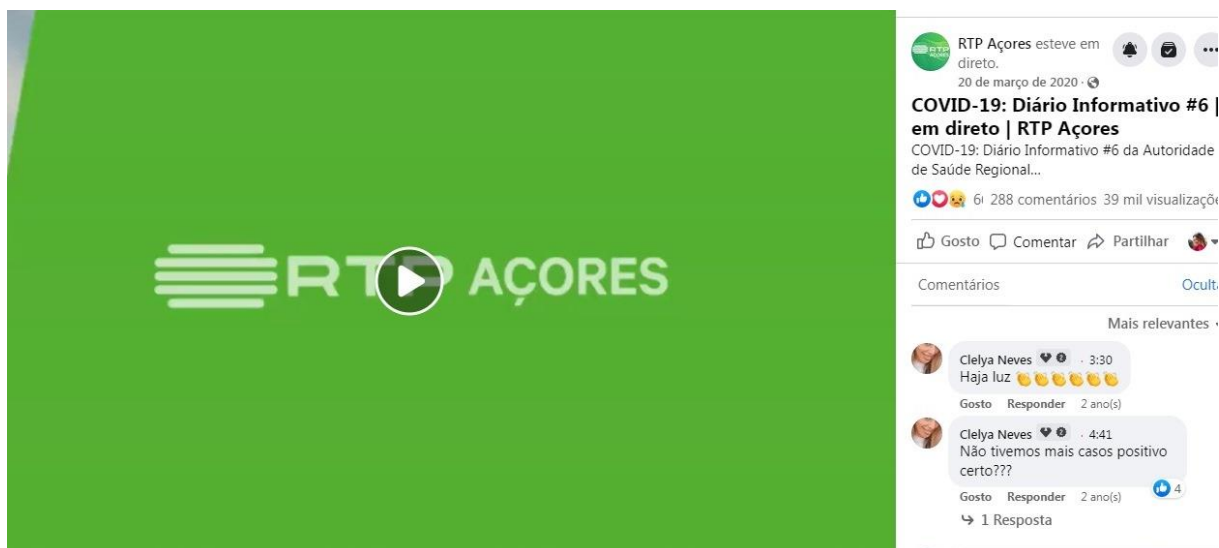


Figura 22 - Especial Informação - Diário Informativo - 20 março 2020 - 39 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

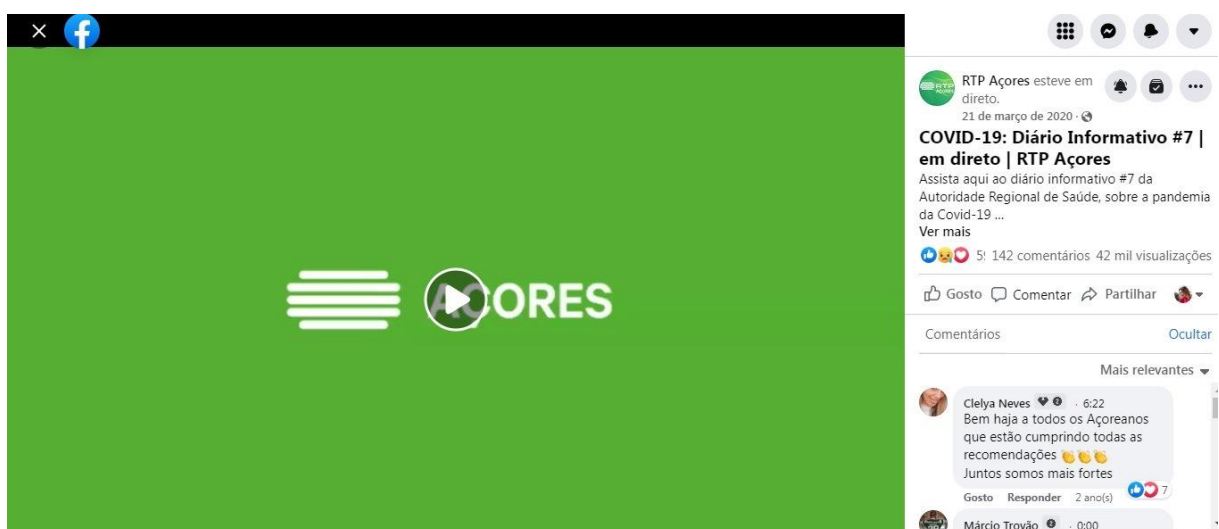


Figura 23 - Especial Informação - Diário Informativo - 21 março 2020 - 42 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 24 - Especial Informação - Diário Informativo - 22 março 2020 - 61 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 25 - Especial Informação - Diário Informativo - 23 março 2020 - 41 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

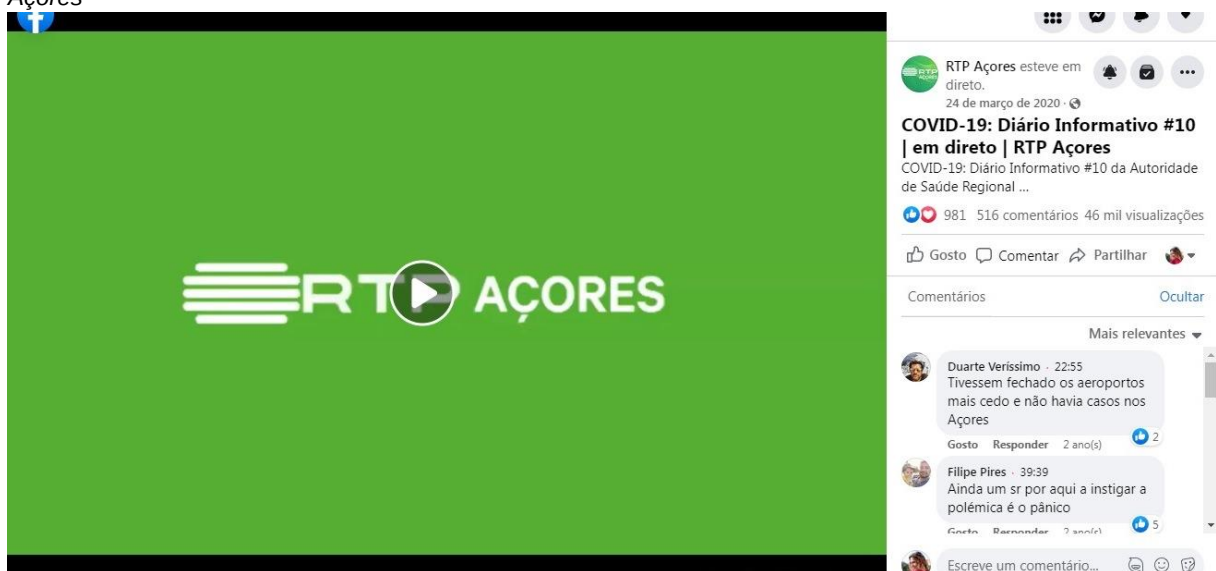


Figura 26 -Especial Informação - Diário Informativo - 24 março 2020 - 46 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

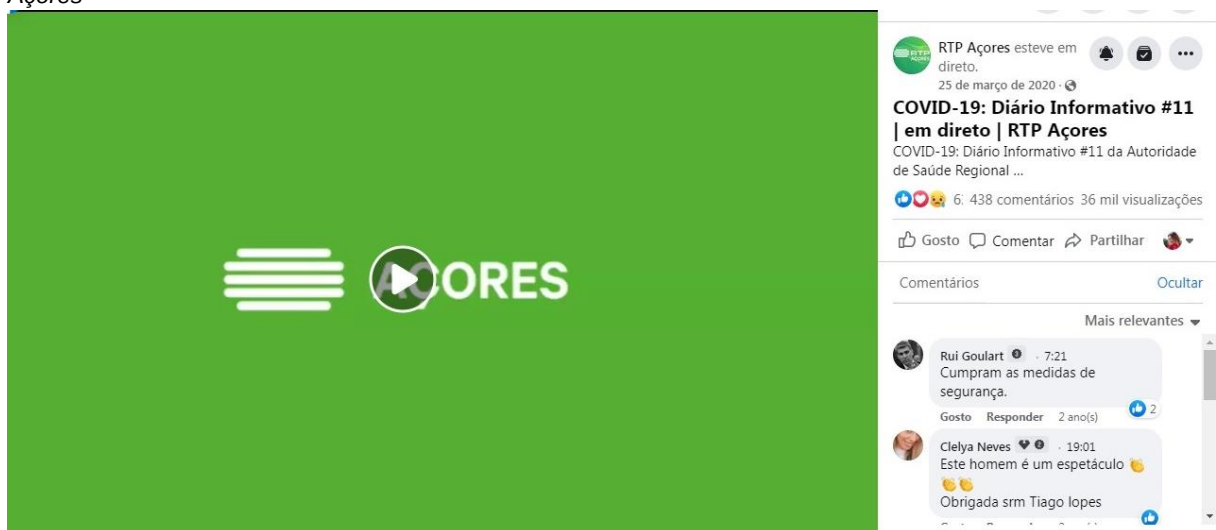


Figura 27 - Especial Informação - Diário Informativo – 25 março 2020 - 36 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 28 - Especial Informação - Diário Informativo - 26 março 2020 - 45 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

