



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

**A INFORMAÇÃO TELEVISIVA COMO FONTE DE CULTURA NA
SOCIEDADE**

Estudo de Caso – o Telejornal da RTP1

**O Relatório de Estágio apresentado à Universidade Católica
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências da
Comunicação, vertente Comunicação, Televisão e Cinema**

Por

Mariana Morais Carneiro de Carvalho Santos

Faculdade de Ciências Humanas

Fevereiro 2016



**UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA**

**A INFORMAÇÃO TELEVISIVA COMO FONTE DE CULTURA NA
SOCIEDADE**

Estudo de Caso – o Telejornal da RTP1

**O Relatório de Estágio apresentado à Universidade Católica
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências da
Comunicação, vertente Comunicação, Televisão e Cinema**

Por

Mariana Morais Carneiro de Carvalho Santos

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação do Professor Doutor Nuno Goulart Brandão

Fevereiro 2016

RESUMO

Os noticiários televisivos são atualmente os programas mais vistos na televisão, pois trazem consigo a informação atualizada sobre o mundo, necessária ao esclarecimento do cidadão, num contexto de integração sociocultural. No entanto, são vários os critérios noticiosos que levam à seleção de determinadas notícias, numa orientação de cultura jornalística própria, que determina a ordem do dia e dos acontecimentos globais.

Vivemos numa sociedade com história e cultura próprias, que nos distingue enquanto seres humanos com identidade própria. Num registo de modelo de Serviço Público, importa averiguar se os interesses dos cidadãos são cumpridos num dever de consciencialização sociocultural. Num programa informativo que é visto por milhares de pessoas, e na ótica de Serviço Público, será que a forma como os conteúdos culturais têm vindo a ser transmitidos é satisfatória a nível de promoção de um conhecimento geral e abrangente daquilo que representamos culturalmente? De que forma as condicionantes internas e externas, económicas, políticas e culturais podem influenciar a perceção sociocultural numa realidade mediatizada?

Esta investigação reflete uma pesquisa que procura respostas conclusivas a respeito dos telejornais de prime-time da RTP1, à luz de uma metodologia de análise de dados observados, testemunhos entrevistados, observação participante na própria instituição e com contornos teóricos fundamentados por académicos que comprovam a vigência das diretrizes do modelo de Serviço Público de Televisão e seu modo de emprego na programação informativa portuguesa. Neste pressuposto, é avaliada a forma como são tratadas as notícias de “Artes e Espetáculos” pelos telejornais de prime-time da RTP1, a respeito das normas a que o Serviço Público obriga, a partir de uma avaliação comparativa de dois meses diferenciados pela mudança de Direção que ocorreu em 2015, o que provocou, como este relatório assim chegou à conclusão pela investigação realizada, uma alteração e maior aposta nos conteúdos culturais nacionais, agora com mais presença no telejornal de prime-time da RTP1.

Palavras-chave: Serviço Público, Jornalismo, Cultura, Telejornal, Televisão.

ABSTRACT

The television news programs are currently the most watched on television, as they bring with them the updated information about the world, required a clarification of the citizen, in a socio-cultural integration context. However, there are several news criteria leading to the selection of certain news, a guidance own journalistic culture that determines the agenda and global events.

We live in a society with its own history and culture that distinguishes us as human beings with their own identity. A utility model registration, it must determine whether the interests of citizens are met in a duty of socio-cultural awareness. An informative program that is seen by thousands of people, and from the viewpoint of public service, is that how cultural contents have been transmitted, it is satisfactory in terms of promoting a general and comprehensive knowledge of what they represent culturally?

How the internal and external conditions, economic, political and cultural might influence the socio-cultural perception in a mediated reality?

This research reflects a survey seeking conclusive answers about the TV news prime -time BBC1 in the light of an observed data analysis methodology, interviewed witnesses, participant observation in the institution and theoretical contours founded by academics, that prove the validity of the guidelines of the television public service model the Portuguese informative programming. On this basis, the news of "Arts and Spectacles " by TV news prime -time BBC1 is evaluated how they are treated in accordance with the rules that the public service obligation, from a comparative evaluation two months differentiated by change that direction occurred in 2015, which led, as this report thus concluded the research carried out, a change and greater investment in national cultural content, now with more presence on the news prime -time BBC1.

Key words: Public Service, Journalism, Culture, Television news, Television

AGRADECIMENTOS

Foram muitas as etapas pelas quais passei, assim como muitas foram as pessoas com quem me cruzei nesta caminhada... sem elas, o caminho teria sido mais difícil, porque apesar de podermos realizar os nossos sonhos sozinhos, estes não sabem ao mesmo sem a presença e apoio de quem nos é mais querido.

A tarefa de realizar este relatório não teria sido a mesma sem a influência (in)direta de algumas pessoas que fazem parte da minha vida e outras que tive a oportunidade de conhecer e certamente não as quererei mais longe de mim!

Deste modo, quero apresentar publicamente os meus agradecimentos:

Ao meu orientador, Professor Doutor Nuno Goulart Brandão, por ter aceitado orientar este projeto, por me ter auxiliado de modo imparável, pelo rigor e profissionalismo, pela disponibilidade total, rapidez de resposta e pelos sábios conselhos. Foi um orientador exemplar e muito presente, com quem aprendi bastante, não só com a sua bibliografia, como por ser uma vasta fonte de cultura por quem sempre terei consideração. Foi uma honra aprender consigo e poder ser orientada neste projeto.

Aos meus pais: sem o vosso apoio, a elaboração deste relatório não seria possível, pelos incentivos, pela educação cultural que me proporcionaram, pelo exemplo de ambições com que cresci e pelos valores que me inculcaram ao longo da vida. Por estarem, de certa forma, sempre presentes, por me apoiarem nos meus estudos, pelo esforço e dedicação necessários ao meu progresso profissional e por acreditarem em mim até ao fim.

Ao Bruno Andrade, por ser o meu pilar, a minha consciência perdida, o meu incentivo quando estou prestes a desistir, a minha âncora quando desanimo, e a minha força interior quando não a encontro. Obrigada pela paciência e disposição em qualquer altura, a qualquer hora, pela amizade, carinho e tudo o resto.

Ao meu amigo Luis Conceição, por estar sempre ao meu lado, por acreditar em mim e por ser um grande amigo para a vida. Passámos por esta etapa juntos, crescendo, assim, um com o outro. Obrigada pelas palavras de incentivo quando mais precisei, por tudo o que disse e o que não disse.

À minha amiga e madrinha de faculdade Filipa Marques Henriques, por ser um exemplo de vida e de pessoa para mim, por representar e dignificar as minhas aspirações, pelo companheirismo, pela amizade e pela admiração que nutrimos uma pela outra. Obrigada por estares presente a nível académico, social e pessoal.

À minha amiga Inês por estar sempre disponível e pronta a ajudar e por já me conhecer tão bem que adivinha as minhas aborrecidas chamadas telefónicas.

À minha amiga Joana Bota por nos ouvirmos uma à outra, por me compreenderes e por seres como uma irmã para mim.

À minha amiga Gabriella Brooks por, apesar de tudo, nunca teres desistido de mim e me provares que és uma verdadeira amiga. Obrigada por estares presente nos momentos mais importantes da minha vida.

Ao Dr. Pedro Santos, por me fazer ver que somos o que pensamos, que tudo ou quase tudo é possível e por me ter ajudado e amparado sempre que precisei.

À minha amiga que estará para sempre no meu coração, Anne-Marie, por estar sempre disponível, por ser uma grande voz, e uma grande pessoa.

À RTP1, por ser uma família: à Cristina Liz, exímia jornalista e grande amiga, que sempre me ajudou no que podia e no que não podia; orientou-me e procurou fazer-me sentir em casa. Obrigada pela simpatia, disponibilidade e amizade demonstradas. Ao Mário Rui Cardoso – jornalista e meu orientador de estágio: obrigada pelos conhecimentos que partilhaste comigo, pela experiência que me proporcionaste, pelos conselhos, pelos momentos em que eras tão duro, quanto acessível (quando te deixavas levar nas minhas

brincadeiras). Obrigada Alexandra Costa, pelos saberes que me transmitiste e pela paciência demonstrada.

Obrigada a toda a equipa da RTP: fui muito bem recebida e tenho a certeza de que foi das melhores experiências da minha vida. Tive contato direto com aquilo que seria o meu futuro trabalho, através da observação de excelentes profissionais, numa instituição que sempre irei respeitar.

Obrigada aos jornalistas, editores, repórteres e coordenadores que me receberam nas entrevistas, mostrando-se disponíveis e com grande simpatia: João Adelino Faria, Florbela Godinho, Teresa Nicolau, Mário Rui Cardoso e Cristina Liz.

Todos contribuíram de forma positiva para a realização deste projeto que terei todo o gosto em apresentar.

Um grande Obrigada.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
-------------------------	---

CAPÍTULO 1

A Televisão, a Educação e a Cultura

1 – A Televisão em mudança: da Paleo à Hipertelevisão	4
2 – A Televisão de Serviço Público e a Televisão Privada	9
3 – O Papel Social e Cultural da Televisão	15
4 – O Interesse Público e o Interesse dos Públicos	20
5 – As Audiências e o Telespetador como Cidadão	22

CAPÍTULO II

O Jornalismo Televisivo

1 – Os Acontecimentos e as Notícias	25
2 - O Agendamento e a Produção de Notícias – do Gatekeeper ao Newsmaking	29
3 – As Rotinas e as Fontes de Informação	32
4 – O Jornalismo como Construtor e Reconstrutor da Realidade Social	36
5 – O Telejornal	38
4 – O Jornalismo Cultural	41

CAPÍTULO III

Enquadramento da Organização em Estudo e Memória Descritiva do Estágio

1 – Caracterização da RTP e o Telejornal da RTP1	47
2 – Memória Descritiva do Estágio realizado na RTP	50

CAPÍTULO IV

Metodologia

1 – Objetivos e Problemática do Estudo	57
--	----

2 – Estratégia Metodológica	59
2.1 – Dados Secundários	61
2.2 – Dados Primários	63
3 – Horizonte Temporal da Investigação	66
4 – Limitações ao Estudo	67
5 – Hipóteses em Investigação	68

CAPÍTULO V

Investigação aos Telejornais de Prime-Time da RTP1

1 – Análise aos Dados Secundários em Investigação	69
2 - Análise aos Dados Primários em Investigação	72
2.1 – As Variáveis de Coloração das Notícias	72
2.2 – Análise relacional das variáveis em investigação	73
3 – Reflexões e Validação das Hipóteses em Investigação	89
4 - Pistas Futuras de Investigação	98

CONCLUSÃO	100
------------------------	-----

BIGLIOGRAFIA	102
---------------------------	-----

OUTRAS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	111
--	-----

ANEXOS	112
---------------------	-----

Anexo 1 – Entrevistas Exploratórias	113
--	-----

Entrevista “A” – Florbela Godinho (Coordenadora de informação da RTP1 (Telejornal) e informação na RTP3	113
--	-----

Entrevista “B” – João Adelino Faria (Jornalista Pivô do Telejornal de Prime-Time da RTP1	114
---	-----

Entrevista “C” – Teresa Nicolau (Atual Coordenadora da editoria “Artes e Espetáculos” do Telejornal de Prime-Time da RTP1	120
--	-----

Entrevista “D” – Mário Rui Cardoso (Coordenador da Editoria de “Artes e Espetáculos” da RTP em Março de 2015	123
---	-----

Entrevista “E” – Cristina Liz (Jornalista da Editoria de “Artes e Espetáculos” a RTP1	126
Entrevista “F” – Luis Conceição (Estagiário na Editoria de Sociedade da Redação de Informação da RTP1 de 20 de Outubro (2014) a 12 de Junho (2015)	128
Anexo 2 – Grelha de Variáveis para Análise de Dados Entrevistas Exploratórias	131
Anexo 3 – Variáveis de Colocação das Notícias (1º Período)	133
Anexo 4 – Variáveis de Colocação das Notícias (2ª Período)	148
Anexo 5 – Grelha de Variáveis com os Valores do 1º Período	164
Anexo 6 – Grelha de Variáveis com os Valores do 2º Período	170

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentagem de Notícias de “Artes e Espetáculos” incluídas e não incluídas no Telejornal	73
Gráfico 2 – Evolução em percentagem das notícias incluídas e não incluídas no resumo do Telejornal	74
Gráfico 3 – Percentagem dos dias com e sem notícias de “Artes e Espetáculos”	74
Gráfico 4 – Evolução em percentagem dos dias com e sem notícias de “Artes e Espetáculos”	75
Gráfico 5 – Número de notícias por dia e média em minutos	75
Gráfico 6 – Percentagem mensal das categorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”	76
Gráfico 7 – Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”	78
Gráfico 8 – Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”	78
Gráfico 9 – Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”	79
Gráfico 10 – Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”	80
Gráfico 11 – Forma de Relato das notícias de “Artes e Espetáculos”	80
Gráfico 12 – Duração Média Mensal do Telejornal no mês de Março	81
Gráfico 13 – Duração Média Mensal do Telejornal no mês de Novembro	81
Gráfico 14 – Duração Média do Telejornal <u>sem</u> notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Março	83
Gráfico 15 – Duração Média do Telejornal <u>sem</u> notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Novembro	83
Gráfico 16 – Duração Média do Telejornal <u>com</u> notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Março	84
Gráfico 17 – Duração Média do Telejornal <u>com</u> notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Novembro	84

Gráfico 18 – Duração total das notícias de “Artes e Espetáculos” por dia, em relação à duração total do Telejornal em Março	85
Gráfico 19 – Duração total das notícias de “Artes e Espetáculos” por dia, em relação à duração total do Telejornal em Novembro	85
Gráfico 20 – Natureza das Notícias de “Artes e Espetáculos”	86
Gráfico 21 – Tratamento Geográfico das Notícias de “Artes e Espetáculos”	86
Gráfico 22 – Posicionamento das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal	87
Gráfico 23 – Evolução em percentagem do Posicionamento das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal	87
Gráfico 24 – Valência das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal	88
Gráfico 25 – Evolução em percentagem da Valência das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal	88

INTRODUÇÃO

Depois da licenciatura em Comunicação Social e Cultural, decidi fazer Mestrado em Ciências da Comunicação, não só para aprofundar os meus conhecimentos acerca desta área, como para adquirir experiência a nível prático e fomentar, assim, o meu entendimento na matéria. Comunicação Social e Cultural é uma vertente pela qual sempre nutri interesse e, neste sentido, sugeri a mim mesma aflorar os paradigmas nela pressupostos, a partir de um meio de comunicação onde pudesse vir a ter prática, e, aliando os meus conhecimentos teóricos, percebesse em que medida se inseria a cultura neste panorama.

No último ano de mestrado, foi-nos dada a hipótese de fazer um estágio curricular, seguido de um relatório, a fim de obter o grau de mestre. Prossegui nesse sentido e o estágio levou-me a conhecer os quatro cantos da casa RTP1, e toda a cultura inerente ao profissionalismo da equipa me motivou e levou a querer conhecer mais e melhor a instituição em que me deu tanto gosto trabalhar.

Após a conclusão do estágio e tendo eu ficado favoravelmente na redação de “Artes e Espetáculos” ou “cultura”, como lhes chamam os jornalistas da instituição, durante seis meses, tomei a iniciativa de explorar esse departamento a nível noticioso, inserido no contexto de Serviço Público em Portugal. O meu objetivo seria perceber de que modo as notícias culturais eram tratadas e relatadas nos telejornais de prime-time da RTP1 (programa informativo visto por uma parte significativa de pessoas em Portugal), num contexto de representatividade cultural identitária, dentro dos padrões de Serviço Público e tendo em conta a mudança de Direção de Informação que ocorreu oficialmente a meio do mês de Março 2015.

Estruturei o meu trabalho de modo a englobar reflexões teóricas fundamentadas por diversos autores, em que é abordado o tema da televisão, educação e cultura na sociedade (capítulo I). Neste capítulo, falo da evolução da televisão e mudanças a nível mediático no processo de produção de conteúdos desde o seu aparecimento até à atualidade. É feita também uma distinção entre os dois modelos de televisão: Serviço Público e Privado, numa abordagem comparativa a nível de padrões e objetivos de atuação que possam ter

influência nesta investigação. Neste capítulo, também menciono o papel social e cultural da televisão, na medida da sua relevância a nível educacional e pedagógico. A questão do público e audiências também é referida, no modo como é encarada, atendendo ao aspeto de gestão e sustento, dentro da realidade atual económica portuguesa.

No capítulo II falo sobre o jornalismo televisivo e cultural: de que forma as notícias são elaboradas, os critérios de seleção dos acontecimentos a transformar em notícias, a forma jornalística de transmissão de uma “realidade cultural” e outros contributos teóricos favoráveis à investigação do relatório e indispensáveis ao processo de metodologia escolhido neste estudo.