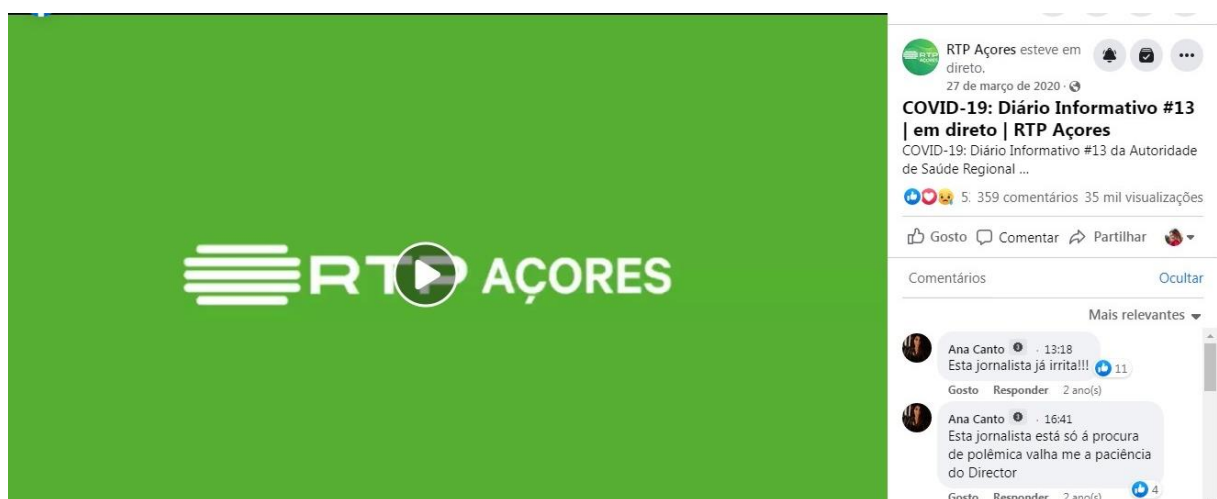


Figura 29 - Especial Informação - Diário Informativo - 27 março 2020 - 35 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 30 - Especial Informação - Diário Informativo - 28 março 2020 - 44 mil visualizações - Facebook RTP – Açores



Figura 31 -Especial Informação - Diário Informativo - 29 março 2020 - 51 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

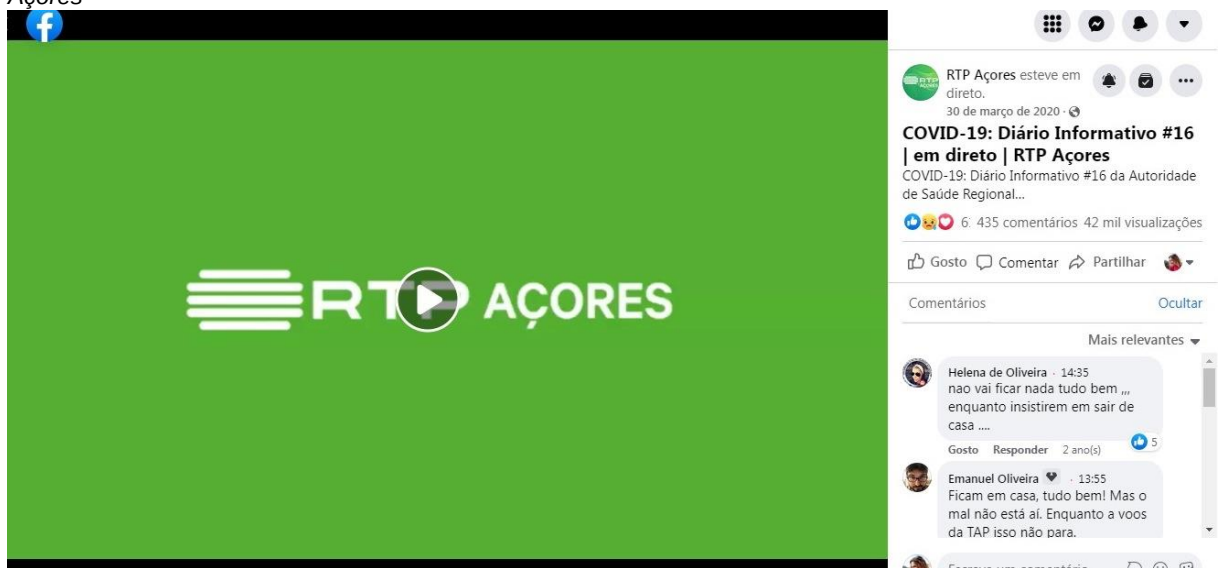


Figura 32 - Especial Informação - Diário Informativo - 30 março 2020 - 42 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

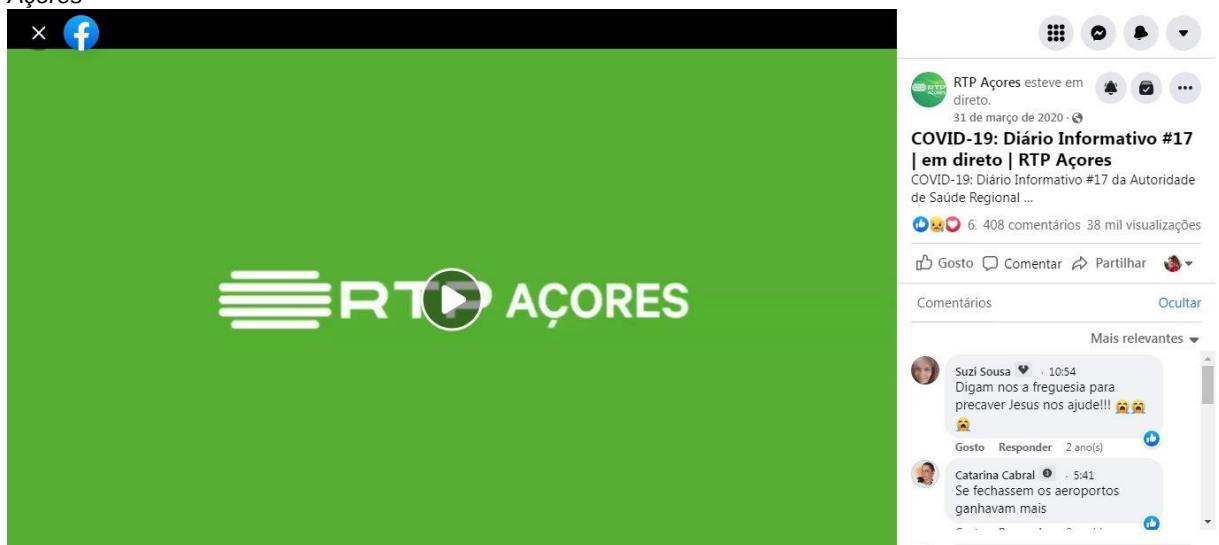


Figura 33 - Especial Informação - Diário Informativo - 31 março 2020 - 38 mil visualizações - Facebook RTP – Açores

É neste enquadramento que surge a pergunta sobre a motivação da RTP-Açores perante a sua comunidade, isto é, a sua audiência para impulsionar a ligação entre as partes no âmbito do seu papel de serviço público, que se refletem em cada qual, como já o dissemos, e, por outro lado, para perceber do eventual contributo da temática da pandemia para o reforço da transição do canal público regional para o meio digital.

Deste modo, no dia 15 de março⁵⁶, domingo, o telejornal da RTP-Açores é emitido à mesma hora (20h00), no estúdio habitual, em Ponta Delgada, e com a jornalista pivot Berta Tavares, rosto familiar da estação e deste programa. Esta edição ficou marcada pela notícia da confirmação do 1.º caso de Covid-19 nos Açores, sendo que toda a primeira parte do telejornal é sobre a pandemia, salientando que, no dia anterior, 14 de março, foi decretada quarentena na Região⁵⁷.

É de referir que há uma entrevista em estúdio, em direto, ainda no modelo dito “normal”, ou seja, sem estruturas na mesa, nomeadamente separadores de acrílico, adaptadas às medidas de prevenção da Covid-19, e que numa das peças, o jornalista está no interior do Aeroporto João Paulo II, em Ponta Delgada, e não usa máscara. Também o microfone não está revestido com película protetora, e os entrevistados “in loco” dividem-se entre os que utilizam a máscara e os que não fazem uso dela.

No final do telejornal⁵⁸, a jornalista anuncia que a partir de 16 de março, no dia seguinte, começará um novo programa designado por “Covid-19: Palavra Pública”, às 18h30, e que as pessoas podem participar através do telefone.

Estamos então a meio de março de 2020, a menos de um mês de ter sido noticiado, a 27 de fevereiro, o primeiro caso suspeito da Covid-19 nos Açores, o que nos projeta para o gráfico dos resultados online da *RTP Play*, no seu relatório anual de 2020, e que, no gráfico correspondente a visitas ao direto da RTP-Açores nos direciona as atenções para os picos dos meses de março e abril com 120 mil visitas em março em contraponto com 60 mil no período homólogo de 2019.

Nas horas do dia, os picos indicam as 16h00 e as 20h00, correspondentes a primeira ao “Especial de Informação”/ “Diário Informativo” onde o então Diretor Regional da Saúde, Tiago Lopes, fazia em conferência de imprensa o ponto de situação da Covid-19 nos Açores; e a segunda ao telejornal, sendo que entre ambos a diferença é de 5 mil (75 mil visitas às 16h00 e 80 mil às 20h00), conforme observado na Figura 14.

⁵⁶ RTP-Açores. (2020, março 15). Telejornal Açores: Parte 1. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462025/telejornal-acores>

⁵⁷ RTP-Açores. (2020, março 16). Telejornal Açores: Parte 2. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462213/telejornal-acores/813603>

⁵⁸ RTP-Açores. (2020, março 15). Telejornal Açores: Parte 2. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462025/telejornal-acores/813296>

As despedidas do jornalista pivot assumem o momento atual da dificuldade dos tempos que correm e, então, na edição de 22 de março de 2020⁵⁹, João Simas diz à audiência “Fique em casa que nós vamos ter consigo”.

Estaremos então perante a revelação da sensibilidade do canal público regional para com o público; as pessoas que se devem manter resguardadas e a suposta solidão que, porventura, poderão estar a sentir será minimizada pelo trabalho diário da televisão? O sentido pedagógico é uma hipótese e podemos ter aqui exposto que a televisão não só informa como também empresta a sua companhia.

Vejamos que, meses depois, no *Facebook*, a RTP-Açores publica um agradecimento à sua audiência (ver Figura 17), datado de 5 de agosto de 2020, pelos seus “100 mil seguidores” na página da referida rede social, acompanhado pelo seguinte texto “[...] São vocês que justificam a nossa existência, que nos fazem querer ir mais longe e a realizar um trabalho. Contamos com todos e tudo faremos para continuar a merecer a vossa confiança.”



Figura 34 – Printscreen da publicação de agradecimento pelos 100 mil seguidores – Facebook RTP Açores – 5 de agosto de 2020

Todos estes pontos anunciados revelam algo mudou, que algo provocou a mudança e, também, que tudo se interliga além das posturas tecnológicas, estendendo-se na vertente humana anteriormente referida por Kotler, por exemplo.

Por outro lado, nos dados complementares, destaque para os números sobre a RTP Play, ou seja, a plataforma onde está a informação e os conteúdos, a nível nacional, disponíveis no computador, smart tv, telemóvel ou tablet, com acesso livre, dando a conhecer as percentagens de canais em direto, em comparação com o ano transato, isto é,

⁵⁹ RTP-Açores. (2020, março 22). Telejornal Açores: Parte 2. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463097/telejornal-acoers/815021>

2019; seguindo-se o ranking e a percentagem relativa ao Vídeo on demand; terminando, nesta primeira fase, com os valores das visualizações no consumo em direto e no Vídeo on demand, bem como na programação no site da *Web* e nas visitas por mês, estas últimas em percentagem e em contraponto a 2019 também.

Deste modo ficamos a saber os resultados *online* da RTP-Açores, enquadrados nos dados da RTP *Play*, no consumo em direto (com número de visitantes, visitas e visualizações), horas e resultados por mês de visitantes e visitas, em comparação a 2019, e no vídeo on demand (programa com mais visitas); programação no site (visitantes, visitas e visualizações); Aplicação RTP *Play*, no consumo em direto (visitantes, visitas e visualizações); e, ainda, o perfil dos visitantes.

Os dados desta primeira fase dizem respeito ao ano de 2020, com pontos de ligação ao de 2019 para melhor compreensão das subidas ou descidas percentuais.

A análise dos referidos resultados vai ser reforçada com os números das audiências da RTP-Açores nas plataformas digitais, entre 2018 e 2020, numa visão a nível nacional.

Entra então aqui a segunda fase que põe em evidência o canal público regional no contexto competitivo referente à notoriedade de canais; aos canais preferidos e canais visualizados habitualmente.

Já na terceira e última fase destaque para os dados das redes sociais, nomeadamente do *Facebook*, relativos a 2020, em número de visualizações, alcance e interações, e comparação a 2018 e 2019, fornecidos pelo *Facebook* “media partner” do Grupo RTP.

Os destaques diários no Grupo RTP, do qual a RTP-Açores faz parte, também estão expressos nesta análise, bem como o TOP 10 das Redes Sociais, indicando o total de interações, interação semanal (média) e interação semanal (percentagem).

Estes dados apresentam-se em gráficos e tabelas e, ainda, em imagens que dão exemplo das publicações com mais dinâmica sobretudo na vertente visualizações e alcance.

A par disso, mostra-se outras imagens das redes sociais da RTP-Açores, nomeadamente o *Facebook*, que vão reforçar e apoiar as anteriores, as quais foram recolhidas durante o ano de 2020 com o propósito de acrescentar conhecimento a esta análise e de confirmar o seu conteúdo.

5.3 Mensagem

Quer o telejornal, através da despedida do pivot, quer as redes sociais, nomeadamente o *Facebook*, através de imagem e texto, convidaram o público a fazer ligação “para esclarecer as suas dúvidas em relação ao novo coronavírus”, conforme observado na Figura 10.

Se por um lado temos essa manifestação de auxílio no meio da dificuldade dos tempos que correm, com esse novo programa, com o telejornal, como já vamos verificar, e com o “Especial Informação”/ “Diário Informativo”, também referido anteriormente, que incluía uma conferência de imprensa, em direto, pelo então Diretor Regional da Saúde, Tiago Lopes; por outro lado temos a palavra dita num contexto de acolhimento nas 17 edições dos telejornais observados.

E é neste contexto que descrevemos os dados recolhidos e apontados na tabela (ver Tabela 1 Anexo) referentes a essas mesmas edições de telejornais que, primeiramente, nos revela que estiveram apenas três jornalistas pivots de serviço, sendo um deles (Rui Goulart) o sub-diretor do canal público na Região.

Percebemos na edição de 23 de março de 2020 que existe um quarto jornalista pivot, Dulce Bradford, jovem de 30 e poucos anos, que está em casa com os seus dois filhos, segundo ela desde o dia 13 de março, porque a escola se encontrava encerrada no âmbito das medidas de prevenção contra a Covid-19.