Neste sentido, importa estudar a organização em análise - a RTP1 - a nível do seu telejornal de prime-time. Ao aliar os meus conhecimentos práticos e que surgiram a partir de observação participante derivados do estágio que realizei na RTP, é feita uma pesquisa acerca da instituição em si, útil ao estudo (capítulo III).

A partir desta etapa, estipularam-se objetivos de estudo e as questões de investigação que nos levam à formulação da pergunta de partida e hipóteses a aferir. O método escolhido para averiguar o meu estudo é a análise de conteúdos (dados primários e secundários), em que neles se incluem entrevistas exploratórias, observação participante, e análise dos telejornais escolhidos, num horizonte temporal que abarca o período antes e depois da nova Direção de Informação da RTP1 (capítulo IV).

Após os fundamentos teóricos, os meus conhecimentos e a análise de dados recolhidos, é neste sentido que, a partir de uma profunda reflexão, se chegou finalmente a uma análise conclusiva que deu sentido a todo o estudo e que se conseguiu aferir a duas hipóteses em investigação.

Em síntese, a hipótese 1 – *Os Telejornais de Prime-Time da RTP1 no mês de Março de 2015 carecem de conteúdos de notícias alusivas à temática “Artes e Espetáculos” face aos Telejornais do mês de Novembro de 2015* foi aferida, pois foi notória uma evolução a nível quantitativo das notícias culturais nos telejornais do mês de Novembro de 2015, o que

valida os resultados da nova Direção de Informação em termos de aposta em mais notícias de foro cultural nos seus telejornais de prime-time da RTP1.

Quanto à hipótese 2 – *Os Telejornais, objeto de estudo da RTP1 de Prime-Time retratam um predomínio de notícias nacionais face à temática de notícias de “Artes e Espetáculos”*, também foi validada. Neste contexto, existiu um maior predomínio de notícias culturais nacionais, quer no mês de Março, quer no mês de Novembro de 2015 tendo, inclusive, o mês de Novembro apresentado menos de 20% de peças internacionais que no mês de Março de 2015.

Em suma, denotou-se que na nova Direção de Informação da RTP tem marcado novas diretivas que já se fazem sentir na informação televisiva dos seus telejornais e, inclusive, nas peças de foro cultural (Artes e Espetáculos), como esta investigação assim apurou, no presente relatório de estágio.

CAPÍTULO I

A TELEVISÃO, A EDUCAÇÃO E A CULTURA

1 – A Televisão em mudança: da Paleotelevisão à Hipertelevisão

A televisão é um meio poderoso que está presente na vida de muitas pessoas e que funciona como testemunho da vida quotidiana. Ela é companhia nos nossos lares e entra assim nas nossas vidas, tanto para informar, como para entreter. É uma “abertura para o mundo” (Wolton, 1994: 69). Através do pequeno ecrã, podemos viver e testemunhar experiências globais, a partir das nossas casas, a qualquer hora, todos os dias, rompendo muitas vezes com o sentimento de solidão. Por esse motivo, constitui um forte vínculo social (Santos, 2000; Vilches, 1995; Thompson, 2002; Wolton, 1994). É um meio acessível a todos e reforça nesse contexto o sentido de liberdade, uma vez que as pessoas podem ver o que desejarem, quando e como quiserem, sem qualquer restrição de acesso. Proporciona, assim, um sentimento de igualdade e de pertença (Wolton, 1994: 69).

No entanto, a televisão nem sempre foi orientada pelos mesmos princípios quanto ao papel social representado na vida dos indivíduos. Torna-se, neste sentido, importante mencionar as várias etapas pelas quais este instrumento passou e sua transformação ao longo da evolução da tecnologia.

A televisão nasceu com uma ideologia de Serviço Público na Europa, mas manteve sempre um carácter mais comercial nos EUA; nos anos 80, começou a sofrer transformações com a privatização e multiplicação de canais e consequente segmentação das audiências, o que provocou uma onda de consumo generalizado (Scolari, 2008). Este acontecimento que marcou a história da televisão foi abordado por Eco (1983), que a dividiu em duas etapas: a Paleotelevisão e a Neotelevisão.

A fase da Paleotelevisão (nas suas origens), tinha um teor pedagógico, em que o principal objetivo era a transmissão de saberes. Atualmente, vivemos na época da Neotelevisão, em que a televisão fala de si mesma e do contato que estabelece com o seu público: não

interessa o conteúdo, interessa a existência de imagens – “procura entreter o espectador, dizendo-lhe «eu estou aqui, eu sou eu e eu sou você» (Eco, 1983: 183). Ao passo que na Paleotelevisão se queria mostrar um imenso mundo que haveria por descobrir, na atualidade, a televisão apenas quer reproduzir uma realidade social. Não há fronteiras entre o público e o privado: os espectadores tornam-se protagonistas (reality-shows), os debates públicos pretendem dar uma ilusão de espontaneidade e naturalidade (não se olha para a câmara, e o cenário é construído para representar quase que uma conversa informal de café) e os problemas sociais ou íntimos são trazidos para o televisor das nossas casas, mesmo que não constituam problemáticas relevantes ao interesse comum. As pessoas são convidadas a partilhar a sua vida no espaço público e com elas propõe-se uma identificação do espectador com aquilo que vê. Na Neotelevisão, quebram-se as fronteiras entre o formal e informal, o saber e lazer. Neste sentido, não há distinção entre os programas de informação e ficção, uma vez que as características de um programa se cruzam no outro, conferindo uma certa dinamização e espectacularização dos conteúdos. Deste modo, os conteúdos tornam-se atrativos pela dinâmica visual, obtendo um maior rendimento económico, também projetado pela publicidade e audiências que a atração provoca.

Para Francesco Casetti e Roger Odin (1990), a Paleotelevisão implicava um contrato de comunicação pedagógica que a Neotelevisão quebrou... havia um tipo de comunicação em que se notava uma separação de papéis a nível de hierarquia entre os detentores de saber, (apresentadores, pivôs...) que comunicavam e os recetores, (telespectadores), que aprendiam. Atualmente, esta fronteira dissipa-se e são os telespetadores que entram no ecrã, fazendo parte do programa e muitas vezes, não sendo especializados na matéria, são os protagonistas dos conteúdos transmitidos. Na Neotelevisão, a televisão não é um espaço de formação, mas de convívio, numa relação de proximidade onde a vida quotidiana é a referência central. O meio audiovisual convida-nos a vibrar e viver ao ritmo das imagens transmitidas...imagens que são determinadas pelo resultado da audimetria, o que condiciona o sentido da produção televisiva, no intento de agradar o público – que é, desta maneira, seduzido por aquilo que vê, ao sentir-se integrado e identificado com o reconhecimento dos padrões que acontecem no dia a dia.

Hoje vivemos numa “cultura do instante”, interessa mais a sensação e emoção despertadas (de carácter dramático ou espetacular), do que a informação apreendida para a produção de sentido e conhecimento da mesma. A televisão atual interessa-se por extrair do telespetador uma “excitação afetivo-emocional”, deixando de parte a carga informativa e que gera conhecimento (Brandão, 2006: 15-19).

De acordo com Casetti e Odin (1990), a Neotelevisão assenta num carácter individualista: o contato emocional é individual e não se baseia em afetos partilhados. Ver televisão já não se trata de uma operação de socialização porque as captações emocionais são feitas singularmente e não são partilhadas da mesma forma. A ideia de Umberto Eco vai mais além do que afirma Wolton, ao retratar a Neotelevisão como “Uma janela aberta sobre um mundo fechado” (Eco, 1983: 199). Os telespetadores estão indiretamente em contato com o mundo, pois sabem que apesar de não serem os únicos a ver um programa a determinada hora e que os conteúdos são recebidos globalmente, trata-se de um sentimento coletivo superficial porque, de modo concreto, acabam por ter uma experiência individual, partilhando a informação recebida consigo mesmos... Como salienta João de Almeida Santos (2000: 10), a televisão é uma “solidão múltipla” ou uma “multidão solitária”.

No entanto, e com o decorrer de algumas transformações no panorama televisivo atual, enquanto que Eco, Francesco Casetti e Roger Odin periodizam a história da televisão em duas etapas, Eliseo Verón (2009: 14-17) acredita que com a viragem do século se entrou numa nova fase, caracterizada pelos reality shows. O autor não usa os termos “paleo” e “neo” e defende que o que define as etapas da história do audiovisual não é o elo estrutural dos programas, mas sim os interpretantes envolvidos. Neste caso, os interpretantes são compostos de coletivos responsáveis pela identificação do sentido e que determinam “os conjuntos de regras operatórias (de produção ou interpretação) que o observador é levado a reconstruir”. Verón afirma que a terceira etapa se caracteriza pelo aparecimento dos reality-shows. O interpretante dominante aqui constrói-se numa “configuração complexa de coletivos definidos como exteriores à instituição televisão, mas atribuídos ao mundo não mediatizado do destinatário”.

Carlos Alberto Scolari (2008: 2-5) propõe igualmente uma terceira fase, iniciada nos anos 90, para a televisão contemporânea, à qual denomina de hipertelevisão. Tal como Verón, Scolari define a terceira fase da televisão como a fase dos “reality-shows” – programa que marcou a fase atual da televisão: “O mundo acabou convertido num reality-show”. Para o autor, esta fase proporcionou-se com o desenvolvimento das potencialidades do universo digital e apoiou-se nas virtualidades da tecnologia, ideia que vai ao encontro do conceito de determinismo tecnológico defendido por vários autores: “para os deterministas tecnológicos (...), há uma crença tecnológica” e “os seres humanos são considerados como objetos da própria transformação tecnológica” (Brandão, 2008: 12). Nesta fase, a produção televisiva é destinada a “hiperatores, “videjogadores” ou “televidentes” que, como telespetadores, se devem adaptar ao novo ambiente audiovisual. Ver televisão, está a tornar-se numa “experiência hipertextual” (Scolari, 2008: 5-7).

Para Bourdieu (1997: 50), a televisão da atualidade tem sido tomada por um peso comercial dominante, em parte, responsável pela atual “caraterização”. Antes, a televisão dos anos 50, pretendia-se cultural, ao formar os gostos do público. A televisão a partir do século XX dos anos 90, assenta na bajulação destes gostos, ambicionando uma crescente audiência, regida por valores espontâneos e da vida social, onde está assente uma “espécie de voyerismo”. Cada vez mais predomina uma lógica mercantil da televisão. Os programas são vistos como “mercadorias” produzidas para atrair audiências, mais do que para informar, ou seja, passou-se de uma lógica de “serviço pedagógico” para um predomínio da “rendibilidade” (Bustamante, 2003; Brandão, 2006, Fernandes, 2001).

Hoje, vivemos numa sociedade onde os valores sociais e culturais começam a ser menosprezados a favor de uma via económica global. Vivemos numa “economia da televisão”, em que a cultura é apreciada não em modos simbólicos valorativos, mas em termos comerciais. Constata-se uma massificação do consumo em que o economicismo e tecnicismo passam a dominar a ideologia inerente à televisão (Bustamante, 2003; Brandão, 2008; Wolton, 1994).

A televisão generalista tem mostrado algumas falhas em relação ao valor de conteúdos transmitidos. O facto de estar limitada em relação às transmissões, devido à concorrência

que gera guerra de audiências, acaba por provocar como que uma competição de conteúdos de baixa qualidade. Deste modo, cria uma visão “populista da comunicação”, gerando maus hábitos nos telespetadores e limitando os conteúdos de grande qualidade (Almeida Santos, 2000: 13).

Eduardo Cintra Torres (2011: 11-19) refere que como “motor da economia”, a televisão é igualmente uma “indústria cultural” que “envolve uma gestão da criatividade”, com uma dimensão “institucional, industrial e empresarial”. No entanto, o progresso dos meios técnicos e suas consequências sobrepôs-se às funções culturais e sociais.

Neste sentido, vivemos como que numa sociedade de abundância, onde existe uma “multiplicação dos objetos, dos serviços e dos bens materiais” para satisfação de consumo. Apesar de todos termos acesso aos produtos, numa democracia de massas, o mesmo não conduz a uma realização cultural; a ideologia de consumo deixa de parte o entendimento. Ou seja, os conteúdos são experienciados como objetos e nunca compreendidos na sua aceção simbólica por falta de códigos que a “decifrem” por parte das massas. Os gostos do público são, assim, geridos: estes correspondem a um coletivo agrupado não em função do intelecto, mas em função de aspirações materiais sintetizadas.

Combate-se a discriminação cultural minoritária, a favor de uma “cultura média” homogénea, que tenta satisfazer os gostos de um público generalizado (Baudrillard, 1982; Wolton, 1994; Eco, 1991).

A respeito destas ideologias, Adorno e Horkheimer (1947: 57-59), propuseram o conceito de indústria cultural para descrever a sociedade americana dos anos 30 e 40 do séc. XX: os autores defendem que a indústria cultural tem uma explicação tecnológica – o facto de muitas pessoas se interessarem por um produto, exige uma reprodução que torna inevitável a padronização das tendências para satisfação de todas as necessidades. Deve haver, assim, uma maximização do objeto: os poucos centros de produção teriam que estar atentos à receção dispersa e ter em conta a oferta disponível; como as pessoas procuravam satisfazer as necessidades criadas em prol da oferta, havia como que um “círculo de manipulação”. Neste sentido, afirmam os autores que “o mundo inteiro é forçado a passar pelo filtro da indústria cultural”.

A respeito da cultura, Hartley (2005) in Santos (2007: 71) designou o termo de “indústrias criativas”, para descrever as “indústrias que têm a sua origem na criatividade individual, capacidades e talento...”, num contexto tecnológico, designadas aos consumidores interativos, numa “economia do conhecimento”. Por conseguinte, Thompson (2002: 149) afirma que “a maior parte dos produtos da indústria cultural já não fingem ser obras de arte”. São construções simbólicas e obras reproduzíveis que não desafiam as normas sociais existentes, apenas querem refletir uma realidade social. As massas acabam por se adaptar à ordem social estabelecida, o que inibe a sua imaginação e potencial intelectual.

Neste contexto de democracia de massas, a cultura de elite, que antigamente estava numa posição dominante, perdeu exclusividade e foi atualmente ultrapassada por uma “cultura média”, relacionada com o consumo e o desenvolvimento da “indústria cultural”. A “cultura média” apresenta referências culturais próprias e padrões ligados à política, economia, sociedade, televisão e modos de vida de consumo. Em televisão, dá-se o nome de “cultura do grande público” (Wolton, 1997: 128).

2 – A Televisão de Serviço Público e a Televisão Privada

No que respeita ao modelo televisivo, este sofreu transformações e desenvolveu-se ao longo do tempo. A televisão surgiu na sociedade no contexto de Serviço Público; à medida que os tempos foram evoluindo, começou a mostrar mais abertura: apareceu, então, a televisão privada.

Na Europa, no contexto do pós-guerra, a origem da televisão suscitou sentimentos de receio porque implicava a transmissão de imagens e tal era considerado “perigoso”, devendo estar nas mãos do poder político que orientasse o seu fim. Durante a II Guerra Mundial, o modelo privado de televisão desenvolveu-se na América, o que foi visto com hostilidade na Europa, que apoiava a “nacionalização” da televisão para evitar os “demónios do lucro” em que a televisão privada se baseava (Wolton, 1994: 23-35).

Ao mesmo tempo, mais aspetos favoreciam este processo: a maioria dos países europeus saiu da guerra com um sistema político fraco e viu na televisão estatal um instrumento para recuperar a identidade nacional e o acesso generalizado a ela por todos; ao passo que nos Estados Unidos, o sistema político se encontrava fortalecido depois do conflito e a televisão não foi vista como um instrumento para os mesmos fins (Bustamante, 2003: 32). Por outro lado, as limitações tecnológicas, a necessidade de garantir cobertura nacional e os elevados custos das transmissões levaram à implementação de um modelo de monopólio público. Nestes pressupostos, a televisão hertziana generalista (aberta) afirmou-se na Europa com este regime, em que uma das missões era o “reforço do sentimento nacional, da coesão social e da consolidação da democracia”. O Serviço Público de Televisão, (SPT), era uma forma de “assegurar o pluralismo, a defesa dos valores identitários e o funcionamento equilibrado da democracia” (Vasconcelos, 2003: 43-44).

Os anos 80 do século XX foram marcados por uma grande transformação tecnológica nos meios de comunicação em que as decisões económicas e políticas conduziram à mudança do cenário no mundo da comunicação (Fernandes, 2001: 31; Wolton, 1994: 23-35): no final dos anos 70, levantaram-se questões que puseram em causa o regime público, já que se notava alguma crise a nível financeiro devido ao elevado consumismo a que se assistia. Os governos foram pressionados à abertura da iniciativa privada, que se concretizou pela primeira vez em Inglaterra, em 1954. No resto da Europa, a televisão privada não aderiu de imediato. Como alternativa, a maioria dos Governos permitiu integrar a publicidade nas estações públicas e foi aumentando os canais e a respetiva qualidade nas estações, como foi o caso de Itália ou França (Vasconcelos, 2003: 44).

Entre os anos 70 e 80 do século XX, assistiu-se ao “confronto de dois modelos” - a televisão privada começou a ser vista como uma alternativa favorável, devido ao desgaste da televisão pública. O público tornara-se mais exigente: insatisfeito, queria ver mais. Ao mesmo tempo, a televisão pública hesitava em renovar-se e em modernizar-se, o que contrastava com o panorama tecnológico cada vez mais evoluído, que abria portas e apelava à possibilidade da multiplicação de canais. Entre os anos 80 e 90 do séc. XX, ocorre o fim do monopólio do Serviço Público: a televisão privada consolida-se. As insuficiências da televisão pública fizeram com que esta seguisse os passos da privada no

interesse pelas audiências, a nível de programação e até a nível de “espetáculo da política”, mesmo antes da concorrência se tornar numa ameaça. A televisão privada surgiu com a ideia de “desligar a televisão da política”, tornando-a livre. Este regime seguia um modelo económico, consumista e tecnológico, submetido à lei da oferta e da procura (Wolton, 1994: 25-35).

Em Portugal, a existência de Televisão de Serviço Público, (atualmente Rádio e Televisão de Portugal), foi consensual por várias razões: a televisão distribuída via hertziana, em sinal aberto, ocuparia um bem público e escasso que deveria ser gerido com regras de utilização. Por outro lado, as necessidades dos cidadãos deveriam colocar-se num plano do Serviço Público inserido num contexto de uma sociedade democrática, onde deve haver informação livre e plural, cultura, lazer e entretenimento. Estes serviços têm grande impacto na vida social e deve garantir-se a acessibilidade a todos de maneira igual, num patamar mínimo de qualidade, a um custo acessível (Fidalgo, 2003: 20-21). Desse modo, o Estado deve garantir a existência de Serviço Público de televisão que, embora em regime estatal, deve assegurar a liberdade e independência dos órgãos de comunicação social perante os vários poderes (político, económico...), tendo em conta os termos dos n.ºs. 4, 5 e 6 do art.º 38 da Constituição da República Portuguesa.

A origem da televisão privada esteve associada a vários fatores que acabaram por ter influência nos media: o pós-25 de Abril e a integração europeia em 1986 foram momentos decisivos. Por outro lado, o desenvolvimento económico nacional e a competitividade internacional a que se assistia e o aumento da comercialização dos produtos internacionais traduziram-se numa conjuntura favorável à abertura da exploração da televisão de iniciativa privada (Fernandes, 2001: 65-66).

Em 1989 houve uma abertura à discussão para a entrada de canais privados e no ano seguinte foi aprovada a Lei da Televisão que permitia legalmente esse processo. Atribuíram-se duas frequências de televisão nacionais: uma à Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e outra à Televisão Independente (TVI) (Sousa e Santos, 2003: 63).

No entanto, com a abertura da televisão privada em Portugal, o Serviço Público perdeu audiência e sobretudo o seu sentido de “projeto cultural nacional” por estar a competir sem meios: ou fazia programação que gerasse mais audiência (concursos ou talk- shows) ou fazia uma programação para as “minorias sofisticadas” (Vasconcelos, 2003).

São várias as diferenças entre os dois modelos de televisão: os três pressupostos promovidos no Serviço Público de Televisão - educar, informar e entreter - eram compatíveis com o controlo político que se tornava mais do que favorável, estabelecendo a sua visão paternalista em conexão com a perspetiva elitista da cultura que se baseava nos padrões da classe média-alta (Bustamante, 2003: 33). Neste sentido, a televisão pública oferece uma programação de maior qualidade, ao passo que o objetivo da televisão privada, aberta e gratuita, se baseia no máximo investimento em publicidade e na maximização dos lucros com as audiências; orienta-se em pressupostos economicistas (Fernandes, 2001; Bustamante, 2003).

A televisão privada é conduzida ao mercado, com tendência a valorizar o entretenimento (Curran e Seaton, 2001: 396). Como exemplo destas características: em Portugal, a TVI lançou em 2000 uma grelha de novidades, contrastando o conservadorismo da RTP: apostou na renovação a todos os níveis – grafismo, cores, logotipos, cenários, programas de entretenimento, (o caso do Big Brother) e informação. Neste campo, o jornalismo preferia temáticas nacionais às internacionais, sobrepondo a vida quotidiana à política, privilegiando o cidadão comum às fontes oficiais e valorizando o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza racional (Lopes, 2012: 21). A SIC, rege-se por valores que garantam a independência do poder político, económico ou de qualquer doutrina ou ideologia e procura “dar voz às novas correntes de ideias e um estilo inovador de programação”. No entanto, os vários modelos de televisão têm vários princípios em comum: a democracia, a igualdade e o pluralismo também estão vigentes em ambos (Estatuto Editorial SIC – Sociedade Independente de Comunicação, S.A.). Confirmando a ideia referida, de acordo com a Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais n.º 27/2007, de 30 de Julho, art.º50¹, o serviço público deve garantir a “observância dos princípios da

¹Lei retificada pela Declaração de Retificação n.º 82/2007 e alterada pelos seguintes diplomas: Lei n.º 8/2011, de 11 de Abril (com republicação em anexo) (Lei n.º 40/2014, de 9 de julho) Art.5 e 6.

universalidade e da coesão nacional, da diversificação, da qualidade e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, isenção e independência da informação, bem como o princípio da inovação. Da mesma forma, como refere Felisbela Lopes (2003: 82-107), este modelo deve reger-se por princípios de igualdade, neutralidade e por valores que impliquem diversidade de programação nos planos regional, político e cultural e uma certa autonomia face às fontes de financiamento (evitando o rumo comercial para que a televisão pode tender), o que se confirma na Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais nº 27/2007, de 30 de Julho, artº50 e 51.

De acordo com Nilza Mouzinho de Sena (2002: 207-208), a respeito da televisão privada, a função económica prevalece sobre a social. Dando o exemplo da SIC, a autora defende que esta visão orienta a televisão no sentido de satisfazer os telespetadores através de uma “informação-produto” para aumentar os índices de audiências. Trata-se de uma televisão que procura essencialmente seduzir e promover o espetáculo, o que atrai os serviços de publicidade que procuram pelos canais de maiores audiências.

O Serviço Público de Televisão relata imparcialmente as notícias e dá a devida importância aos assuntos de relevância pública, assegurando que a informação chega corretamente a todos, para que os telespetadores possam exercer a sua função de cidadãos, (mediante os deveres e direitos que têm), o que contribui para o “funcionamento saudável do sistema democrático”; recorre a parâmetros culturais, em vez de oferecer o que é rendível; traduz-se resumidamente em “desenvolver a tradição cultural”, procurando atender à diversidade do público: tanto das minorias, como da maioria, em vez de atender ao “denominador comum mais baixo” (Curran e Seaton, 2001: 396).

O Serviço Público de Televisão deve também promover a emissão de programação europeia (não nacional) e multicultural, (Vasconcelos, 2003: 219), assim como “garantir a produção e transmissão de programas educativos e de entretenimento destinados ao público jovem e infantil, contribuindo para a sua formação” (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais nº 27/2007, Art.51º).

Deve ter serviços de programas vocacionados a telespetadores de língua portuguesa residentes no estrangeiro ou dirigidos aos países de língua oficial portuguesa, promovendo

a identidade nacional no mundo (Lei da Televisão - Art.º 52, Concessão de Serviço Público de televisão).

Outro valor importante no Serviço Público, que também implica a garantia de acessibilidade a todos é a proteção dos direitos dos cidadãos portadores de deficiência. A televisão deve procurar reduzir limitações, evitando assim a discriminação, tendo em conta o valor de igualdade e atendendo às necessidades dos outros: ação que se pode traduzir em efeitos como dobragem, legendagem de filmes e programação acompanhada de linguagem gestual (Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais nº 27/2007, de 30 de Julho, artº6).

O Serviço Público é uma responsabilidade e deve ser colocado no mesmo plano dos serviços públicos de educação, saúde e segurança social (Fidalgo, 2003: 20-21). De acordo com Felisbela Lopes, o Serviço Público deve caracterizar-se pelo princípio de continuidade (não pode haver paralisação de emissão), mutabilidade (adaptação à atualidade), igualdade, neutralidade (não emitir juízos de valor) e pela participação ativa dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos. Paralelamente, deve respeitar valores no que concerne à qualidade de programas sobreposta às leis de mercado, dos debates de relevância social, riqueza expressiva dos conteúdos emitidos, à diversidade, identidade cultural, conhecimento das áreas chave da sociedade: informação integradora de vários campos sociais. Deve também ser dado um espaço à voz dos cidadãos: aquilo que os portugueses pensam ajuda a criar um espaço público mais interventivo (Lopes, 2003: 82-105).

A televisão pública tem um esforço acrescido para pensar a humanidade e os seus valores porque se coloca ao serviço da inteligência, num âmbito de cidadania. Tem um papel formativo, cultural e ético, sobretudo num país como Portugal, onde há um elevado grau de iliteracia e poucas práticas culturais. Deve garantir a diferença, sobretudo porque tem uma responsabilidade acrescida na informação, atende aos cidadãos e não aos consumidores. A televisão é vista como a representação da realidade, logo o Serviço Público deve ser uma janela aberta ao mundo da cidadania (Brandão, 2006: 20).

O Serviço Público de Televisão não pode encarar o telespetador como uma mercadoria; deve procurar novas abordagens que prosperem novas perceções culturais sobre a

realidade. Compete ao Estado garantir meios para que as pessoas possam disfrutar de um Serviço Público nas suas variadas expressões artísticas (Brandão, 2010: 118).

São regimes diferentes que, embora com algumas características em comum, tornam visíveis os seus fins: “informar, educar e distrair”, como primordiais no Serviço Público, e “divertir, persuadir, vender”, como prioridades na televisão privada (Sena, 2002: 207).

3 – O Papel Social e Cultural da Televisão

A televisão constitui um dos fenómenos básicos da civilização. Juntamente com os media, tem um papel enquanto principal máquina do “discurso da atualidade” (Freixo, 2002; Fernandes, 2001: 39). Afeta a vida social, cultural e identitária das pessoas, no seio de uma sociedade que assenta cada vez mais numa modernidade globalizante, impulsionada pelos meios de comunicação e principalmente pela televisão. Este fenómeno de globalização envolve todo um processo tecnológico que é feito a uma escala mundial nas vertentes política, económica e, sobretudo, cultural – sendo que esta última predomina no processo; promove as relações sociais, “anulando os conceitos de tempo e espaço”, de tal modo que une as pessoas em todo o mundo, em função dos mesmos princípios e interesses, com o apoio da tecnologia que desta forma se encontra acessível a todos (Brandão, 2002a; Giddens, 1998).

A par da evolução tecnológica, também a sociedade passa por mudanças por ela suscitadas. Atualmente, vivemos numa “sociedade de informação” onde os meios de comunicação assumem cada vez mais um papel central (Cruz, 2002: 23).

Mencionando, novamente, Nuno Brandão (2008: 85-86), os media e, neste caso, a televisão, são os principais veículos de compressão de tempo e espaço: através da televisão, tanto atuam como agentes globalizantes, como potenciadores de coesão nacional e local, ao unir comunidades pela diversidade, algo que era impossível no passado.

A televisão assume este papel, ao acompanhar o ritmo da vida social a par de outros media e instituições como a escola ou a família e sendo uma das principais fontes a gerar representações coletivas da sociedade. Tem um papel determinante na projeção de valores e quadros de referência dos cidadãos (Brandão: 2010: 129).

Deste modo, atua ativamente na construção social de fenómenos culturais, assim como promove o conceito de identidade. A televisão transmite-nos valores, dá-nos uma imagem do real e reflete o seu papel cultural através da programação (Fernandes, 2001; Torres, 2011). Neste sentido e ainda segundo Ana Paula Fernandes (2001: 39), pode-se afirmar que os media têm um papel ideológico, pois, produzem sentido: orientam, organizam e interpretam a realidade.

A televisão, ao interagir com a sociedade, na medida em que acompanha a evolução e se adapta à realidade que disso exige dela, num clima de mudança sociocultural e de inovação, tem uma acrescida responsabilidade na formação de cidadãos, para além de interesses comerciais que possam existir, promovendo o conhecimento e a cidadania (Brandão, 2010: 114).

De acordo com Manuel Freixo (2002: 15-16), atualmente, a maior fonte de conhecimento, a par da escola, é a televisão, pois é nela que as pessoas depositam confiança por ser um meio de comunicação credível na informação, gerando conhecimentos em toda uma variedade de temas que vão desde a ciência, à arte, política ou economia. O aparecimento da televisão veio implicar uma mudança no sistema de ensino educativo: o conhecimento e a cultura vivem em comunhão com o mundo audiovisual televisivo.

No entanto, e no meio educativo escolar, a televisão pode se vista de modo alheio por ser considerada nociva à aprendizagem. Muitas vezes é vista como um “inimigo” que não deveria ter uma presença tão forte junto dos jovens, sobretudo nos mais novos, ao mostrar imagens violentas que podem influenciar negativamente a sua educação, visto que têm tendência a imitar aquilo que observam. Este aspeto insere-se na lógica de mercado cada vez mais adotada pelos canais de televisão que se esquecem da qualidade de programação, como favorável à formação dos espetadores que são, antes de qualquer outro tipo de

representação, cidadãos. Por esse motivo, a televisão deve ter o papel não só de informar, como também de formar os seus consumidores (Freixo, 2002: 196-197).

Cada vez mais cedo as crianças conhecem o mundo da televisão: chegam a conseguir ligar o televisor até com dois anos, apesar de este aspeto ser condicionado pelos modos de vida, motivações, cultura e quadros de referência social do consumidor em questão. Por exemplo, na Europa, em média, as crianças veem cerca de duas horas diárias de televisão por dia, enquanto que nos EUA, passam cerca de 4 a 6h diárias em frente ao televisor. A relação com a televisão acaba por ser social e culturalmente mediada (Pinto, 2000: 143-144).

De acordo com António Moderno (1992: 55-63), a nível educativo, a televisão tem um papel relevante no que diz respeito à “sensibilização” - apela à afetividade emotiva nos jovens e adolescentes, mostrando também valores éticos e deontológicos de conduta. Explora sensações nos alunos que os professores, verbalmente, não conseguem despertar, além de os atrair para assuntos que de outra forma poderiam ser ignorados, pelo modo como são retratados no audiovisual: aqui a noção de “realidade” é vista noutra dimensão; como “apresentação de conhecimentos” – uma apresentação apelativa, que exige concentração e compreensão. O audiovisual permite paragens, observações de outras perspetivas, uma abordagem diferente, esclarecedora e dinâmica. Como “síntese” – a abordagem aos conteúdos é clara e não sugestiva; como “modelo” -dá a conhecer modelos de ação e de comportamento nos vários domínios da vida social; como meio de “demonstração”- de situações reais que podem ser simuladas ou retratadas mais facilmente; e como “meio de informação escolar e profissional”- mostrando as várias possibilidades laborais aos alunos através de exemplos retratados no audiovisual da vida real.

A televisão representa uma instituição educativa, cultural e ética na sociedade atual; um motor de socialização num país onde há poucas práticas culturais e um elevado nível de iliteracia (Brandão, 2006: 62). De acordo com o mesmo autor, a importância da televisão como meio de produção de sentido e de responsabilidade social é um aspeto crucial. Numa lógica de consumo, cada vez mais a televisão e a sociedade andam de mãos dadas,

consolidando-se. A televisão é uma representação do quotidiano e são raras as pessoas que não fazem dela uso habitual. É um instrumento com grande poder a nível de visibilidade, gerando conhecimento, entretenimento, informação e formação. A comunicação tem um forte poder de formação de cidadãos porque estes interiorizam comportamentos que veem em representações de realidade para si credíveis. Por esse motivo, cada vez mais a responsabilidade dos media é maior, uma vez que estes acabam por influenciar fortemente a opinião pública (Brandão: 2010: 11-13).

Em termos de formação de conhecimento, o conceito de jornalismo tem uma função crucial no papel que a televisão desempenha no seio da sociedade: torna-se um importante agente produtor de “rotinas de produção de conhecimento quotidiano sobre a realidade”, com o propósito de construir uma realidade pública e que seja de relevância coletiva. Neste sentido, também os telejornais são agentes poderosos no que toca à cognição social, pois determinam quais os interesses sociais relevantes que devem tornar-se públicos ao conhecimento dos cidadãos. Os seus conteúdos são importantes para a “qualificação do saber, potenciando audiências mais educadas, cultas e esclarecidas...” (Brandão, 2010: 130-131). De facto, e citando o mesmo autor, os media em geral e a televisão em particular, têm uma efetiva “responsabilidade social e cultural na sociedade”, face ao seu “poder de visibilidade” e de “representatividade”, bem como face à importância que têm para a “formação de uma opinião pública que se espera que seja, cada vez mais, esclarecida e imbuída dos valores cívicos, culturais e de verdadeira cidadania” (Brandão, 2008: 31).