Nesta senda da proximidade, que de resto foi uma das tónicas que Rui Goulart já havia manifestado na sua aposta como responsável pela RTP nos Açores, é feita uma entrevista com essa jornalista, via *skype*, para partilha com o público sobre a sua nova rotina, tendo como ponto central o desafio de estar fechada em casa com duas crianças.

Com as suas palavras de profissional da comunicação, mas também de mãe e cidadã, a jornalista deixa três notas que merecem reflexão: ela diz que a vida é feita com base nas novas tecnologias e dá exemplo dos trabalhos de casa da sua filha que são enviados por email para a sua professora; conta que acompanha as notícias no conforto do lar ao contrário dos que são chamados para trabalhar no exterior como os profissionais de saúde, da proteção civil e de comunicação; e, ainda, enaltece as empresas que dispõem do serviço de entrega de bens e produtos ao domicílio para ajudar as pessoas nas suas compras sem terem de sair de casa.

Este é um exemplo do sentido de missão acrescida num tempo em que todos são precisos, sendo que desde a jornalista, em casa, até ao jornalista em estúdio, o cuidado com o conteúdo foi além da informação; pretendeu ser uma voz que projetava outras tantas vozes.

Nesta mesma edição do telejornal de 23 de março de 2020, foi noticiado o apelo da PSP ao cumprimento das normas e o seu pedido de solidariedade entre todos.

Entretanto, em estúdio, o então Secretário Regional da Educação falou sobre o encerramento das escolas e o ponto de situação do presente ano letivo, e foi feita a primeira entrevista presencial, no exterior, com o microfone de mão revestido com película como medida de proteção contra a Covid-19.

Este é também um telejornal marcado por entrevistas via *skype* e telefone e, ainda, pela despedida do pivot, João Simas, citando o poeta José Jorge Letria, com estas palavras: “Este é o momento em que a vida triunfa em casa. Quanto a si, se algum dia se sentir só saiba que nós estamos sempre aqui. Boa noite. Mantenha-se em segurança e mantenha a Esperança”.

Podemos dizer que grande parte da edição deste telejornal assenta na promoção da tomada de consciência para os momentos do presente que se revelam menos fáceis de viver, com sacrifícios que todos devem fazer em prol do bem comum.

É de salientar que verificamos desde logo não só o reduzido número de jornalistas pivot de serviço, mas também que o nome e a presença de João Simas repete-se por dias seguidos. A edição de 23 de março vem dar uma parte da resposta e, por outro, vem lançar a questão da relação entre a vida profissional e pessoal, bem como a necessidade da existência de uma flexibilidade para com os funcionários que têm filhos menores ou outras pessoas ao seu cuidado.

Trata-se de uma das exposições do lado humano no meio dos avanços tecnológicos do nosso tempo em que, por exemplo, neste contexto, permite cumprir o trabalho com recurso a entrevistas via *skype* de forma a evitar por um lado o contacto próximo e por outro permite saber o que está a acontecer no outro lado do mundo através de quem nos dá declarações para melhor contextualizar a matéria em abordagem na atualidade regional, nacional e internacional.

Este modelo de entrevista repete-se nas 17 edições do telejornais analisadas, pois os assuntos tratados, a grande maioria ligados à Covid-19, motivaram a auscultação de diferentes vozes de profissionais, representantes das entidades públicas, empresários e público em geral, uma vez que todos os setores e todas as áreas foram afetadas de uma ou de outra maneira pelos constrangimentos causados pela pandemia.

Em destaque, conforme podemos verificar na tabela, estão temas ligados aos transportes aéreos, saúde e turismo, face à entrada e saída de passageiros na Região e à mobilidade inter-ilhas, tudo no contexto da pandemia, havendo alterações ao nível de medidas e estados que condicionam o dia a dia das pessoas, não esquecendo que uma região ultraperiférica necessita de aeroportos e portos operacionais para circulação de pessoas e bens.

Estes condicionamentos expressam-se também nas alterações da grelha da própria RTP-Açores, senão vejamos na edição de 18 de março de 2020, três dias depois de confirmado o primeiro caso positivo, e com destaque para a declaração do Estado de Emergência em Portugal, é emitida uma peça no telejornal sobre a suspensão de programas no canal que envolvem a entrada e saída de convidados, bem como os programas feitos no exterior e, ainda, programas ligados às atividades desportivas, culturais e parlamentares. Mantém-se o “Telejornal”, “Jornal da Tarde”, acrescenta-se a “Palavra Pública” e outros espaços de informação especial sobre a Covid-19.

Nesta mesma edição, o pivot despede-se e encerra o telejornal desinfetando as mãos com álcool gel que está em cima da mesa do estúdio pronto a ser utilizado.

Se por um lado a RTP-Açores esclarece que vai fazer uma adaptação pela falta de programas que tiveram de ser suspensos, por outro reforça o espaço informativo sobre a Covid-19 e dá voz à Autoridade Regional de Saúde, representada pelo Diretor Regional da Saúde, Tiago Lopes, que a partir de 15 de março de 2020, dia da confirmação do primeiro caso positivo na Região, passa a protagonizar o “Especial Informação”/ “Diário Informativo”, todos os dias, às 16h00, em direto, no formato de conferência de imprensa.

A questão do tema base e das transmissões em direto, além da necessidade de cumprir a atualidade do espaço noticioso, reforça a velocidade da circulação da informação, recordando Oliveira, Christino e Júnior como uma das grandes diferenças entre as pandemias do passado e a atual, quando “agregou um elemento de instantaneidade no Covid-19 [...]” (2021, pp. 87-88).

Assim, seis dias depois da confirmação do primeiro caso positivo da Covid-19 nos Açores, o então presidente do Governo Regional dos Açores, Vasco Cordeiro, faz uma nova comunicação, em direto, a partir do Palácio de Santana, em Ponta Delgada, com ligação ao telejornal, dizendo frases como “Todos seremos chamados a refazer, a reconstruir, a reerguer. Apelo ao melhor de cada um de nós, porque o melhor de cada um de nós é, sem qualquer dúvida, o melhor para todos”, e o primeiro-ministro, António Costa, também neste modelo, mas a partir do Palácio da Ajuda, anuncia as medidas de apoio social e económico.

Os diretos nas redes sociais, nomeadamente no *Facebook*, como podemos verificar nas 17 imagens impressas (Figuras 17 a 33), somaram nunca menos de 30 mil visualizações, por dia, estando no topo a primeira edição, portanto o número 1 (15 de março de 2020), com 106 mil visualizações contabilizadas na publicação da página, seguindo-se a edição do dia 16 de março com 66 mil e a do dia 17 com 40 mil (ver Figura 35).

Aqui, neste espaço, pela voz da Autoridade Regional de Saúde, é feito o ponto de situação diário com revelação do novo número de infetados, internados, recuperados ou mortos. No final da exposição de números, os jornalistas presentes podiam colocar perguntas, bem como os que estavam fora daquele espaço ou em outras ilhas através do

contacto direto com a assessora de imprensa da Secretaria Regional da Saúde que indicava o órgão de comunicação social e transmitia a pergunta colocada.

Tabela de Análise de Visualizações no Facebook do Especial Informação - Diário Informativo
Edições de 15 a 31 de março de 2020

	Data	Canal de Origem	Hora	Programa de Estúdio	Ligação ao Exterior	N.º Edição	Tema Central	Transmissão	Visualizações
1	15-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	1	Covid-19	Direto - Facebook	106 mil
2	16-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	2	Covid-19	Direto - Facebook	66 mil
3	17-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	3	Covid-19	Direto - Facebook	40 mil
4	18-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	4	Covid-19	Direto - Facebook	53 mil
5	19-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	5	Covid-19	Direto - Facebook	44 mil
6	20-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	6	Covid-19	Direto - Facebook	39 mil
7	21-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	7	Covid-19	Direto - Facebook	42 mil
8	22-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	8	Covid-19	Direto - Facebook	61 mil
9	23-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	9	Covid-19	Direto - Facebook	41 mil
10	24-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	10	Covid-19	Direto - Facebook	46 mil
11	25-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	11	Covid-19	Direto - Facebook	36 mil
12	26-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	12	Covid-19	Direto - Facebook	45 mil
13	27-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	13	Covid-19	Direto - Facebook	35 mil
14	28-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	14	Covid-19	Direto - Facebook	44 mil
15	29-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	15	Covid-19	Direto - Facebook	51 mil
16	30-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	16	Covid-19	Direto - Facebook	42 mil
17	31-03-2020	RTP-Açores	16h00	Especial Informação - Diário Informativo	Conferência de Imprensa	17	Covid-19	Direto - Facebook	38 mil

Figura 35 – Tabela de Análise de Visualizações no Facebook do Especial Informação – Diário Informativo – Edições de 15 a 31 de março de 2020

Todos estes temas principais são a chave para abrir as portas que fazem ligação às várias áreas da sociedade e aos diversos setores, sendo que a televisão local foi elo determinante para convergir nove ilhas e as suas realidades.

Enquanto na edição de 22 de março do telejornal viu-se discutir o formato da sessão do plenário do mês seguinte, abril, entre o presencial e a videoconferência, o pivot despediu-se “Fique em casa que nós vamos ter consigo”.

Já no telejornal de 24 de março de 2020, dia em que aparece um género de slogan #FiqueEmCasa, uma reportagem dá nota que os ginásios começaram a dar aulas online, e na edição de 25 a Diocese de Angra fala na sua adaptação aos constrangimentos provocados pela Covid-19 que levaram à decisão de celebrar as eucaristias da Páscoa através das redes sociais, mais propriamente do *Facebook*.

Na reta final do telejornal de 26 de março destaca-se uma nova música de um compositor açoriano, Flávio Cristóvam, intitulada “Andra Tutto Bene”, que quer passar uma mensagem de esperança a todos os que estão em casa em confinamento, e cujo pivot, João Simas, enfatiza com as suas palavras: “Espero por si amanhã, porque esta também é a sua casa”.

Com os temas da farinha esgotada e dos bastidores da Linha Saúde Açores, o telejornal faz os seus destaques no dia 28 de março, mais uma vez apelando à compreensão de quem trabalha diariamente com a pressão e o compromisso acrescido na ligação direta ou indireta com a saúde da população.

O jornalista Rui Goulart é o pivot da edição de 29 de março de 2020 e, sublinha, na despedida, que o combate à Covid-19 passa muito pelo comportamento de cada um de nós.

Ainda nesta dinâmica de apelos à segurança para combater o vírus, o Clube Desportivo Santa Clara é tema de uma reportagem sobre os seus treinos com a equipa feitos através de vídeo chamada, o modo que encontraram para minimizar o impacto nos jogadores da interrupção da atividade desportiva.

Na edição de 31 de março, um dos temas em destaque é o cancelamento das Festas do Senhor Santo Cristo dos Milagres, em São Miguel, referindo que não se vão realizar pela primeira vez em 320 anos.

Todos estes destaques, dos transportes à economia, passando pela cultura e a religião, até ao desporto, promovem a união e a sintonia de uma sociedade no contexto da pandemia, potenciando a massa crítica para que se possa pensar e refletir sobre a saúde e as acessibilidades em campo e aéreas, duas das questões que se revelam determinantes para os momentos vividos.

Por outra via, expressa-se um lado solidário, por exemplo o Clube Desportivo Santa Clara, em entrevista via *skype* na edição de 21 de março, revelou que ofereceu refeições aos profissionais de saúde como reconhecimento e agradecimento pelo seu trabalho, ao mesmo tempo que os jogadores deixaram mensagens de apelo à população, para a proteção de todos contra a Covid-19.

Ainda no campo da solidariedade, o movimento “Todos pelos Açores” dá a saber na edição de 20 de março sobre a doação de ventiladores e monitores de sinais vitais aos hospitais da Região, tratando-se de equipamentos que querem adquirir através de uma angariação de fundos para fazer face à pandemia da Covid-19.

Enquanto os problemas pareciam cingir-se à Covid-19, no sentido de doença e ameaça para a vida, com atenção redobrada para a atualização da informação que era disponibilizada em direto, todos os dias, às 16h00 e às 20h00, as alegrias estiveram na perspetiva solidária, no sentimento de companhia e na capacidade de adaptação e conseguir alternativas para que a vida continuasse a ser vivida dentro das possibilidades à nossa volta.

Nesta análise vemos que enquanto as pessoas se fecham em casa, a televisão regional abre-se e acolhe mesmo quando fecha o seu estúdio à entrada e saída de convidados para entrevista. Por outras palavras, a distância entre os lados aproximou as pessoas mesmo fazendo ligações via *skype* e via telefone dentro e fora da Região.

6. CONCLUSÃO

Considerando que este trabalho assumiu o objetivo de perceber a transição entre o “velho” e o “novo” da RTP-Açores no contexto da sua informação e do seu papel enquanto canal de televisão numa região dividida geograficamente por nove ilhas, tendo como base um tempo difícil de pandemia, e que a pergunta de partida foi exatamente “como a RTP-Açores fez a sua transição para as redes sociais no contexto de pandemia?”, verificamos que o passo foi efetivamente dado e que esse mesmo passo fez por acompanhar a atualidade recorrendo a todos os que pudessem contribuir para colocar mais e melhor nas notícias numa perspetiva de informar mas também de promover a reflexão.

Se pudessemos resumir numa só palavra essa passagem e mudança, que, na prática, reveste-se de adaptação, seria “oportunidade”. Porque os constrangimentos causados pela pandemia da Covid-19 trouxeram oportunidade de fazer acontecer de forma diferente com o que se dispõe e, aqui, essa oportunidade tomou a forma de uma ação em sintonia com o que se vivia no momento.

As atenções estavam centradas na chegada e na propagação de um vírus à Região como se todos perguntassem não só o que vamos fazer, mas também como iremos ficar. “Vai ficar tudo bem”/ “Andrà tutto bene”, dizia a canção do compositor açoriano, Flávio Cristóvam, a dada altura, como resposta, e cujo vídeo foi referenciado no telejornal de 26 de março de 2020, conforme vimos atrás.

Das 17 edições do telejornal observadas verificamos que foi assumido um papel de responsabilidade social acrescida e que o global e local estiveram de mão dadas, contrariando uma limitação geográfica, também acrescida pela implementação das medidas de prevenção contra a pandemia, através do recurso às tecnologias, entre o *skype* e o telefone, para que o particular e o universal tivessem voz na sociedade. Com diretos ligados à rede social, às 16h00, o “Especial Informação/ Diário Informativo” teve como ponto alto um momento personalizado com estatísticas que sobretudo atualizavam os números resultantes de análises realizadas nos laboratórios de referência da Região, com estreia a 15 de março, o mesmo dia com o número mais elevado de visualizações em ligação à confirmação do primeiro caso positivo nos Açores.

Até agora também referimos a diversidade de vozes sem esquecer que falamos de imagem em movimento, de televisão, e, por isso, se as vozes são diversas no contexto a sociedade, os olhares multiplicam-se pelas plataformas, partindo do modelo tradicional e da “caixinha mágica” que, antigamente, era vista como “ecrã-lareira” conforme disse Torres (2018, p. 11).

O digital existe e comunica no complemento ao formato tradicional, considerando que o mais antigo ocupa um lugar próprio, o qual coloca à disposição uma informação que fica disponível na plataforma multimédia que, em 2018, Osvaldo Cabral disse que fazia o seu caminho.

Porém, as redes sociais, em concreto o *Facebook*, como temos vindo a falar, apesar da RTP-Açores ter criado a página em 2016, só em 2020, na senda da necessidade e da oportunidade, é que começou a ganhar expressão, e se formos comparar o texto das publicações de 2016 e 2020, conforme as figuras disponíveis neste trabalho, vemos diferença na forma e no tamanho. Portanto, a adaptação aconteceu neste sentido.

Mas, considerando as três hipóteses como resposta (1 – adaptou o conteúdo ao formato da rede social (*Facebook*)?; 2 – duplicou o conteúdo sem o adaptar ao formato correspondente?; 3 – criou conteúdo próprio para a rede social?), verifica-se a hipótese número 2, isto é, em termos de conteúdos a RTP-Açores ainda tem um percurso a fazer nas redes sociais, pois o texto e as imagens são pouco cuidadas na forma, qualidade e atratividade, sendo que muitas, sobretudo em relação à Covid-19, repetem o grafismo em exagero.