De acordo com Harold Lasswell (1985: 1-9), os media têm três funções sociais: a de “vigilância mediatizada do contexto social”: na disseminação de informação. Neste caso, a televisão cumpre a função de “sentinela”, ao manter a sociedade informada a respeito de todos os aspetos da vida social, política, económica e cultural. A função de “integração entre as diversas componentes da sociedade”: favorece a interpretação de notícias, a fim de provocar uma reflexão na sociedade e para que esta esteja ciente da realidade no mundo. E, a função de “transmissão da herança cultural”: função educativa de transmitir a história, sucessos e valores culturais, contribuindo para que os cidadãos saibam viver em conformidade com uma sociedade civilizada e com valores.

Também para Dominique Wolton (1994: 154-163), a televisão generalista é uma forma de “vínculo social” com o papel de contribuir para um equilíbrio, de modo a não isolar públicos e a dar uma acessibilidade igual a todos, promovendo uma identidade cultural. A televisão limita os efeitos de exclusão ou isolamento que possam existir entre os indivíduos em sociedade, favorecendo uma abertura para o mundo, contra a exclusão ou o racismo.

Neste contexto, são várias as competências dos meios de comunicação, sobretudo da televisão, a quem lhe compete: “observar o meio envolvente”: o seu papel é de obter informação, relatá-la, interpretá-la e fazê-la circular; “assegurar a comunicação social”: no seio de uma democracia e igualdade de acesso; “fornecer uma imagem do mundo”: transmitir valores de outras gerações, para que as pessoas conheçam a sua história, tradições, saberes, “uma visão do passado, presente e futuro do mundo”; “transmitir cultura” e “contribuir para a felicidade: divertir e fazer consumir. Apesar de gerar contradições ou polémica, a publicidade e a necessidade de consumo são importantes nestes meios pois fazem circular capital e estimulam a concorrência e o consumo ao mesmo tempo que podem constituir uma fonte de informação (Bertrand, 2002: 24-25).

Paralelamente a estas funções, a televisão também satisfaz necessidades pessoais que promovem o desenvolvimento individual, ao fomentarem competências “cognitivas” - a nível de conhecimentos e compreensão; “afetivas e estéticas” - o consumidor experimenta sensações visuais e com elas emotivas; “necessidades de integração a nível de personalidade” - no que diz respeito à segurança, posição social, estabilidade e reconhecimento emotivo; “necessidades de integração a nível social” - na relação com amigos, familiares e interpessoais; “necessidades de evasão” - libertação de tensão e conflitos, devido à forte componente distrativa (Katz, Gurevitch e Haas, 1973: 164-181).

A televisão tem conquistado, cada vez mais, um lugar na vida social como fonte de informação, formando gostos, opiniões e escolhas (Torres, 2011: 29). Representa o quotidiano e “difícilmente podemos passar sem ela”, sendo um “decisivo agente de socialização e de construção social da realidade” e um dos “epicentros culturais sociais quotidianos” (Brandão, 2010: 11).

4 – O Interesse Público e o Interesse dos Públicos

O público é, ao mesmo tempo, o mistério e o segredo eterno da televisão.

(Wolton, 1994: 48)

Contextualizando as origens do termo, a palavra “público” remonta ao século XVI e manteve-se imutável. Começou a ser utilizada no século XVIII, com o significado de “povo”, opondo-se assim à aristocracia, numa altura em que a política começou a ser alvo de debate público, conseqüente do nascimento da imprensa periódica nos finais do século XVII. O termo “opinião pública” foi então institucionalizado no século XVIII, acompanhando o desenvolvimento da exposição da opinião livre do cidadão. Assim, a esfera da vida pública tornara-se num espaço aberto a discussão, desenvolvendo-se em reuniões, conversas de rua e cafés, muitas originando textos divulgados pela imprensa. O público tornara-se uma “instância de decisão e legitimidade” – formando uma “categoria do juízo crítico” (Sorlin, 1997: 16-17; Rodrigues, 1997: 39-40).

No entanto, o termo “público” tem notado algumas alterações ao longo dos tempos. Cada vez mais se associa a um conjunto abstrato, um “plural nominal” ou um “corpo desorganizado”. Esta mudança relaciona-se com o progressivo desenvolvimento dos meios de comunicação e com a forma como foram percecionados: nos finais do século XIX, os meios eram mais acessíveis, da mesma forma, assistiu-se a um desenvolvimento a nível da educação igualmente estimulado pela produção de jornais e filmes que satisfariam o público agora mais letrado. Até então, quase todas as pessoas podiam imprimir e fazer circular informação, contudo, o acesso a essas tarefas passou a ser restrito e a imprensa tornou-se num negócio caro e especializado. Com o propósito de vender muito, os jornais passaram a fornecer informações de domínio privado sobre acontecimentos banais que, ao contrário dos factos políticos, não davam azo à formação de opinião pública. Neste sentido, começou a surgir a ideia de “consumidores”, que substituíram um mero conceito de público (Sorlin, 1997: 16-17).

De acordo com Nuno Brandão (2006: 17-23), hoje, a televisão é uma instituição que domina a esfera pública, contribuindo decisivamente para a própria definição de opinião

pública, ao direcionar o foco da atenção do público para o que é mediatizado, normalmente determinado por critérios de notoriedade, visibilidade e espetacularidade. Dá-se ênfase a conteúdos de informação «irrelevante, fragmentada e superficial», numa “cobertura jornalística reativa e cada vez menos proactiva”, que não privilegia os elementos de interesse público, no contexto de uma informação que devia ser fornecida aos cidadãos. O que rege este sistema são as vendas, que tornam a televisão inflexível na procura de grandes audiências. Apesar das estatísticas terem influência, o seu significado é superficial, na medida em que quantifica e não avalia os telespetadores. Estes acabam por ser “indicadores financeiros, a quantificação de respostas dadas a questões precisas que não refletem, de forma alguma, os sentimentos, os interesses e as preferências das audiências”. “O público” é constituído por “um grupo de pessoas instável e flutuante”, a “expansão do lucro avaliado em vendas” (Brandão, 2006: 51).

Entende-se pela entidade “públicos” um conjunto de grupos de discussão partilhada, onde cada um dos membros contribui de forma ativa com ideias e opiniões, numa perspetiva de solução de problemas, inseridos num contexto de uma sociedade dinâmica individual, onde o contato social é comum. Ao contrário do público, a massa é levada a agir de modo neutro num contexto de participação social. Numa sociedade sistematizada estatisticamente, há condicionamentos à formação de públicos pela homogeneidade conformada à lei da oferta (Coelho, 2005: 26-43).

No jornalismo, muitas vezes os conceitos de interesse e importância são vistos como antagónicos, sendo o primeiro associado ao lúdico e o segundo a questões de carácter público e relevância social. O mesmo acontece com os conceitos “interesse público” e “interesse do público”; o primeiro facilmente se relaciona com aquilo que importa saber e o segundo com o que agrada às audiências (Lopes, 2008: 115). Assim, o ideal para os media seria que os acontecimentos tivessem importância e interesse. No entanto, nas redações, a avaliação da noticiabilidade é contagiada pela pressão do mercado e da concorrência que acabam por impor a desvalorização da importância, ou seja, a subordinação do interesse público ao interesse do público (Correia, 1997: 144-147).

Desta forma, os media devem lutar pela prevalência dos assuntos de interesse público que reflitam as necessidades da população para primeiro plano, em função dos interesses das audiências. Ao reger-se por critérios económicos, a televisão negligencia a sua responsabilidade social, pois como instrumento mediador da sociedade, tem um papel informativo, educativo, formativo e construtor da realidade social. Os media pressupõem uma participação social ativa e devem contribuir para a formação de uma sociedade mais humanizada e pluralista, assim como para a formação cívica e política dos cidadãos na esfera pública (Brandão, 2006: 17).

5 – As audiências e o telespectador como cidadão

Comunicar significa partilhar, num ato que pressupõe uma atitude ativa perante a realidade observada, de modo a gerar o conhecimento e reduzir as distâncias.

A televisão está cada vez mais cingida ao signo do consumo, da sedução, do desejo e da necessidade de procura de gratificação. Tudo é apresentado na lógica do consumível, afastando os telespetadores da sua essência como cidadãos e reduzindo-os ao papel de consumidores. Deste modo, tem vindo a desvincular-se da sua função social; em vez de se pautar por critérios de cidadania/formação do indivíduo, orienta-se por critérios meramente económicos, até assumidos pela Televisão de Serviço Público, o que contradiz o próprio dever, principalmente desta, de se colocar ao serviço da inteligência e pensar de forma humanitária e não tão “calculista”, sobretudo no jornalismo. Neste sentido, “a informação televisiva deve ser considerada como um bem público, contribuindo para um crescendo de cidadania”, uma vez que a imagem televisiva é determinante: se um acontecimento não for mediatizado, é como se não tivesse ocorrido. Assim, os media deveriam servir-se do seu poder de mediação para oferecer algo de útil aos cidadãos, e não inundá-los com uma massa de incidentes ou informação de valoração negativa (Brandão, 2006: 15-22).

Nuno Brandão (2006:78-83) acrescenta ainda que, cada vez mais, se assiste a um “apagamento do cidadão”, também impulsionado pelo método de trabalho optado pelos jornalistas, em prol das condutas mediáticas requeridas. O jornalismo deveria ir ao encontro das aspirações do telespetador como cidadão, mesmo que tal noção implicasse

um ajustamento nas audiências. Estas apenas fornecem elementos-base acerca do número de pessoas que viram dado programa, mas não nos dão uma perceção real a nível qualitativo. Ou seja, não nos informam acerca dos gostos, vontades e opiniões dos telespetadores.

O mesmo autor defende que hoje em dia não importa se o público é ou não, bem informado, mas sim que “consume os meios de comunicação”, tal como se consomem outros produtos como comida, automóveis e bens materiais. Tudo isto faz a televisão com o único propósito de beneficiar a custo das audiências, levando este facto muitas vezes à transgressão das fronteiras do sensacionalismo e eleição de programas de má qualidade. Os media, através da sua vertente informativa, transformam-se em “produtos de consumo” e o “recetor de informação” num “consumidor” e não num “espectador-cidadão” (Brandão, 2006: 99-100).

Também para Rego e Neto (1996: 85), as indústrias dos media se inserem numa lógica capitalista, cujo objetivo é o lucro. Exemplificando: uma empresa tenta vender o produto – no caso dos media, estes tentam vender audiências, o que influencia a forma como a informação é processada. As audiências são assim entendidas como um mercado, divididas em agrupamentos economicamente significativos e vendíveis aos publicitários consoante as respetivas necessidades.

A audiência televisiva constitui uma categoria ficcional composta por um conjunto de telespetadores face à atitude que adotam no visionamento televisivo de determinado programa e características demográficas como a idade, sexo e classe social, cuja análise serve de base à caracterização do perfil dos públicos. É medida através da audimetria, um dispositivo eletrónico que regista segundo a segundo o contato com os diferentes canais.

O objetivo da programação é atingir todo o público e não atender à diversidade de gostos de todos os públicos em momentos diferentes (Cádima, 1995: 131-133).

O poder económico impõe uma conduta nas grelhas de programação que são obrigadas a exigir cada vez maior audiência, com o propósito de gerar mais receitas. Este facto gera

uma dependência face aos publicitários, que elegem os canais com maior audiência, o que acaba por gerar a concorrência entre os canais (Fernandes, 2001: 26).

Hoje, fruto de constantes mudanças a nível de oferta do panorama televisivo a que se assiste, constata-se uma maior dispersão da audiência: os espetadores dos canais generalistas optam pelos canais temáticos no propósito de atingirem uma maior satisfação de necessidades, sobretudo tendo em conta a crescente instrução do indivíduo no que toca ao audiovisual. Os telespetadores têm um maior poder de decisão, podendo saltar publicidade e ver aquilo que desejam, tendo em conta uma maior variedade e oferta de programação em mais canais (Torres, 2011: 34)

No que respeita ao sistema mediático generalista, este esconde uma situação séria e que importa refletir: uma “crise progressiva de conteúdos, que conduz ao divórcio entre o que as pessoas necessitam ou querem saber e a informação que os meios de comunicação lhes oferecem” (Fontcuberta, 1999: 30-31).

CAPÍTULO II

O JORNALISMO TELEVISIVO

1 – Os Acontecimentos e as Notícias

O jornalismo tem um papel importante na sociedade, não só porque determina quais os acontecimentos/assuntos que devem ser mencionados publicamente, tendo assim lugar na “agenda de preocupações”, assim como esclarece os significados das ocorrências, sugerindo perspectivas de como entendê-las (Traquina, 1999: 11).

No entanto, cada vez mais se assiste a uma estereotipização da realidade pela televisão, onde o negativismo tem vindo a crescer, bem como a sua influência no jornalismo, o que provoca uma visão simplista e pessimista do real. O jornalista não é apenas uma fonte que comunica, mas sobretudo quem produz e reproduz conhecimento na sociedade. Ao não dispor de espaço suficiente para todas as informações, a televisão determina a escolha dos acontecimentos que são transformados em notícias, em prol da capacidade de atrair o público, suscitar emoção e dramatizar conflitos; a informação televisiva transforma-se numa “informação-espetáculo”. Há, por isso, que considerar a importância da “cultura jornalística” e a função da seleção dos «valores-notícia», das rotinas e procedimentos que os profissionais levam a cabo ao efetuar a realização do seu trabalho (Brandão, 2010: 37-133).

Um facto adquire o estatuto de acontecimento em função da maior ou menor previsibilidade de acontecer: quanto menos previsível for, mais probabilidades tem de se tornar notícia. O acontecimento jornalístico é, então, caracterizado pela sua natureza especial, distinguindo-se do número indeterminado dos acontecimentos possíveis, como sendo inversamente proporcional à probabilidade de ocorrência. No entanto, na distinção da noticiabilidade do acontecimento jornalístico, há vários registos a considerar (Rodrigues, 1988: 27-28).

O conceito de noticiabilidade diz respeito ao conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – a nível da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a “existência pública de notícias”. Tudo o que não corresponde às condições requeridas é rejeitado por não se adequar às rotinas produtivas e aos modelos de cultura profissional. Não adquirindo o estatuto de notícia, não se inclui nos conhecimentos do mundo adquiridos pelo público através das comunicações de massa.

Desta forma, o órgão informativo controla e gere a quantidade e tipo de acontecimentos a seleccionar para adquirir o estatuto de notícias através dos valores/notícia, que são uma componente da noticiabilidade – critérios de relevância (Wolf, 1995: 170-175).

Os valores de notícia-notícia, como sustentam Golding e Elliot (1979: 114): “constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos partilhados sobre a natureza e os objetos das notícias, referências essas que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração dos noticiários”. Os valores/notícia são “qualidades dos acontecimentos”, ou da sua “construção” para serem incluídos num produto informativo. “Quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído”.

Galtung e Ruge (1965/1999: 61-70) apresentam fatores que determinariam os valores/notícia requeridos pelas notícias: os autores propuseram a hipótese do mundo ser comparado a um “enorme conjunto de estações radiodifusoras”, em que cada uma delas emitia o seu sinal ou programa no próprio comprimento de onda. Para estes autores, há sempre algo a acontecer e o que se escolhe para considerar como “acontecimento” é determinado pela respetiva cultura. Uma vez que não há espaço para tudo o que acontece no mundo, há que seleccionar. A questão prende-se com o que realmente chamará a atenção. Por conseguinte, os autores anotaram, então, doze hipóteses, aludindo aos fatores que caracterizam os valores/notícia:

H1) Se a frequência do sinal estivesse fora da sintonia, não se faria o registo;

H2) Quanto mais forte o sinal e maior a amplitude, mais provável seria a audição dessa frequência;

H3) Quanto mais claro e inequívoco fosse o sinal (quanto menos ruído houvesse), mais provável seria a audição dessa frequência;

H4) Quanto mais significativo o sinal, mais provável seria a audição dessa frequência;

H5) Quanto mais consonante fosse o sinal com a imagem mental do que se esperava encontrar, mais provável seria a audição dessa frequência;

H6) Quanto mais inesperado for o sinal, mais provável será a audição dessa frequência;

H7) Se um sinal fosse sintonizado, seria provável que valesse a pena escutá-lo;

H8) Quanto mais um sinal for sintonizado, mais valerá a pena sintonizar um tipo de sinal diferente da próxima vez.