As redes sociais podem e devem assumir a sua marca no texto, nas imagens e na mensagem, além de duplicar a informação de um programa em direto, pois importa modelar tendo em conta a capacidade de síntese e o equipamento onde através do qual o público vai consumir esse conteúdo. O texto da primeira publicação de 1 de setembro de 2016 escapa ao ideal do formato em que está inserido, verificando-se sim um traço criado para nota de imprensa ou notícia de imprensa escrita que, neste contexto, tem pormenores dispensáveis para um texto de página de rede social.

O afinar de formatos revela-se necessário para que a atividade e a marca se afirme e possa ser referência no contexto onde estão inseridos, neste caso nas redes sociais, sendo certo que, como já o dissemos, o passo foi dado com uma presença mais expressiva e indo ao encontro dessa evolução contemporânea.

Essa atualização, na linha do que foi feito nas despedidas do telejornal que observámos de 15 a 31 de março 2020, terá que trazer mais proximidade com o público na sua forma, no seu conteúdo e na sua mensagem, sob pena de se tornar menos susceptível de promover a partilha e o comentário. Isto é, o visual conta mas terá que haver atenção reforçada às chamadas de ação para que, efetivamente, a dinâmica possa se refletir no todo do trabalho desenvolvido na comunicação da RTP-Açores.

Os recursos humanos naturalmente revelam-se fundamentais para que todo esse universo à frente e atrás das câmaras possa funcionar em sintonia, de forma a atingir vários públicos, diferentes áreas, diversos contextos sociais e as nove ilhas dos Açores.

Os olhares querem-se múltiplos mas contextualizados para que a influência do meio e da mensagem possa promover mais eficazmente a informação, numa primeira fase, e o conhecimento, numa segunda fase.

7. BIBLIOGRAFIA

- #EstudoEmCasa. Direção-Geral da Educação. [consult. 2022-04-22]. Disponível na Internet em <https://estudoemcasa.dge.mec.pt/>
- Alvarenga, R. & Pichigueli, I. (2021) Religião à distância: a comunicação religiosa na pandemia In N. Prata, S. Jaconi, R. Gabrioti e G. Nascimento (orgs). *Resistências compartilhadas: comunicação, liberdade e cidadania* (pp. 222-249). Intercom. <http://www.portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/resistencias-compartilhadas05-10.pdf>
- Andrade, S. (2016) *Redes Sociais: Múltiplos Olhares*. (1ª Edição). São Paulo Editora, Clube de Autores.
- Auter, P. J. (1998). The Internet and the World Wide Web. 109-123. Disponível na Internet em https://www.academia.edu/3821903/The_Internet_and_World_Wide_Web
- Auxier, B. & Anderson, M. (2021, abril 7) Social Media Use in 2021: A majority of Americans say they use YouTube and Facebook, while use of Instagram, Snapchat and TikTok is especially common among adults under 30. *Pew Research Center*, páginas 1-18. <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. (1ª edição). Edições 70.
- Bauman, Z. & Leoncini, T. (2017). *Nados Líquidos: Transformações do Terceiro Milénio*. (1ª Edição). Relógio D'Água.
- BBC News YouTube Channel. (2020, julho 2). *Child interrupts BBC News interview - BBC News*. Youtube [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em https://www.youtube.com/watch?v=sG_5ZmpR3zo
- Big Brother Portugal. (2010) *O programa que mudou a televisão em Portugal...* [consult. 2021-03-09]. Disponível na Internet em <http://www.bigbrotherportugal.com/>
- Bourdieu, P. (1997) *Sobre a Televisão seguido de A influência do jornalismo e Os Jogos Olímpicos*. (1ª Edição). Jorge Zahar Editor.
- Cabral, O. (2018). *Os Açores e os Novos Media*. (1ª Edição). Gráfica Açoreana.
- Cajazeira, P. (2015). *A Audiência Convergente do Telejornal nas Redes Sociais*. (1ª Edição). Livros LabCom.
- Caldas, F. G. (2017, set-26, set-27). Apontamentos para pensar a articulação entre a Cultura e Tecnologia no campo da Comunicação [Paper presentation] *Integração Regional em Tempos de Crise: Desafios Políticos e Dilemas Teóricos*, Salvador, Bahia, Brasil. http://www.congresso2017.fomerco.com.br/resources/anais/8/1504020217_ARQUIVO_artigo-fomerco-fernanda-caldas.pdf
- Camponez, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade*. (1ª Edição). Minerva Coimbra.
- Cardoso, G., Espanha, R. & Araújo, V. (2009). *Da Comunicação de Massa à Comunicação em Rede*. (1ª Edição). Porto Editora.

Carreiro, T. C. & Farah, B. L. (2002) Reality Shows, exclusão social e instantaneidade: os riscos do esquecimento. *Psicologia em Revista*, 8 (12), 24-31. <http://periodicos.pucminas.br/index.php/psicologiaemrevista/issue/view/17>

Castells, M. (2002) *A Sociedade em Rede. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura*. (6ª Edição). Editora Paz e Terra.

Castells, M., Cardoso, G. (2006). *A Sociedade em Rede: Do Conhecimento à Acção Política*. (1ª Edição). Imprensa Nacional – Casa da Moeda.

Circular Normativa n.º 16. Direção Regional da Saúde. (2020, março 22). [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em <http://www.azores.gov.pt/NR/rdonlyres/25F80DC1-51E6-4447-8A38-E19529975760/1121792/cn16v2.pdf>

Circular Normativa n.º 22. Direção Regional da Saúde. (2020, abril 2). [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em https://covid19.azores.gov.pt/?page_id=2420

Circular Normativa n.º 8. Direção Regional da Saúde. (2020, fevereiro 13). [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em https://covid19.azores.gov.pt/?page_id=622

Cunha, I., Martins, C. & Cabrera, A. (2021) A Pandemia de COVID-19 na Televisão e as Estratégias de Comunicação de Saúde Pública em Portugal. *Diálogos continentais sobre comunicação em saúde em tempos de pandemia*, 6, 186-207. <https://doi.org/10.29327/561168.1-11>

Despacho n.º 2836-A/2020, do Gabinete das Ministras da Modernização do Estado e da Administração Pública, do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social e da Saúde. (2020, março 2). Diário da República n.º 43/2020, 2º Suplemento, Série II. [consult. 2022-05-16]. Disponível na internet em <https://dre.pt/dre/detalhe/despacho/2836-A-2020-129793730>

Despacho n.º 3186-D/2020, Infraestruturas e Habitação – Gabinete do Secretário de Estado Adjunto e das Comunicações. (2020, março, 10). Diário da República n.º 49/2020, 1º Suplemento, Série II. [consult. 2022-05-16]. Disponível na internet em <https://dre.pt/dre/detalhe/despacho/3186-D-2020-130114105>

Dicionário Priberam da Língua Portuguesa (2008-2021). Link. [consult. 2022-01-07]. Disponível na Internet em <https://dicionario.priberam.org/link>

Esteves, J. P. (2011). *Sociologia da Comunicação*. (1ª Edição). Fundação Calouste Gulbenkian.

Floridi, L. (2015) *The Online Manifesto: Being Human in a Hyperconnected Era*. (1ª Edição) Oxford Internet Institute, University of Oxford.

Freitas, V. (2001). *Jornalismo e Cidadania*. (1ª Edição). Edições Salamandra.

Gitlin, T. (2003). *The Whole World Is Watching: Mass Media In The Making And Unmaking Of The New Left*. (5ª edição). Estados Unidos da América: University of California Press.

Gomes, P. (2020, maio 20). *Elogio à RTP/Açores. Açoriano Oriental*. [consult. 22-05-2020]. Disponível na Internet em <https://www.acorianooriental.pt/artigo/elogio-a-rtp-acores-21287>

Governo dos Açores. (2003) *Relatório do Estado do Ordenamento do Território REOT-A: Enquadramento Geográfico*. Disponível na Internet em https://www.azores.gov.pt/NR/rdonlyres/A3DE5D59-882E-4C62-9BBC-7B8FF4D0B247/105469/2_Enquadramento.pdf

Harari, Y. N. (2019). *21 Lições para o Século XXI*. (5ª Edição). Elsinore, chancela da 20|20 Editora.

Infopédia (2003-2021). *Conversas em Família*. Infopédia: Dicionários Porto Editora. [consult. 2021-03-01]. Disponível na Internet em [https://www.infopedia.pt/\\$conversas-em-familia](https://www.infopedia.pt/$conversas-em-familia)

Kotler, P., Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Tecnologia para a Humanidade*. (1ª Edição). Conjuntura Actual Editora, chancela do Grupo Almedina.

Le Baume, R. & Bertolus, J.J. (1995) *Os Novos Senhores do Mundo – A Louca História dos Multimédia*. (1ª Edição). Editorial Teorema.

Lopes, F., Araújo, R., Magalhães, O. & Sá, A. (2020) COVID-19: quando o jornalismo se assume como uma frente de combate à pandemia. *A Universidade do Minho em Tempos de Pandemia: Tomo III: Projeções*. 207-233. <https://doi.org/10.21814/uminho.ed.25.11>

Lusa. (2018, dezembro 17). *RTP/açores integra seis trabalhadores, mas não sabe quantos precários tem no total*. Diário de Notícias. [consult. 2020-05-29]. Disponível na Internet em <https://www.dn.pt/lusa/rtpacores-integra-seis-trabalhadores-mas-nao-sabe-quantos-precarios-tem-no-total-10335193.html>

Macedo, J. A. (2020, maio 28). *RTP-Açores: o (brutal) salto digital*. Açoriano Oriental. [Consult. 28-05-2020] Disponível na Internet em <https://www.acorianooriental.pt/artigo/rtp-acores-o-brutal-salto-digital-21347>

Marketing Week. (2020, abril 19). *How Covid-19 is affecting trust in journalism and the media*. [consult. 2021-04-04] Disponível na Internet em <https://www.marketingweek.com/covid-19-affecting-trust-journalism-media/>

Martín-Barbero, J. (1997) *Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia*. (1ª Edição). Editora UFRJ.

Martins, M. (2017) *Novos Efeitos do Real no Jornalismo Televisivo: Reconfigurações estéticas e narrativas a partir da ubiquidade das máquinas de visibilidade*. (1ª Edição). Editora LabCom.IFP.

Menano, M. (2006, março 16). *Poder mediático à frente do político*. Jornal de Notícias. [consult. 2021-03-25]. Disponível na Internet em <https://www.jn.pt/arquivo/2006/poder-mediatico-a-frente-do-politico-541362.html>

Mesquita, M. (2001, dezembro 19). *O modelo televisivo do “bom observador”*. Jornal Público. Disponível na Internet em <https://www.publico.pt/2001/12/19/jornal/o-modelo-televisivo-do-bom-observador-165522>

Monteiro, L. (2001, setembro). A Internet como Meio de Comunicação: Possibilidades e Limitações [Paper presentation] *INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXIV Congresso Brasileiro da Comunicação – Campo Grande*, p. 28. [consult. 2022-01-13] Disponível na Internet em <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/62100555399949223325534481085941280573.pdf>

Moore, C. (2021, março 2). *BBC Three to return as a broadcast channel in January 2022*. BBC Media Centre [consult. 2021-05-05] Disponível na Internet em <https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2021/bbc-three-broadcast-channel>

Muzi, S, Sansò, A & Pace, C. S. (2021, abril 27) What's Happened to Italian Adolescents During the COVID-19 Pandemic? A Preliminary Study on Symptoms, Problematic Social Media Usage, and Attachment: Relationships and Differences with Pre-pandemic Peers. *Frontiers in Psychiatry*, 12 (590543), páginas (1-11). <https://doi.org/10.3389/fpsy.2021.590543>

Nações Unidas. (2020, março 11). *Organização Mundial da Saúde declara novo coronavírus uma pandemia*. ONU News. [consult. 2021-04-04]. Disponível na Internet em <https://news.un.org/pt/story/2020/03/1706881>

NiT (2015, março 9). *5 momentos épicos que marcaram o primeiro big brother: As melhores audiências de sempre*. [consult. 2021-03-09]. Disponível na Internet em <https://www.nit.pt/cultura/09-03-2015-5-momentos-epicos-que-marcaram-o-primeiro-big-brother/attachment/38591>

NiT (2015, março 9). *5 momentos épicos que marcaram o primeiro big brother: O famoso pontapé do Marco*. [consult. 2021-03-09]. Disponível na Internet em <https://www.nit.pt/cultura/09-03-2015-5-momentos-epicos-que-marcaram-o-primeiro-big-brother/attachment/38590>

Observador. (2015, setembro 9). *Amal e o poder mediático de um apelido*. [consult. 2021-03-25]. Disponível na Internet em <https://observador.pt/2015/09/09/amal-poder-mediatico-um-apelido/>

Oficial União Europeia. *A política regional e as regiões ultraperiféricas*. European Commission. Disponível na Internet em https://ec.europa.eu/regional_policy/pt/policy/themes/outermost-regions/

Oliveira, R. C., Christino, D. & Júnior, E. V. M. (2021) *COVID-19 e a Comunicação*. (1ª Edição). Cegraf UFG.

Ormaetxea, M. (2020, julho 28). *Hecatombe pandémica en los medios*. Media-tics [consult. 2021-04-04] Disponível na Internet em <https://www.media-tics.com/noticia/9317/hecatombe-pandmica-en-los-medios.html>

Ormaetxea, M. (2021, março 16). *La pandemia mediática*. Media-tics [consult. 2021-05-05] Disponível na Internet em <https://www.media-tics.com/noticia/9370/la-pandemia-meditica.html>

Pinto, M. (2006, abril 3). *A televisão na família*. Agência Ecclesia [consult. 2021-03-15]. Disponível na Internet em <https://agencia.ecclesia.pt/portal/a-televisao-na-familia/>

Prasad, B. D., (2008) Content analysis: A method of Social Science Research in D.K. Lal Das (ed) *Research Methods for Social Work*, (pp.174-193). New Delhi: Rawat Publications. <http://www.css.ac.in/download/deviprasad/content%20analysis.%20a%20method%20of%20social%20science%20research.pdf>

Qualman, E. (2010). *socialnomics: Como os medias sociais estão a transformar o modo como vivemos e como fazemos negócios*. (1ª Edição), Editorial Presença.

Record (2004, julho 25). *O Poder Mediático*. [consult. 2021-03-25] Disponível na Internet em <https://www.record.pt/opinioao/detalhe/o-poder-mediatico>

Resolução da Assembleia da República n.º 15-A/2020, da Assembleia da República. (2020, março 18). Diário da República n.º 55/2020, 3º Suplemento, Série I. [consult. 2022-05-16]. Disponível na internet em <https://dre.pt/dre/detalhe/resolucao-assembleia-republica/15-A-2020-130399863>

Rodrigues, A. D. (1985) *Estratégias da Comunicação*. (2ª Edição). Veja Editora.