O fator “frequência” (referido na H1) diz respeito ao espaço de tempo necessário para o acontecimento se desenrolar e adquirir significado: se o acontecimento se reproduz num tempo ajustado à periodicidade do meio e ao tempo de produção. “Quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio noticioso, mais hipóteses existem de ser registado como notícia por esse mesmo meio noticioso”.

A segunda hipótese alude à ideia de “amplitude” como fator incluído nos requisitos dos valores/notícia. Por exemplo “quanto mais violento for o assassinio, maiores serão os títulos”, ou seja, quanto maior a dimensão do acontecimento, mais probabilidade este terá de ser noticiado.

Em terceiro lugar, os autores mencionam o fator “clareza” – quanto menos ambíguo, mais notado será o acontecimento; a interpretação deve ser clara no seu significado. O “significado” é outra das características citadas pelos autores; o termo “significativo” tem duas componentes: aquilo que é “interpretável dentro da estrutura cultural do ouvinte ou do leitor”, o que se relaciona com a proximidade cultural; e aquilo que tem significado em termos de relevância. Um acontecimento pode ocorrer num lugar culturalmente distante, mas pode significar muito e implicar, até, o próprio telespetador.

A quinta hipótese prende-se com a “consonância”: há que proporcionar imagens consonantes com a mensagem que se pretende relatar. Os jornalistas têm muitas vezes uma “pré-imagem” mental das notícias que podem vir a acontecer, o que facilita a sua preparação e contextualização.

O “caráter inesperado” da notícia é um dos requisitos mais importantes na seleção das notícias: quanto maior o fator surpresa, mais hipótese o acontecimento tem de ser notícia. Dentro dos limites do significativo e do consonante, é o inesperado que facilmente capta a atenção.

A oitava hipótese diz respeito à “composição” dos conteúdos. Deve haver um “todo equilibrado” no programa a emitir. Por exemplo, um telejornal deve garantir uma variedade de temas a abordar no seu total de características de notícias, competindo entre si pelos maiores valores-notícia (tal como se uma notícia internacional for igualmente importante, irá concorrer com os valores/notícia das notícias nacionais).

No entanto também existem fatores culturais:

H9) Quanto mais o acontecimento disser respeito às “nações de elite”, mais provável será transformado em notícia;

H10) Quanto mais o acontecimento disser respeito às “pessoas de elite”, mais provável a sua transformação em notícia (elas são “objetos da identificação geral” e também têm relevância social);

H11) Quanto mais o acontecimento for “visto em termos pessoais”, mais facilmente será noticiado;

H12) Quanto mais “negativo” o acontecimento, mais provável a sua mediatização.

Em relação à preferência das notícias negativas em prol das positivas em televisão, há várias explicações inerentes aos critérios de valor/notícia:

- as notícias negativas facilmente satisfazem o critério de frequência. Existe uma grande diferença na vida entre o positivo, (difícil e leva tempo), e o negativo, (que é muito mais fácil e leva menos tempo) – por exemplo, é necessário imenso tempo para educar uma pessoa até se tornar adulta, mas bastam segundos para ela perder a vida num acidente;

- as notícias negativas são mais facilmente claras e inequívocas no sentido de que haverá acordo acerca da interpretação do acontecimento como negativo. “Um acontecimento positivo pode sê-lo para algumas pessoas e não o ser para outras”;
- as notícias negativas são mais consonantes com algumas imagens dominantes na sociedade e no mundo. Ao mesmo tempo, tem existido cada vez mais um alto nível de ansiedade geral na sociedade, o que conduz a um modelo no qual a negatividade se encaixa de forma consonante;
- as notícias negativas são mais inesperadas (menos previsíveis e raras). Uma vez que os acontecimentos positivos são identificados como algo normal ou esperado, é dada preferência aos altos e baixos negativos, que são mais noticiados do que um fluxo positivo estável (Galtung e Ruge, 1965/1999: 61-70).

2 – O Agendamento e a Produção de Notícias – do Gatekeeper ao Newsmaking

Após se refletir sobre os critérios de noticiabilidade, importa perceber de que forma, depois de selecionadas, as notícias são produzidas e mediatizadas.

A teoria do agenda-setting afirma que os media agendam os temas que são objeto de debate público num dado momento. A abordagem de certos assuntos causa impacto social direto, em determinadas circunstâncias. Quanto maior o destaque e continuidade conferidos a um tema, maior a relevância atribuída na agenda do público (Fontcuberta, 1999:30).

Por esse motivo, o gatekeeping tem efeitos sobre o público, cuja teoria importa salientar. Criada por David Manning White nos anos 50: o termo “Gatekeeper” refere-se à pessoa que faz uma escolha, dentro de uma sequência de decisões. Ou seja, neste contexto, o processo de produção da informação é efetuado como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos “gates”, isto é, portões que representam áreas de decisão em relação às quais o jornalista, (Gatekeeper), tem de decidir se vai selecionar esse assunto ou não. Se a decisão for negativa, a notícia não é divulgada no respetivo órgão de informação (Traquina, 2001: 35-36).

No estudo da agenda-setting, tenta-se “ir mais além da quantificação descontextualizada, superar o estudo do acontecimento isolado como notícia para integrá-lo nos seus diferentes contextos (económico, social, político, moral, geográfico, etc.) e, ao mesmo tempo, fazer ressaltar o carácter da importância social dos temas e processos de tematização informativa” (Vilches, 1995: 34).

De acordo com Wolf (1995: 146), a tematização é um processo informativo inserido no contexto do agenda-setting: tematizar um assunto significa colocá-lo na ordem do dia da atenção do público, conferir-lhe determinado relevo, centralidade e significado em relação à informação não tematizada. Aproveitando as ideias de outros autores, Mauro Wolf (1995: 168) selecionou seis fatores que influenciam a escolha para a agenda:

- Tempo de exposição a um tema (Pastoriza, 2006: 81);
- Proximidade geográfica (Muñoz-Torres, 2002: 102-103);
- Natureza e conteúdo dos temas abordados (Saperas, 2000);
- Credibilidade da fonte de informação (Saperas, 2000);
- Audiência (Saperas, 2000);
- Comunicação interpessoal (Wolf, 1995).

Depois de mencionados os fatores que fazem de um acontecimento uma notícia e sua emissão, resta perceber qual a imagem que os noticiários dão do mundo e de que forma, mediante os requisitos exigidos, são retratados e mediatizados. De acordo com Wolf (1995:169), estas questões vão ao encontro das funções desempenhadas de *Newsmaking*, cuja abordagem de trabalho é circunscrita pela cultura profissional dos jornalistas e pelos processos produtivos.

A cultura profissional jornalística entende-se como um “emaranhado de retóricas de fachada e astúcias, de códigos, estereótipos, símbolos, tipificações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções dos mass media e dos jornalistas”. Do ponto de vista das restrições ligadas à organização do trabalho, as exigências prendem-se com o que determina a definição de notícia, com o processo produtivo, fontes e modalidades de confeção (Garbarino 1982: 10-12).

Fernando Correia (1997: 18-21) acredita que nas diversas fases da atividade relacionada com a produção de notícias, o trabalho do jornalista é submetido a várias condicionantes inseridas numa rede complexa de constrangimentos que, ao atuar, fazem com que as notícias tenham determinado conteúdo, forma e assumam determinado modelo. Tendo em conta a realidade portuguesa, as condicionantes podem ser agrupadas:

- “Relativamente à redação”
 - Estatuto e política editoriais, ideologia profissional e valores-notícia dominantes, rotinas produtivas e público;
 - Funcionamento da sala de redação, instalações, ambiente envolvente e logística;
 - Vencimentos e recompensas, progressão nas carreiras;
 - Relacionamento com outros setores da empresa (publicidade, comercial, técnico) e com a administração.
- “À empresa”
 - Objetivos da empresa, influência dos poderes económico e político, capacidades económicas e financeiras, posicionamento entre a concorrência;
 - Número e qualificação do pessoal e instalações;
- “Grupo profissional”
 - Cultura e ideologia profissionais, cumprimento das normas deontológicas;
 - Adaptação às novas tecnologias;
 - Cultura geral, conhecimentos especializados, habilitações, formação académica.
- “Sistema mediativo”
 - Relacionamento com outros sistemas interdependentes (indústria, publicidade);
 - Pressões dos lobbies;
 - Legislação respeitante à comunicação social.
- “Sistema social”
 - Autonomia ou subordinação aos poderes económico e político;
 - Grau de institucionalização da democracia, cultura e vivência democráticas, níveis de cidadania e de participação social;
 - Escolaridade, cultura e estilo de vida, consumo dos bens culturais e dos media.

Tuchman (1976/1999:45) neste contexto, afirma que a produção de notícias deve cumprir os seguintes propósitos:

- Promover o reconhecimento de um facto desconhecido como notável;
- Relatar os acontecimentos de acordo com a sua própria caracterização jornalística, sem lhes dar tratamento especial;
- Organizar temporal e espacialmente o trabalho de modo a que os conteúdos sejam relatados de forma fluída e planificada.

3 – As Rotinas e as Fontes de Informação

As notícias são resultado de um processo de produção, que passa pela perceção, seleção e transformação de uma matéria-prima - os acontecimentos, num produto - as notícias (Traquina, 1999: 169).

O processo de identificação e contextualização – cujo método inclui a seleção dos valores/notícia que fornecem critérios nas práticas de rotina do jornalismo, tem um papel essencial nos media, através do qual os acontecimentos tomam significação. Um acontecimento só tem sentido se integrado num contexto de identificações sociais e culturais. Se os jornalistas não dispõem – de forma rotineira – de tais “mapas culturais do mundo social”, não podem dar sentido aos acontecimentos (Hall et al., 1999: 226).

No processo de construção do trabalho jornalístico, são as rotinas produtivas que procuram enquadrar o acontecimento e transformá-lo em notícia, o que inclui: reuniões, almoços, visitas, contatos com as fontes, conferências de imprensa, colaborações e formatos. Os acontecimentos são promovidos pelas fontes de informação, tendo em conta os valores/notícia requeridos pelo jornalista, que seleciona o que interessa, dentro dos objetivos profissionais e dos modelos da organização e sempre atendendo ao que interessa aos telespetadores (Santos, 2003: 102-116).

A fonte é como um agente que o jornalista observa e entrevista e lhe fornece informação noticiosa (Gans, 1979: 80). Tem de ter por si grande habilidade para aparecer ou não nas

notícias, conforme o interesse ou oportunidade suscitados; trata-se de um jogo e negócio de compromisso (Santos, 2003: 132). O que se exige é uma rotinização da tarefa por parte dos jornalistas, para que esta seja exequível no meio noticioso (Wolf, 1995: 176).

De acordo com Molotoch e Lester (1974/1999, 37-39), quando há um acontecimento público, o percurso da ocorrência passa por um conjunto de agências (indivíduos ou grupos), cada uma das quais contribui para a construção noticiosa, mediante um grupo distinto de rotinas organizacionais, tendo em conta o que o acontecimento mostra ser, usando como ferramentas de trabalho conteúdos de agências que chegaram antes, o que permite antecipar diferentes deduções de agências sucessivas. Os autores consideraram os acontecimentos como sendo constituídos por três agências principais, de um modo sintético: os “promotores de notícias”, indivíduos e associados que identificam, (tornando observável) uma ocorrência como especial, com base em algo, para os outros; os “news assemblers”,- todos os profissionais do campo jornalístico que contribuem para a «montagem» do conteúdo jornalístico e trabalham a partir dos materiais fornecidos pelos promotores. Transformam um conjunto de ocorrências promovidas em acontecimentos públicos através da mediatização; e os “consumidores de notícias”- assumem como que uma sensação do tempo público.

O conceito de “promotores de notícias” é também utilizado pelos autores para caracterizar as fontes que tentam transformar, por interesse, um facto num acontecimento público e/ou que também tentam, por vezes, impedir que outros fatos sejam noticiados. No intuito de alcançarem o que pretendem, os promotores de notícias tendem a aproveitar-se do seu estatuto nas rotinas vigentes nas organizações noticiosas e alguns, (mais poderosos), conseguem até alterar as rotinas produtivas a seu favor (Molotoch e Lester, 1974/1999: 69).

No entanto, e com o objetivo de contrariar esta situação, os jornalistas devem guiar-se pela objetividade, trabalhando factos relativos à realidade social. Se os jornalistas tratassem dos conteúdos de forma imparcial e impessoal, muitos processos seriam evitados, como a difamação, por exemplo. Há que verificar os factos, o que implica a sua estruturação: procura e confirmação (Tuchman, 1976/1999: 75-78).

As fontes são um fator essencial na qualidade da informação produzida pelos mass media. As agências especializadas apresentam-se como empresas inerentes ao sistema de informação e cabe-lhes o trabalho de confecção. As fontes estáveis, independentemente da natureza e nível em que se situam, pertencem à instituição que representam e não se dedicam exclusivamente à produção de informação (Cesareo, 1981: 82). Por esse motivo, as fontes diferem entre si em termos de relevância, assim como o acesso a elas e aos jornalistas e são classificadas de diferentes formas.

São vários os fatores que levam o jornalista a optar por determinada fonte: a oportunidade antecipadamente revelada, a produtividade, credibilidade, garantia e respeitabilidade que as fontes detêm. A produtividade é um fator de extrema importância e que integra as fontes institucionais: estas fornecem materiais suficientes e com qualidade para a execução da notícia, não tendo os jornalistas que recorrer a demasiadas fontes, poupando os jornalistas tempo, custos e respeitando prazos.

As grandes agências de imprensa, supranacionais ou nacionais, estão cada vez mais presentes nos conteúdos disponibilizados. A informação quotidiana é cada vez mais uma informação de agência, sobretudo a nível radiotelevisivo, cujo núcleo de apoio é constituído precisamente por essas fontes “anónimas”, cuja origem raramente aparece nos noticiários.

A vantagem económica implicada neste contexto promove a relevância e significado das agências. A sua existência e usufruto, espalhados pelo mundo, acabam por criar grande “homogeneidade e uniformidade” das definições daquilo que constitui notícia. A seleção de notícias é então um processo complexo que não depende apenas do jornalista - é realizado em instâncias diferentes – desde as fontes ao simples redator (Wolf, 1995: 200-216).

Nelson Traquina, (1999: 172), sustenta que o jornalista deve considerar três factos importantes a respeito das fontes:

- O relacionamento entre o jornalista e a fonte de informação é protegido pela Lei da Imprensa, que lhe concede o direito de sigilo profissional;
- A confiança nas fontes só é criada quando demonstrada credibilidade, já que estas podem ter sempre algum interesse;
- A posição de autoridade confere credibilidade: pela posição que ocupam alguns indivíduos, mais facilmente têm acesso aos factos corretos.

Na análise de um estudo pela recolha de dados obtidos, Rogério Santos (2003: 97) conclui que as fontes se dividem em três categorias principais:

- “Fontes Oficiais” (Governo, Instituições Públicas ou Privadas, Principais Empresas);
- “Regulares” (Empresas, Associações, Líderes de Opinião, Analistas);
- “Ocasionais ou Acidentais” (cidadãos comuns que observam o acontecimento).

Nas atividades diárias de rotina, as tarefas resumem-se à procura de informação, seleção e enquadramento, produção e promoção de eventos. Assegurar um contato regular com os media por uma fonte organizada, promove o relacionamento entre ambos, evitando informações incorretas e estimula uma relação de confiança mútua.

Para além das rotinas produtivas, as fontes também analisam necessidades e gostos de cada organização noticiosa e acompanham o seu trabalho.

Os eventos criados pelas fontes são divulgados aos jornalistas através de comunicados, telefonemas ou convites para uma realização, em que os aspetos principais do evento são sumariados através da produção de textos ou vídeos (Santos, 2003: 102-105).

4 – O Jornalismo como Construtor e Reconstrutor da Realidade Social

A televisão marca o ritmo da vida quotidiana. É com ela e com os sinais que emite com que diariamente os cidadãos lidam, que permite o reconhecimento destes como parte de um todo. Ela organiza e calendariza a nossa vida, ao representar a modernidade. Assim, as pessoas tomam como real aquilo que veem, a partir da informação que lhes é disponibilizada, sobretudo nos noticiários televisivos (Brandão, 2010: 131; Saperas, 2000: 49).

Os media têm o poder de definir e criar o acontecimento-notícia, aliás, essa trata-se da condição da sua existência: se não houver acontecimentos passíveis de se transformar em notícias, como alternativa, aparecem outros substituíveis (Alsina, 1993: 101).

Mas o jornalismo televisivo, pelo poder de representatividade e visibilidade que detém, não pode ser encarado somente como um simples reflexo do real. A imagem transmitida, apesar de vista como uma janela entre o espetador e o mundo, trata-se de “um filtro que mascara a realidade segundo a sua crescente capacidade de sedução”. A televisão deve ser vista mais como “uma representação dos acontecimentos e uma ordenação e seleção da atualidade”. No entanto, juntamente com “as rotinas produtivas, o ambiente, a lógica organizacional e os valores profissionais dos jornalistas”, acabam por surgir como condicionantes com peso relativo e influente no modo como se apresenta e ordena a agenda noticiosa (Brandão, 2010: 132-133).

O jornalismo televisivo tem um papel preponderante na formação, transmissão de valores e de conhecimento na sociedade, tendo o poder de construir a realidade social enquanto realidade pública (Brandão, 2010: 33; Wolton, 1994: 118-120). Deste pressuposto, o jornalista não é apenas uma fonte que comunica mas aquele que “produz e reproduz” conhecimento para os cidadãos. Juntamente com a escola e a família, os media são vistos como uma instituição educacional de aprendizagem, dando perceções culturais sobre a realidade (Brandão, 2010: 33-37). Mas as notícias acabam por promover “diferentes pontos de vista sobre a realidade social existente, e configuram referentes coletivos gerando determinados processos modificadores dessa mesma realidade“ (Brandão, 2002b: 82).

Tendo em conta estes factos, cada vez menos se distingue a diferença entre um programa de informação e de ficção e assiste-se a uma transformação da televisão que antes poderia ser vista como veículo de factos (considerado neutro), num “aparato para a produção de factos”; de “um espelho da realidade”, para um “produtor da realidade” (Eco, 1983: 191).

O campo jornalístico tornou-se uma questão central a nível das preocupações dos agentes sociais que investem com recursos económicos e dispõem de tempo e dedicação ao criar acontecimentos, com o intuito de gerir as notícias e “impor os seus acontecimentos (assuntos ou problemáticas) e próprias definições desses mesmos acontecimentos numa luta simbólica de vital interesse” (Traquina, 1999: 11).

A programação televisiva sugere uma certa representação da sociedade através da construção da realidade social. Com esta situação, urge questões já anteriormente mencionadas que, num conjunto total de significados ou influências que possam vir a ter, importam salientar. O estatuto da televisão, nomeadamente a de Serviço Público, requer algumas considerações, sobretudo no que toca ao carácter das imagens transmitidas, que muitas vezes promovem o espetacular, o dramático ou a invasão da intimidade. O mesmo acontece quando os meios de comunicação dão prevalência à negatividade ao invés daquilo que é positivo: promovem a perceção do mundo como algo negativo na consciência dos cidadãos (Brandão, 2010: 33-37).

Para Gans (1979), o próprio conteúdo da notícia não tem tanta relevância como a imagem; representa apenas como que uma ilustração. O autor defende que frequentemente os jornalistas tentam criar uma história que justifique a presença de imagens fortes e cativantes, como se de um videoclip se tratasse. A realidade apresenta-se menos vigorosa que a “imagem”, pois vivemos inseridos no mundo da “telerrealidade”; “num universo principalmente construído pela televisão” (Balandier, 1999: 98-114). Assiste-se, assim, a um fenómeno de “desrealização do mundo” (Jeudy, 1995: 120).

A televisão tem uma grande responsabilidade no que toca às opções noticiosas, alimenta o poder, as elites, e também os cidadãos com informações. Deste modo, os cidadãos devem ser informados de tudo o que na realidade acontece e não apenas do que tem uma

avaliação negativa e catastrófica. A televisão muitas vezes estereotipa a visão da realidade, pois, ao “não dispor de espaço suficiente para todos os acontecimentos que se verificam, opta apenas por alguns desses factos” (Brandão, 2006: 22-23).

Assim, assiste-se a muitas ocultações. A omissão de factos é o pior pecado dos media. Os motivos podem prender-se com a natureza do meio de comunicação, falta de recursos, ou recusa dos proprietários em gastar o necessário (Bertrand, 2002: 77).

O público, por aquilo que vê, confere credibilidade ao que é mediatizado. Confia na televisão como um meio respeitável e criterioso, acreditando que esta apresenta o que há de mais interessante e importante (Wolton, 1994: 77; Brandão, 2008: 13).

Mediante este contexto de televisão informativa, urge primar por um conceito de jornalismo mais cívico, uma vez que este campo é tão essencial e está tão presente na vida dos cidadãos como um meio de transmissão de conhecimento, ao invés de se orientar por, fundamentalmente, fins económicos, e privar a sociedade de um conhecimento geral e coletivamente abrangente (Brandão, 2006: 17).

5 – O Telejornal

O telejornal (T.J.) é o programa de informação mais visto na maioria dos canais de televisão. Considerado um género televisivo em si, tem as suas próprias regras de seleção, a nível de hierarquização, estruturação narrativa e mediação, etc. (Jespers, 1998: 175).

De acordo com Paul Weaver (1999: 297), é “uma table d’hotê, uma coleção de «estórias» seleccionadas e organizadas de modo a serem vistas integralmente por todo o espetador, sem reduzir o tamanho ou o interesse da audiência à medida que o programa prossegue”.

Antes de tudo, importa salientar a definição de telejornal: o nome próprio telejornal é uma trade mark da RTP, no entanto, a sua tradição e importância autorizam o uso do termo para designar todo o serviço informativo de televisão e características análogas (Pinto, 1999: 11-13).

O telejornal é um importante instrumento de cognição social, decisivo na relevância dada a diferentes atores e interesses sociais mediante os cidadãos. Tendo em conta a cada vez maior tendência de mercantilização de notícias, o telejornal de Serviço Público – RTP – tem acrescidas responsabilidades no tratamento de informação que deve atender às necessidades dos cidadãos, evitando os caminhos da informação atual que se direcionam mais para o drama, conflito, insucesso e espetacular, mediante estes mesmos critérios noticiosos (Brandão, 2010: 38-39).

Como refere Manuel Pinto (1999: 11-13), o telejornal é como uma instituição acima de tudo porque “institui aquilo que em cada dia o canal que o emite e os profissionais que o fazem consideram dever ser notificado, enunciado e divulgado”. Tem um papel importante na nossa casa, nas nossas vidas, hábitos, rotinas, perceções e representações do mundo. Portugal é um dos países da Europa com o índice mais baixo de leitura de informação. Paralelamente, o telejornal constitui um dos meios privilegiados e de seguimento da atualidade para um grande número de cidadãos.

O telejornal é dos géneros e produtos televisivos que talvez se expresse mais notoriamente numa construção da realidade social a nível mediático, sobretudo pelo horário (prime-time), duração, genérico, cenário escolhido, figura e posição do pivô, tipo de eventos selecionados ou excluídos e pelas lógicas predominantes na elaboração dos alinhamentos...acrescentando estes aspetos aos meios técnicos e humanos disponíveis e formatos/géneros jornalísticos utilizados em cada peça.

Atualmente, o telejornal evoluiu e muito difere do telejornal dos anos 80 do séc. XX. Antes, as prioridades noticiosas eram dadas aos assuntos do Estado ou Governo e, os fait-divers (notícias que não são categorizadas especificamente pelo seu carácter diferente ou divergente), eram deixadas para fecho do programa, como assunto humorístico ou curioso.

O formato do telejornal teve início na televisão pública a 19 de Outubro de 1959 e nunca perdeu a sua base protocolar até 24 de Abril de 1974. Nesta época em que havia ditadura em Portugal, havia a preocupação fundamental de não ferir quaisquer suscetibilidades no contexto do sistema político monopartidário. Neste sentido, o alinhamento do telejornal e a

gestão dos conteúdos noticiados tinha influência do próprio poder: como era o caso das notícias de abertura, cujos protagonistas seriam sempre o Presidente do Conselho ou o Presidente da República (Cádima, 1995: 331-332)

O telejornal em Portugal sofreu muitas transformações ao longo da sua existência. Adotou um novo modelo, construído através da experimentação entre modelos de apresentação tradicional e decorrentes de notícias e modelos de entretenimento e, por sua vez, influenciando-se com as próprias culturas da redação e objetivos de audiências.

Atualmente a realidade mudou. Os telejornais assentam na dramatização da atualidade num universo trágico e as notícias destacadas são as mais catastróficas. Vivemos sob o espetacular como principal critério presente nos telejornais, em vez de um telejornal assente em informação refletida e enquadrada (Brandão, 2006: 123-125).

As notícias do alinhamento do telejornal são hierarquizadas consoante a matéria que tratam e suas diferentes categorias temáticas. Geralmente são as primeiras e últimas notícias que ficam na memória dos telespetadores. No entanto, é normal atualmente vermos como últimas notícias “informações-produtos” sem utilidade real mas que fazem parte da “comunicação agradável” (resultados desportivos, notícias ligeiras ou fúteis, concursos de beleza, nascimentos no zoo, “records”) ao invés de informação relevante (Jespers, 1998: 176). De acordo com o mesmo autor, o telejornal tem uma estrutura própria que conta com algumas das seguintes características:

- O “genérico” estabelece o contato com o espetador e significa que o programa que se segue é de informação, por oposição aos outros programas diários do canal;

- O “sumário” é o primeiro elemento essencial do fio condutor: indica o que vai ser tratado ao longo do telejornal, de forma breve;

- As “palavras-chave” estão no oráculo no momento de uma mudança de capítulo ou da apresentação de uma sequência, sendo claras, legíveis, significativas e inteiramente redundantes com a informação que é dada simultaneamente. São por vezes acompanhadas de pontuações musicais, indicando a passagem para outra temática de notícia;

- O “olhar do pivô” determina o tipo de discurso que está diante dos olhos do espectador: o apresentador tem a função de contar uma história real aos telespetadores e fazê-los sentir acompanhados (Jespers, 1998: 177-178).

O pivô, apresentador do T.J., é quem conta a informação. Tem quase que uma função psicoterapêutica: o seu papel seria “dar do Mundo uma imagem positiva, atenuar a angústia do público face aos dramas e às dificuldades sociais e económicas que fazem a atualidade”. No entanto, há canais que pedem aos seus pivôs para servirem a empresa nas exigências de realçar “as novidades”, imagens exclusivas e informações sensacionais. Como elemento principal da imagem do canal, o pivô deve estar atento às necessidades do público, sendo essa a sua inteira responsabilidade (Jespers, 1998: 180-182).

6 – O Jornalismo Cultural

O que se entende por Jornalismo Cultural? Que questões trata e abarca? Como tratar do termo Cultura em televisão?

Em 1982, a UNESCO definiu cultura como “o conjunto de recursos distintivos, espirituais e materiais, intelectuais e afetivos que caracterizam uma sociedade ou um grupo social. Ela engloba, além disso, as artes e as letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores e as crenças” (Pastoriza, 2006: 10).

A cultura tem hoje um papel central na vida quotidiana, ao integrar a sociedade e promover os seus valores identitários vários. A televisão tem, por outro lado, a capacidade de fazer chegar aos cidadãos os conteúdos culturais permitindo uma relação possível a desenvolver entre cultura e televisão, na tentativa de privilegiar o interesse público, incluindo o nacional, acima da lógica mercantilista que existe no meio (Brandão, 2008: 48).

O jornalismo cultural, como uma especialidade dentro do Jornalismo, surge no final do século XVII, segundo pesquisas do historiador Peter Burke. Nesta altura, o Jornalismo estava a ganhar cada vez mais importância e a ser difundido na Europa, começando a institucionalizar-se socialmente e de forma regular no mercado (Melo, 2007: 1-2).

Os primeiros impressos de cobertura de obras culturais surgiram na Inglaterra e remontam a 1665 e 1684, nos jornais: “*The Transactions of the Royal Society of London*” e “*News of Republic of Letters*”; publicavam obras literárias e artísticas e relatavam as novidades sociais. No entanto, em 1711 surgiu o jornal “*The Spectador*”, que iria marcar o Jornalismo Cultural na Inglaterra. Criado por dois ensaístas, Richard Steele e Joseph Addison, tinha o intuito de: “trazer a filosofia para fora das instituições académicas para ser tratada em clubes e assembleias, em mesas de chá e café”. Assim, tanto relatava questões de interesse intelectual, como tendências sociais e da moda (Burke, 2004: 78).

O termo Cultura sofreu algumas alterações ao longo dos anos nas sociedades contemporâneas. Por um lado, a abordagem de temáticas clássicas, como a política ou a economia numa visão cultural/reflexiva. Por outro, foram-se incluindo novas temáticas que ganhavam status cultural: objetos/design, moda/comportamento e culinária, e muitos dos objetos da indústria cultural começaram a ser abordados, noutras perspetivas.

No entanto, uma vez que o Jornalismo Cultural era uma especialidade demasiado abrangente, já que nele se incluíam várias temáticas, (política ou economia), este género começou a entrar em crise de identidade, o que influenciou a sua perceção total. Isto porque ora era classificado como “cultura erudita”, desqualificando os produtos da indústria cultural, ora definido de forma vaga e pouco elucidativa do que seria cultura. Houve necessidade de definir a sua identidade com o objetivo de democratizar o conhecimento e promover o carácter reflexivo da cultura com processos que referenciarium o Jornalismo na Sociedade. Nisto, surge o Jornalismo Cultural com a função social de mediar o conhecimento e aproximá-lo do maior número de pessoas, sem restringir a uma elite da esfera de artes, filosofia e literatura. O jornalismo cultural tem também como principal característica a função informativa e poética na vida dos sujeitos. Ao integrar os cidadãos, promove a procura de um conhecimento sensível e reflexivo. Assim, “o jornalismo cultural descortina as obras culturais (a literatura, a música, o cinema, as artes plásticas, etc) no seu sentido forte; no que possuem de estético e ético” (Melo, 2007: 3-11).

Em Portugal, o Jornalismo Cultural também evoluiu. A primeira referência a uma revista cultural é a *Gazeta Literária* ou *Notícias Exactas dos Principais Escritos Modernos*,

editada no Porto a 1761, pelo padre Francisco Bernardo de Lima, que dava a conhecer a Portugal os melhores livros. Apesar de acabar no ano seguinte, a Gazeta Literária marcou o início da tradição do jornalismo literário como subespecialização do jornalismo cultural, através de revistas literárias que protagonizaram os séculos XIX e XX e constituem hoje uma das principais fontes da história cultural e política portuguesas (Silva, 2012: 99-100).

A autonomização dos media na sua legitimação cultural impôs-se nos finais dos anos 40 do séc. XX para os países que viveram intensamente a II Guerra Mundial. Em Portugal, este movimento só se desenvolveu nos anos 70, numa altura em que a cultura mass-mediática estava em crise. Neste contexto, os mass media começaram a exercer uma função homogeneizadora do gosto e dos padrões culturais, acessível ao maior número e aí começou a surgir o termo «cultura de massas», numa visão mercantilista (Rodrigues, 1997: 194).

Hoje, a cultura é condicionada pela comunicação. O termo *cultura de massas* foi sustentado pela Escola de Frankfurt e agora está a ser substituído ou a fazer-se equivalente ao de *indústria cultural*. Embora este denote um sentido pejorativo no contexto de que surge numa “estratégia de produção capitalista pensada para o consumo”, em vez de contribuir para o desenvolvimento cultural. No entanto, atualmente, *cultura de massas* é a designação que melhor descreve a divulgação da cultura através dos meios: “uma mensagem efémera emitida por uma elite de comunicadores a um recetor massificado, disperso e anónimo através dos meios de comunicação centralizados, que dão prioridade à novidade, acima do classicismo e legitimam como cultura produtos de duvidosas características culturais. E que, por vezes, até degradam valores artísticos e culturais ao convertê-los em objetos de uso” (Pastoriza, 2006: 13).

O jornalismo nasceu, antes de mais, como um género cultural, ao promover o conhecimento entre os cidadãos, tendo como objetivo a formação, antes da informação. Hoje, o jornalismo é uma forma de cultura porque a difunde, fomenta, cria e recria; “acaba por se converter sempre em documento para a história”, o que constitui uma manifestação de cultura (Pastoriza, 2006: 9). Nos dias de hoje, com tantas designações e definições, chegou-se à conclusão de que o conceito de Jornalismo Cultural varia em perceções,

mesmo a nível mundial: algumas mais clássicas, outras numa visão mais ligada aos produtos das indústrias culturais e criativas (Silva, 2012: 69).

O Jornalismo Cultural inclui práticas, bens ou perspectivas culturais: o que acontece no caso de uma exposição, que também pode ser tratada na seção de economia, se o ângulo de abordagem for o impacto financeiro desta no país, ou, no caso do lançamento de um carro, em que a notícia pode ser tratada na seção cultural se o jornalista partir do design da marca e da sua história patrimonial. Deste modo, o Jornalismo Cultural é característico a nível da cobertura, com lógicas diferenciadas, especificidades linguísticas e uma amplitude temática própria, dependendo tudo da perspectiva dos media.