RTP Arquivos (1969-1974). *Conversas em Família*. [consult. 2021-03-01]. Disponível na Internet em <https://arquivos.rtp.pt/programas/conversa-em-familia/>

RTP-Açores. (2020, março 15). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462025/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 15). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462025/telejornal-acoress/813296>

RTP-Açores. (2020, março 16). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462213/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 16). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462213/telejornal-acoress/813603>

RTP-Açores. (2020, março 17). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462379/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 17). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462379/telejornal-acoress/813881>

RTP-Açores. (2020, março 18). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462564/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 18). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462564/telejornal-acoress/814161>

RTP-Açores. (2020, março 19). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462733/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 19). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462733/telejornal-acoress/814418>

RTP-Açores. (2020, março 20). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462923/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 20). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462923/telejornal-acoress/814704>

RTP-Açores. (2020, março 21). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463028/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 21). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463028/telejornal-acoress/814890>

RTP-Açores. (2020, março 22). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463097/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 22). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463097/telejornal-acoress/815021>

RTP-Açores. (2020, março 23). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e462213/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 23). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463292/telejornal-acoress/815311>

RTP-Açores. (2020, março 24). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463483/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 24). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463483/telejornal-acoress/815591>

RTP-Açores. (2020, março 25). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463673/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 25). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463673/telejornal-acoress/815876>

RTP-Açores. (2020, março 26). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463857/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 26). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e463857/telejornal-acoress/816136>

RTP-Açores. (2020, março 27). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464049/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 27). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464049/telejornal-acoress/816437>

RTP-Açores. (2020, março 28). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464144/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 28). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464144/telejornal-acoress/816598>

RTP-Açores. (2020, março 29). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464210/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 29). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464210/telejornal-acoress/816719>

RTP-Açores. (2020, março 30). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464452/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 30). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464452/telejornal-acoress/817094>

RTP-Açores. (2020, março 31). *Telejornal Açores: Parte 1*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464748/telejornal-acoress>

RTP-Açores. (2020, março 31). *Telejornal Açores: Parte 2*. RTP Play. Disponível na Internet em <https://www.rtp.pt/play/p56/e464748/telejornal-acoress/817499>

Santos, J. R. (2015). *Comunicação*. (1ª Edição). Gradiva Publicações.

Santos, M (2006). *A natureza do Espaço: Técnica e Tempo. Razão e Emoção*. (4ª Edição). São Paulo Editora da Universidade de São Paulo.

Santos, S. C. (2013). *Os Media de Serviço Público*. (1ª Edição). Livros LabCom.

Saraiva, J. A. (2020, março 26). *Fique em Casa!*. Sol. [consult. 2021-05-28] Disponível na Internet em <https://sol.sapo.pt/artigo/690711/fique-em-casa->

Savage, N. (2017). Weaving the Web. *Communications of the ACM*, 60 (6), 20-22 [consult. 2022-01-05]. Disponível na Internet em <https://cacm.acm.org/magazines/2017/6/217732-weaving-the-web/fulltext>

Sbardelotto, M. (2012) *Deus digital, religiosidade online, fiel conectado: Estudos sobre religião e internet*. (1ª Edição), Universidade do Vale do Rio dos Sinos.

Sebastião, C. (2018). *O Presidente dos Afetos*. (1ª Edição). Editora Paulus.

Serra, J. P. (2003). A Internet e o mito da visibilidade universal. In E. Camilo (Org.), *Informação e Comunicação Online, Volume II – Internet e Comunicação Promocional* (pp. 73-87). Covilhã: Universidade da Beira Interior. [https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/522/3/Internet %20mito%20da%20verdade%20universal.pdf](https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/522/3/Internet_%20mito%20da%20verdade%20universal.pdf)

Serra, P. (2006). *On-line e off-line: concordâncias, oposições e complementariedades*. Universidade da Beira Interior. Disponível na Internet em [http://www.bocc.ubi.pt/ esp/autor.php?codautor=37](http://www.bocc.ubi.pt/esp/autor.php?codautor=37)

Serra, P., & Sá, S. (2017) *Televisão e Novos Meios*. (1ª Edição). Editora LabCom.

- SNS24. *Temas da saúde: “COVID-19”*. [consult. 2021-03-25]. Disponível na Internet em <https://www.sns24.gov.pt/tema/doencas-infecciosas/covid-19/>
- Sorlin, P. (1997). *Mass Media*. (1ª Edição). Celta Editora.
- SREA – Serviço Regional de Estatística dos Açores. (2021, julho 28). *Censos 2021*. [consult. 2022-01-10]. Disponível na Internet em https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Artigos/detalhe_artigo.aspx?idc=26&ida=10445&lang_id=1
<https://srea.azores.gov.pt/upl/%7B93e06621-8d46-469e-b429-3be32902cdf4%7D.pdf>
- Thurman, N. (2020). When a TV channel reinvents itself online: Post-broadcast consumption and content change at BBC Three. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 27 (2), 291-312. <https://doi.org/10.1177/1354856520967773> [consult. 2021-05-05]
- Torres, E. C. (2018). *Televisão do século XXI*. (1ª Edição). Universidade Católica Editora.
- Traquina, N. (1997). *Big Show Media: viagem pelo mundo do audiovisual português*. (1ª Edição). Editorial Notícias.
- Traquina, N. (2007). *Jornalismo* (2ª Edição). Quimera Editores.
- Tsao, S., Chen, H., Tisseverasinghe, T., Yang, Y., Li, Lianghua & Butt, Z. A. (2021, janeiro 28) What social media told us in the time of COVID-19: a scoping review. *The Lancet Digit Health* 2021, 3, páginas e175-e194. [https://doi.org/10.1016/S2589-7500\(20\)30315-0](https://doi.org/10.1016/S2589-7500(20)30315-0)
- Unicef. *Cyberbullying: o que é e como pará-lo*. [consult. 2025-01-20]. Disponível na Internet em <https://www.unicef.org/brazil/cyberbullying-o-que-eh-e-como-para-lo>
- Vicente, F. C. (2012) Política Mediatizada: A Televisão e a Configuração do Dispositivo de Comunicação Política, *Working Paper #9*, Observatório Político. Disponível na Internet em <http://www.observatoriopolitico.pt/wp-content/uploads/2012/04/wp-9.pdf>
- Williams, R. (2016). *Televisão: tecnologia e forma cultural*. (1ª Edição). Boitempo Editorial.

8. ANEXOS

8.1 Anexo I – Tabela de Análise do Telejornal da RTP – Açores – Edições de 15 a 31 de Março de 2022

Tabela de Análise do Telejornal da RTP-Açores - Edições de 15 a 31 de março de 2020

	Data	Canal	Hora	Programa	Pivot	Masc.	Fem.	Local Estúdio	Transmissão	Entrevista	Modelo	Tema destaque	Notas
1	15-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	Berta Tavares		X	Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Estúdio	1.º caso confirmado Covid-19 Açores	Anúncio novo prog. c/ participação telef.
2	16-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype/Via Telefone	Transportes aéreos/ Escolas fechadas	Despedida "Mantenha-se em Segurança"
3	17-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype /Via Telefone	Quarentena e Viagens/ Celeb. Religiosas	Despedida apelo "Fique em Casa"
4	18-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	Rui Goulart	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via Telefone	Estado Emerg./ Alteração grelha RTP	Despedida limpeza mãos p/ exemplo
5	19-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	Berta Tavares		X	Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype / Via Telefone	Medidas Emerg./ Viagens Suspensas	Despedida especial para todos os pais
6	20-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Comunicação Direto	Exterior PDL / Lisboa / Via Telefone	Movimento "Todos pelos Açores"	Despedida "Mantenha-se em Segurança"
7	21-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype / Via Telefone	Covid nos Açores/ Regresso Turistas	Despedida "Mantenha-se em Segurança"
8	22-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Presencial exterior / Via skype /Via Telefone	Discussão formato plenário Abril	Despedida "Fique em casa"
9	23-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype /Presencial Estúdio / Via Telefone	PSP apela cumprimento normas	1ª Entrevista ext micro revestido
10	24-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype / Via Telefone	Stocks álcool p/ desinfecção	Despedida #FIQUEEMCASA
11	25-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype/Via Telefone	1ª transmissão local Covid nos Açores	Despedida "Obrigado pela confiança"
12	26-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype/ Via Telefone	Confinamentos obrigatórios	Despedida vídeo "Andra Tutto Bene"
13	27-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype/ Via Telefone	Internado nos CI/ Novos ventiladores	Despedida "Mas Sempre Juntos"
14	28-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	Rui Goulart	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype/ Via Telefone	Linha Saúde/ Suspensão desporto	Despedida #FIQUEEMCASA
15	29-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	Rui Goulart	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype/ Via Telefone	1º cordão concelho sanitário	Despedida "Proteja-se Fique em Casa"
16	30-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Via skype/ Via Telefone	1 notícia não Covid	Despedida "Obrigado pela confiança"
17	31-03-2020	RTP-Açores	20h00	Telejornal	João Simas	X		Ponta Delgada	Direto	Entrevistado	Presencial estúdio / Via skype /Via Telefone	Cancelamento Festas Santo Cristo	Despedida #FIQUEEMCASA