A informação cultural é bastante vasta, incluindo a especialização de temas e subtemas a tratar, como o cinema, teatro, pintura ou música. Cabe à prática informativa jornalística adaptar-se a novos contextos, tendências, interpretar, refletir e transmitir o conhecimento que implica constantes atualizações. Os meios acabam por criar códigos próprios de transmissão cultural. No entanto, e fruto do ambiente industrial-cultural já mencionado, os conteúdos sofrem com pressões que procuram resultados económicos, em vez da difusão de conhecimento e qualidade (Pastoriza, 2006: 10-14).

Ainda de acordo com Pastoriza (2006: 81-86) e tendo em conta os critérios de noticiabilidade, estes são alguns dos fatores a considerar na definição de uma notícia e que o autor enfoca nas “notícias de cultura”:

- “Interesse Informativo”: satisfação a nível de conhecimento que a informação da notícia cultural pode proporcionar à audiência;
- “Atualidade”: validade ou presença temporal que a notícia cultural tem no momento da emissão/receção;
- “Novidade”: notícias não usuais e que fogem à normalidade (ex. comportamentos rebeldes ou surpreendentes e inesperados dos protagonistas de informação cultural);
- “Utilidade”: a informação cultural torna-se útil para a vida quotidiana das pessoas. A possibilidade de transmitir os sons da música ou as imagens dos filmes, aumenta o interesse das audiências da informação cultural por estes meios;

- “Conflituosidade”: o choque de interesses entre pessoas, instituições ou grupos sociais é uma das características fundamentais de grande parte da informação transmitida. Neste caso, reclamações de direitos de autor, autentificação de obras culturais, polémicas literárias e artísticas, roubos de obras de arte, etc;

- “Emotividade”: a emoção que a informação gera na afetividade da audiência. A utilização de fotografias nos meios impressos, assim como músicas e efeitos sonoros e, sobretudo, imagens para reforçar os efeitos estéticos ou dramatizar os conteúdos informativos promove emoção nas audiências;

- “Proximidade”: a relação de proximidade com os recetores da notícia. Algumas informações sobre agenda de espetáculos ou exposições no estrangeiro não se emitem porque são inalcançáveis a uma audiência média;

- “Familiaridade, proeminência, celebridade”: trata-se da importância social, política ou cultural das pessoas que protagonizam as informações ou das pessoas responsáveis ou relacionadas com os conteúdos culturais;

- “Entretenimento”: na informação cultural, a inclusão de géneros como espetáculos e variedades promove o interesse por esta categoria de informações;

- “Disponibilidade/acessibilidade”: a capacidade de aproximação dos informadores das fontes. Por vezes, a procura de notoriedade que o impacto mediático pode proporcionar, faz com que sejam os próprios protagonistas das notícias a procurar os meios para exhibir as suas obras;

- “Duração”: nos programas audiovisuais diários, as notícias temáticas culturais costumam ter menor duração que as de outras áreas;

- “Situação e ordem de emissão”: ou o índice determinante da importância que se lhe adjudica. Na informação cultural, a frequência ao terminar os programas informativos e os telejornais com notícias culturais transmite quase sempre um efeito descontraído, típico de um final feliz;

- “Enfoque”: prende-se com o interesse da notícia na sua seleção, com o que nela é atrativo e com a forma como vai ser tratada. Trata-se do ponto principal da notícia, a partir do qual se desenvolve o seu conteúdo até ao final;

- “Imagem”: as notícias culturais com mais probabilidades de serem incluídas num programa de informação televisiva são as que têm imagens para ilustrar o acontecimento, dando-lhe mais sentido, realidade e emoção;

- “Empresa”: os interesses comerciais, económicos e ideológicos da empresa informativa em questão.

A crise de identidade do jornalismo cultural deriva, na maior parte das acusações, da subordinação à lógica do mercado. Em Portugal, há alguma escassez de dados e estudos sobre jornalismo televisivo cultural, o que talvez derive da “curta vida desta especialização” e da “polémica à volta da definição de jornalismo cultural, que, para alguns teóricos, nem sequer existe” (Silva, 2012: 98-100).

De acordo com Nuno Brandão (2008: 48), os conteúdos televisivos devem promover uma programação cultural e ir além da visão mercantilista. Muitas vezes, o facto de existir um editor de cultura e outro de sociedade no jornalismo televisivo faz com que os assuntos de sociedade sejam privilegiados em relação aos de cultura, o que acaba por prejudicar esta temática, uma vez que o tempo de antena a si dedicado no telejornal já é pouco.

Adriano Duarte Rodrigues (1997: 192) também defende esta ideia, afirmando que “a justificação económica para a retração dos investimentos culturais corresponde assim a uma autêntica perversão da economia, na medida em que é precisamente pela travagem dos investimentos culturais, que os objetivos económicos não podem ser procedidos”. Assim, as formas culturais (sobretudo nacionais), acabam por se degradar e desvalorizar perante a avalanche de modelos importados, numa atividade consumista.

Retomando ainda as ideias de Brandão (2008: 48), há muito a desenvolver na nossa sociedade para cumprirmos os “objetivos de investimento nos conteúdos culturais, à luz da nossa identidade nacional, europeia e de múltiplas representações face a cada Estado-Nação”. Contudo, para tal acontecer, há que investir na cultura como uma aposta valorizada e definidora da nossa identidade perante a Europa e o mundo.

CAPÍTULO III

ENQUADRAMENTO DA ORGANIZAÇÃO EM ESTUDO E MEMÓRIA DESCRITIVA DO ESTÁGIO

1 – Caracterização da RTP e o Telejornal da RTP1

A RTP (Rádio e Televisão de Portugal) é uma empresa estatal portuguesa de rádio e televisão públicas com sede em Lisboa com atualmente nove canais de televisão e quinze canais de rádio presidida por Gonçalo Reis, desde 2015.

Em Portugal, a história da televisão emergiu com a RTP; as emissões regulares de televisão iniciaram a 7 de Março de 1957, após aprovação de Marcelo Caetano em 1955. Ao contrário da rádio, que sempre foi controlada pela Emissora Nacional até à altura, o Serviço Público de Televisão iria estar nas mãos de entidades privadas mas com grande influência do poder político, numa economia mista (Carvalho, 2009: 30).

Em 1968, com Marcelo Caetano no poder, surge o segundo canal de televisão RTP2. Nesta altura ainda existia algum controlo político, apesar da pouca contribuição financeira concedida, sobretudo a nível de fiscalização da comunicação social com censura, na escolha dos colaboradores e na informação (Carvalho, 2009: 30-37).

Apesar do 25 de Abril trazer consigo uma ideia de mudança, isso não aconteceu com a perceção do público na televisão que continuava a ser vista como um instrumento político, sobretudo num contexto em que não havia ainda abertura a qualquer iniciativa privada (Carvalho, 2009: 66; Woodrow, 1996: 6).

Apenas nos anos 80, quando Portugal integrou a CEE, é que a televisão mudou de cenário, acompanhada por um grande crescimento económico, fruto de progressos no mercado publicitário. Neste sentido, e igualmente num contexto de progressos tecnológicos, Portugal decidiu apostar em operadores privados de televisão, acabando com o monopólio da RTP em 1990, quando a Assembleia da República aprovou a Lei da Televisão;

consequentemente, foi criada a Sociedade Independente de Comunicação (SIC) em 1992 e, após um ano, a Televisão Independente (TVI), um canal associado na altura à Igreja Católica (o então canal “4”).

Num ambiente de concorrência televisiva a quatro canais onde três disputavam o mercado publicitário, a situação da RTP era difícil, depois de retirada a publicidade na RTP2, da abolição da taxa de televisão e da venda da sua rede de transmissores à Portugal Telecom. A RTP encontrava-se numa péssima situação financeira, cada vez mais ultrapassada pela liderança nas audiências a favor da SIC e o facto de ter que garantir o financiamento dos seus dois canais à custa das receitas publicitárias do canal 1 também não ajudava (Carvalho, 2009: 85; Woodrow, 1996: 1).

A RTP perdeu a preferência junto dos telespetadores com a sua reestruturação, continuando a ser vista como uma estação dependente dos interesses políticos (Carvalho, 2009: 85). Constatou-se, no geral, uma perda da qualidade cultural dos seus programas, incluindo nos serviços informativos dos três canais comerciais, incluindo o de Serviço Público. Atualmente mantêm-se em Portugal os três canais (RTP1, SIC e TVI) como generalistas, com programação mais comercial e o Canal2, vocacionado às minorias, com o propósito de privilegiar as componentes culturais (Woodrow, 1996: 1).

A RTP pode ser vista por milhares de pessoas em todo o mundo, na Comunidade de Países de Língua Portuguesa, nos Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa e noutros países onde existem comunidades portuguesas a viver, através dos vários “canais” de que dispõe. Ao todo, são nove:

- RTP1 (televisão generalista);
- RTP2 (destinada a programas de foro cultural e informação especializada);
- RTP3 (canal informativo, criado a 5 de outubro de 2015);
- RTP Memória (canal histórico);
- RTP Madeira (canal generalista da Região Autónoma da Madeira);
- RTP Açores (canal generalista da Região Autónoma dos Açores);
- RTP Internacional (dedicado às comunidades portuguesas residentes fora de Portugal);

- RTP África (canal dedicado às comunidades lusófonas africanas);
- RTP Mobile (para plataformas móveis com grelha de programação própria).

A nível de “rádio”, existem quinze estações com especificidades diferentes:

- Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP Internacional, RDP África;
- Rádio Lusitânia, Antena 3 Rock, Antena 3 Dance, Antena 1 vida, Antena 1 Fado, Antena 2 Ópera, Rádio 80 (rádios online);
- RDP Madeira (Antena 1), RDP Madeira (Antena 3), RDP Açores (Antena 1) – rádios locais.

No seio do estágio que realizei na RTP, (contextualizado no seguinte ponto 2 – Memória Descritiva do Estágio realizado na RTP), importa contextualizar a temática de jornalismo e perceber de que forma este se estrutura na RTP1 a nível de programas informativos: o telejornal de prime-time (20:00h) da RTP1 é o objeto do meu estudo, aparecendo por isso, destacado na tabela. A sua estrutura implica trabalho de equipa, desde a seleção de acontecimentos a transformar em notícias, à execução de reportagem e montagem, envolvendo jornalistas, repórteres de imagem e editores. Os temas são separados e tratados em editorias que categorizam as notícias: política, economia, sociedade, desporto e “artes e espetáculos”.

Informação Semanal					
Programa	<u>Olhar o Mundo</u>	<u>Prós e Contras</u>	<u>As Palavras e os Atos</u>	<u>Sexta às Nove</u>	<u>Linha da Frente</u>
Dia	2ª feira	2ª feira	5ª feira	6ª feira	Sábado
Horário	05.45h	22:00h	21.50h	21.00h	21.45h
Apresentadores	António Mateus	Fátima de Campos Ferreira	Carlos Daniel	Sandra Felgueiras	Mafalda Gameiro
Descrição	Espaço de reflexão sobre os principais assuntos da semana internacionais	Programa de Informação controversa e atual e de debate	Espaço de debate político	Jornalismo de Investigação	Grande Reportagem / Atualidade

Informação Diária				
Programa	<u>Bom Dia Portugal</u>	<u>Jornal da Tarde</u>	<u>Portugal em Direto</u>	Telejornal
Dias	2ª a 6ª feira	Todos os dias	2ª a 6ª feira	Todos os dias
Horário	06.30h- 10:00h	13:00h	18:00h	20:00h
Apresentadores	João Carvalho Carla Trafaria	Estela Machado Helder Silva Carlos Daniel	Dina Aguiar	João Adelino Faria José Rodrigues dos Santos Cristina Esteves
Descrição	Atualidade nacional/internacional, desporto, meteorologia, trânsito e economia.	Notícias atuais nacionais e internacionais: política, económica, sociedade, desporto...	Espaço de informação especializada nacional.	Informação diária com seleção rigorosa de notícias.

2 – Memória Descritiva do Estágio realizado na RTP

Este subcapítulo trata a experiência que tive no estágio que fiz na RTP e sua relação a nível de abordagem com o presente relatório. Importa salientar de que forma tudo aquilo que aprendi no estágio contribuiu, no aspeto teórico e empírico, para o estudo que acabei por realizar. Para esse efeito, procedo à descrição de todas as tarefas que desempenhei na instituição que me acolheu, relato os conhecimentos que adquiri e de que forma, a nível académico, o estágio curricular contribuiu para o posterior processo de elaboração do relatório na escolha do tema de estudo no mestrado de Ciências de Comunicação na vertente de Comunicação, Televisão e Cinema.

Após a transição para o segundo ano de mestrado, escolhi a opção de fazer um estágio com relatório porque queria enriquecer o meu currículo com a possível experiência que iria obter. Assim como adquirir aptidão a nível prático, para complementar os conteúdos teóricos apreendidos durante a licenciatura e ficar apta a desempenhar a função de uma jornalista. Por mais noções teóricas e conteúdos que tenha aprendido durante a licenciatura, o trabalho de campo é sempre essencial ao desenvolvimento de outras competências técnicas. Por outro lado, a possibilidade de poder estagiar numa empresa pela qual sempre

tive especial consideração, quer a nível pessoal, quer a “nível profissional”, fez com que sempre nutrisse especial respeito pela entidade. Assim, a possibilidade de trabalhar ou colaborar com a RTP – empresa com a qual a Universidade Católica Portuguesa tem parceria, despertou em mim grande interesse.

Referindo-me ainda aos aspetos que me levaram a optar pela realização de um estágio à dissertação, também me aliciou o facto de se tratar de um estágio num canal televisivo. Na verdade, tenciono ter uma carreira em televisão, na área do jornalismo ou no entretenimento. Sempre me fascinou o poder comunicativo que a televisão tem e toda a “magia” da arte que é “fazer televisão”, em qualquer área. De facto, interessava-me perceber de que modo a mensagem que passava para os telespetadores era processada e transformada numa estação de televisão: toda a técnica requerida, o sistema que estava na origem da programação televisiva, a forma como se trabalhava, comunicava e relacionava com um meio que, neste caso, era uma “janela para o mundo”. Tudo isto num procedimento complexo em que, apesar de, por vezes, apenas uma pessoa parecer um protagonista aos olhos dos telespetadores (um pivô ou repórter, por exemplo), todos os profissionais implicados e que não davam a cara teriam um papel fundamental: como os técnicos de produção, técnicos de luz e som, ou os próprios profissionais de limpeza, indispensáveis à manutenção estética do cenário.

Na minha opinião, trata-se de uma área interessante e desafiante, na qual eu vou querer sempre aprender mais e melhor.

Foi-me dada a oportunidade de integrar a redação de informação da RTP. O estágio curricular teve início a 13 de outubro de 2014 e terminou a 17 de abril de 2015.

No primeiro dia, dirigi-me ao centro de formação, a fim de ser reencaminhada para o local onde ia começar a estagiar. Conheci o Dr. António Neto, responsável pela área de formação e desenvolvimento de competências da RTP. Logo me elucidou de alguns pormenores relativos ao estágio e deu-me a conhecer os estúdios da RTP – onde eu iria passar os próximos seis meses a estagiar. Pude conhecer o estúdio onde é gravado o telejornal, a régie, a redação e os estúdios onde se editam as peças para o telejornal.

Foi-me apresentada a Dra. Rosário Salgueiro, sub-diretora de informação que me perguntou em qual das editorias eu tinha preferência em trabalhar, respondendo eu de imediato –“artes e espetáculos” / mais conhecida como Cultura.

Atribuíram-me um orientador – o jornalista Mário Rui Cardoso, responsável pela editoria de “artes e espetáculos” e, a partir daquele momento, igualmente responsável pelo trabalho que me competiria ao longo do estágio. Fui acompanhada de perto pelo jornalista, mas também por duas jornalistas em especial – Cristina Liz e Alexandra Costa. Sempre que eu tinha alguma dúvida, prontificavam-se a auxiliar-me, tentando incluir-me sempre no ambiente da redação.

A editoria de “artes e espetáculos” é responsável pela execução de peças para o telejornal relacionadas com música, literatura, teatro, dança, pintura... arte. Foi a editoria com que mais me identifiquei no momento e que me suscitou maior interesse em trabalhar.

No início do estágio, comecei a acompanhar os jornalistas em reportagem e a observar o seu trabalho – a forma como direcionavam a entrevista, os planos que queriam captar e a perspetiva jornalística do repórter de imagem. Quando escrevi a primeira peça, foram vários os erros; senti-me, de facto, perdida, porque ainda desconhecia a técnica de saber escrever para televisão; apenas sabia o que era ser jornalista em contextos mais teóricos. A minha escrita era direcionada à imprensa (algo para ser lido, e não ouvido e visto – ao mesmo tempo). Com a prática e após várias peças, fui adquirindo a técnica e o estilo: escrita curta, simples, direta e mais apelativa. A originalidade era um fator que se valorizava numa peça, o que poderia ser complementado com algum cunho pessoal. Pelo menos, cada jornalista tentava dar “algo de si”.

Fiquei satisfeita por poder criar contacto e alguma influência a nível de estilo com alguns dos jornalistas que mais gostava de ouvir... as pessoas que conheci eram talentosas e o seu trabalho inspirou-me, de certa forma.

Escrevia cerca de uma peça por dia: geralmente, quando saía em reportagem, as minhas tarefas passavam por anotar dados importantes para depois na redação escrever a notícia e ir ao estúdio de rádio treinar e gravar a locução, tudo para o orientador poder corrigir no

dia seguinte. Nas peças, apontava os minutos respeitantes às imagens que queria que fizessem parte da notícia. Fui aprendendo a jogar com a imagem e som: tentando escrever de forma coerente, mas também apelativa.

O mais difícil foi a locução e a escrita. Eu sabia colocar a voz, e encontrei o meu estilo e ritmo de locução, no entanto, ainda havia “arestas a limar” no tom jornalístico. O tom sério e a credibilidade com que o jornalista passa a mensagem com a voz, eram habilidades que apenas com a experiência se conseguiam alcançar de modo efetivo. Em relação à escrita, o mais difícil foi torná-la apelativa: para esse efeito, percebi que muitas vezes se recorria a jogos de palavras ou metáforas, expressões... e a escrita tornava-se coloquial e menos formal, de fácil entendimento para o recetor da mensagem.

Vivi a experiência de perto e de longe... ao ver os telejornais e ao estar dentro do mundo da redação, sendo antecipada com as notícias do dia. Com o passar dos meses fui notando evolução na locução e na escrita, ao comparar as peças que fiz inicialmente com as do final do estágio.

Foi uma experiência desafiante, mas pecava num aspeto – o facto de as peças não poderem ir “para o ar” desmotivava-me um pouco porque, na verdade, eu apenas simulava ser uma jornalista. Os estagiários curriculares não podiam sair sozinhos em reportagem nem fazer entrevistas, apenas poderiam acompanhar. Apesar de tudo, tentei aprender o máximo que pude e tirar o maior proveito da experiência enriquecedora que desfrutei. Com o passar dos meses, fui aflorando novos saberes: também redigi peças de sociedade e de outras editorias, para poder ganhar mais aptidão na escrita.

Ao conquistar mais confiança junto do orientador de estágio na RTP, acabei por fazer dois ‘vox pop’ sozinha com o repórter de imagem. Foi uma experiência incrível e que fortaleceu as minhas ambições e convicções relativamente a esta profissão. Naquele momento, decidi que fazer reportagens e todo o processo nelas implicado, eram tarefas que iriam fazer parte da minha vida e para as quais me sinto com verdadeira aptidão. O sentido de responsabilidade aumentou e com ele também a segurança e motivação.

O primeiro ‘vox pop’ que fiz foi relativo à reportagem que falava nos 50 anos do filme *Música no Coração*, e o segundo foi realizado no Meo Arena, antes do concerto da banda *The Script*. Aprendi as melhores técnicas para “fazer o público falar”, e pequenos pormenores como – segurar no microfone da maneira mais correta ou a forma de posicionamento perante uma câmara, nesta situação.

Houve um período no meu estágio deveras marcante e que me foi proporcionado por conhecimento da jornalista Cristina Liz, que sempre me ajudou nas minhas ambições. Sempre quis ver como funcionava o lado da produção, pois também admiro o entretenimento televisivo, no entanto, não me foi dada a oportunidade de integrar este departamento, ficando eu apenas no campo de informação – o que também me agrada bastante. Foi a jornalista Cristina Liz que me orientou e apresentou ao diretor de conteúdos de produção – Rui Oliveira. Este logo se mostrou disponível em receber-me e convidou-me a participar e conhecer o estúdio onde se ia gravar o Festival da Canção 2015. Durante uma semana, o Rui Oliveira mostrou-me como tudo funcionava: acompanhei os ensaios, fiz algum trabalho de produção – desde orientar alguns artistas nos bastidores, até distribuir guiões para apresentadores...

Foi uma experiência enriquecedora; percebi como funciona o mundo da produção – quem faz os telepontos, os guiões, quem trata da imagem, do sistema de luz e som e todo o trabalho necessário à transmissão de um programa de música em direto, neste caso, o Festival da Canção.

Como trabalhei na editoria de “artes e espetáculos”, eram vários os temas tratados, mas o que mais me interessava era quando as reportagens se relacionavam com música – uma área que pessoalmente me é bastante apelativa. A equipa de “artes e espetáculos” captou imagens e fez entrevistas nos concertos do Anselmo Ralph e da banda angolana B4.

No entanto, e como todo o meu estágio se relacionou de forma abrangente com o conceito de cultura, fui-me apercebendo pessoalmente de vários aspetos que despertaram em mim grande curiosidade ao ponto de querer ir à procura de respostas. Muitas vezes, no seio da redação, assisti à elaboração de peças jornalísticas que não iam para o ar algumas vezes –

sendo o motivo sempre o mesmo. As peças acabavam por “cair” do alinhamento e por vezes nem eram emitidas no telejornal do dia seguinte. Todo o trabalho que o jornalista tivera ficara para trás e a temática de “artes e espetáculos” era deixada para último plano...ou até para nenhum plano. As peças eram feitas em vão e não era dada tanta relevância à temática de “artes e espetáculos”, sobretudo nacional, como a outros assuntos que eram considerados de maior importância.

Constatei que, também sendo o telejornal da RTP, o noticiário de menor duração relativamente aos outros canais existentes, ainda assim eram poucas as notícias de “artes e espetáculos”, comparativamente com as outras categorias temáticas de notícias.

Do ponto de vista pessoal, confesso que também tenho algum interesse em perceber de que modo o telejornal é visto como uma fonte de cultura na sociedade e pode, de certa forma, refletir os valores culturais e a identidade nacional portuguesa, uma vez que, também como serviço público, a RTP tem obrigação de atender a cidadãos e projetar traços culturais importantes no nosso país e que merecem ser (re)conhecidos pelos portugueses. Neste sentido, uma vez que ganhei experiência prática na redação, quero sentir-me ainda mais realizada e informada, ao perceber, do ponto de vista teórico e analítico o que se passa, afinal, na editoria de “artes e espetáculos” da redação de informação da RTP – a forma como a temática de “artes e espetáculos” é tratada preenche os requisitos de serviço público de televisão no seio de uma sociedade que se pretende informada?

Pretendo responder a dúvidas que muitas vezes ficavam no ar e nem as próprias pessoas da redação entendiam a resposta e procuro, talvez, e falando de forma ambiciosa, dar a ver um lado da questão em que muitas pessoas não refletem e nem se apercebem da enorme dimensão que este assunto pode ter na sociedade atual. Quero ter e dar a conhecer uma visão diferente das coisas e talvez fazer refletir um pouco sobre este assunto, para mim indispensável à motivação dos portugueses, que muitas vezes se encontra abatida, o que pode estar relacionado com a muita ou pouca importância dada a feitos que ainda se encontram desconhecidos da sociedade e para que Portugal dê mais valor àquilo que é e tem.

Quanto à memória descritiva do estágio, resta-me debruçar sobre um aspeto que para mim foi deveras importante e, se não se tivesse proporcionado com o mesmo companheirismo e bom ambiente com que aconteceu, talvez a minha experiência não tivesse sido a mesma. Fiquei satisfeita e realizada por ter estagiado na RTP. Na verdade, fiquei ainda com mais ambição e vontade de mais tarde integrar a equipa ou “família RTP”, pois constatei que é uma entidade próxima, onde todos trabalham em companheirismo e sintonia, na esperança de cumprirem os objetivos de um canal exemplar, rigoroso e de qualidade. Pessoalmente, destaco a minha aprendizagem ao dar o mérito a pessoas que marcaram esta minha jornada, nomeadamente o jornalista Mário Rui Cardoso, sempre atento e disponível a ajudar-me e ensinar-me, com a melhor disposição que eu poderia ter e à exímia e talentosa jornalista Cristina Liz que, mais do que uma orientadora de estágio na RTP, foi uma amiga sempre atenta às minhas necessidades e na qual eu sempre me irei inspirar. Foi uma experiência incrível, sobretudo por considerar a RTP uma escola: aprendi imenso junto de uma equipa extraordinária que me recebeu de braços abertos e sempre disponível a partilhar conhecimentos. Ganhei experiência profissional e, sobretudo, pessoal...ao sentir a responsabilidade da profissão de jornalista que põe em causa não só a instituição que representamos, como também todo um país pois, de facto, um jornalista é o porta-voz do conhecimento e da atualidade no mundo.

Quanto ao estudo, cingi a minha curiosidade ao telejornal da RTP1 não só por lá ter estagiado, como também porque é um canal de serviço público e, portanto, com obrigações diferentes relativamente a outras entidades privadas. Por outro lado, também não me queria dispersar ao contemplar outros canais e programas informativos, como objeto de estudo.

A forma como o telejornal retrata o tema de “artes e espetáculos”, incentivou a minha vontade de explorar esta vertente sob forma escrita e teórica, neste caso, no relatório. Para tal efeito, e como objeto de estudo deste relatório o telejornal da RTP1, procurando perceber qual o espaço temporal, número de notícias e subcategorias dedicadas às “artes e espetáculos”, com o objetivo de perceber o real papel que o serviço público de televisão no seu telejornal dedica a esta temática de notícias.

CAPÍTULO IV

METODOLOGIA

1 – Objetivos e Problemática do Estudo

Este estudo é fruto de três contextos que me conduziram à sua elaboração: académico, profissional e pessoal. A nível académico, o facto de me ter sido proposto o estágio na RTP logo me fez suscitar interesse neste campo de pesquisa, o que condicionou a escolha do tema que se relacionaria com o trabalho que desempenhei durante os meses de estágio, ao mesmo tempo subordinado aos meus interesses pessoais e académicos em termos de licenciatura em Comunicação Social e Cultural (vertente Jornalismo) – o estágio alimentou a minha ambição de querer conhecer melhor o funcionamento de uma redação de jornalismo televisivo.

Ao mesmo tempo e do ponto de vista profissional, o facto de ter estado em contacto com o campo jornalístico despoletou o meu interesse em perceber melhor o modo de funcionamento da área, os processos de produção de notícia, e todo o esquema envolto à concretização de um telejornal, uma vez que pretendo enveredar por esta área a nível laboral.

Do ponto de vista pessoal, a componente artística com a qual me identifico e interesse vai igualmente ao encontro dos objetivos pretendidos neste estudo: o facto de estudar e analisar na editoria de “Artes e Espetáculos” do telejornal de prime-time enfatiza o meu peculiar interesse neste âmbito, uma vez que estive nesta editoria durante todo o estágio.

Para além destes factos, após o meu estágio, a direção de informação da RTP mudou, assim como a organização da sua redação. Exemplo disso foi o jornalista Mário Rui Cardoso (meu orientador de estágio), que começou a fazer rádio, sendo assim o seu cargo de coordenador da editoria de “Artes e Espetáculos” substituído pela jornalista Teresa Nicolau. Adquiri a informação de que, juntamente com a mudança de direção, outros aspetos e ideias mudaram, sobretudo no telejornal – atualmente, a forma como a editoria de

“Artes e Espetáculos” funcionava mudou relativamente ao tempo de quando eu lá estagiei. O próprio antigo coordenador afirmou que agora se apostava mais em conteúdos culturais, nomeadamente mais eruditos e não tão populares, favorecendo esta editoria na promoção de mais cultura e conhecimento na sociedade. Relativamente ao conceito de cultura, esta é apresentada de uma forma menos “vendível” ou “consumível”, ou seja, não é vista como “cultura de massas”, mas como uma cultura mais enriquecedora ou clássica.

Por outro lado, a experiência que tive na RTP levou-me a procurar várias respostas que esclarecessem algumas questões que eu não compreendia enquanto estagiária ou que, muitas vezes, se respondiam com condicionantes exteriores ao desempenho dos jornalistas. O telejornal apresentava quase sempre uma notícia de cultura por telejornal ou duas no máximo, mas nunca na abertura. Por vezes, as notícias já editadas no alinhamento do telejornal eram anuladas, ou ainda, por vezes, os jornalistas cancelavam serviços ou renegavam alguns dos acontecimentos prontos a transformar em notícias nesta área de interesse noticioso.

Por que motivo algumas das notícias eram canceladas, mesmo depois de já alinhadas? Por que motivo era dada prioridade a outras notícias e a temática de “Artes e Espetáculos” era sempre a última no alinhamento ou a primeira a ser julgada? O telejornal encontra-se em mudança? A direção está a tomar medidas para mudar a essência dos telejornais a nível cultural? Estas são algumas das perguntas às quais pretendo obter resposta com o meu estudo, em que o principal objetivo se resume em perceber:

- O que é que a RTP oferece em termos de “Artes e Espetáculos”?
- De que modo o telejornal da RTP disponibiliza os seus conteúdos na construção de uma identidade social/cultural?
- Qual o espaço dado às “Artes e Espetáculos” nos telejornais de prime-time da RTP1?
- Em que contexto se enquadra a RTP na informação como fonte de cultura, tendo em conta os pilares e missão em que assenta?
- Como é tratada, retratada e interpretada a temática de “Artes e Espetáculos” nos telejornais de prime-time da RTP1?

- A editoria de “Artes e Espetáculos” da RTP1 encontra-se em mudança com a nova Direção?
- A nova Direção RTP inclui mais notícias de “Artes e Espetáculos” que a Direção anterior, nos seus telejornais de prime-time?

São estas questões que estavam fora do meu alcance enquanto estagiária, que pretendo agora, neste relatório de estágio, analisar, compreender e obter respostas, com o objetivo de conhecer mais e melhor a instituição - a redação de informação televisiva da RTP1, - a fim de me sentir mais completa, realizada e ciente daquilo que acontece no mundo do jornalismo, uma vez que faz parte dos meus objetivos desempenhar funções numa redação televisiva, enquanto repórter.

Analisando de que forma é dado tratamento à temática de “Artes e Espetáculos” nos telejornais de prime-time da RTP1, numa perspetiva de contexto de mudança de direção, procuro perceber qual a “oferta” de conteúdos culturais apresentada aos telespectadores. Mais precisamente como se projeta na construção da sua realidade social e cultural. Perante as investigações que pretendo realizar e tendo em conta os objetivos a alcançar, importa focar a problemática de partida deste relatório de estágio:

De que modo o Telejornal de Prime-Time da RTP1 tem vindo a tratar na sua editoria de “Artes e Espetáculos”, a temática cultural, num contexto de identidade sociocultural?

2 – Estratégia Metodológica

A estratégia metodológica que escolhi para orientar o meu estudo inclui várias fases de trabalho e exploração em campo que, ao serem analisadas, formam um complemento a todo o trabalho teórico de leitura: ambos constituem informação útil e relacionada com a problemática de investigação.

A base teórica constitui uma bagagem literária que sustenta o meu objeto de estudo através de teorias que procuram provar ou responder a hipóteses mais tarde formuladas. Para

complementar esta base de apoio teórico, decidi acrescentar, como estratégia de conhecimento, dados que enriquecessem o meu estudo – secundários e primários (ponto 2.1, 2.2).

Os dados secundários incluem a observação participante e entrevistas exploratórias. A observação participante integra o trabalho que realizei enquanto estagiária na editoria de “Artes e Espetáculos” da RTP1 e todas as situações que observei. De facto, permitiu-me ter acesso a dados pertinentes e relacionados com o estudo e conduziu-me, de certa forma, a esta investigação.

As entrevistas “alargam ou retificam o campo de investigação das leituras”. As leituras previamente feitas são um enquadramento às entrevistas exploratórias, pois estas revelam determinados factos, tendo em conta a experiência de trabalho de campo. O seu principal objetivo é “encontrar pistas de reflexão”, “ideias” e “hipóteses de trabalho” (Quivy; Campenhoudt, 2005: 69). Com elas, pretendo esclarecer alguns factos e deixar de lado certos preconceitos ou pré-noções que possam existir quanto a esta temática.

Os dados primários dizem respeito a uma série de variáveis que constituem como que referentes/características da notícia úteis a analisar. As variáveis são “conceitos” e “aspectos do fenómeno social” a examinar, o que implica uma “seleção de facetas ou dimensões da realidade em análise” (Costa, 1992: 137). Ou seja, neste contexto, as notícias são inseridas em várias variáveis, de acordo com a classificação, expostas numa grelha e, a partir da sua observação, dão-nos dados pertinentes ao estudo.

Neste sentido, a base teórica deste relatório, juntamente com as entrevistas exploratórias realizadas, observação participante e análise de conteúdo feito ao telejornal da RTP1, são métodos que me farão chegar a uma conclusão e responder à pergunta de partida sugerida.

2.1 – Dados Secundários

a) Observação Participante

Durante os seis meses em que estagiei na editoria de “Artes e Espetáculos” da redação de informação da RTP1, considero que tive uma intervenção ativa face ao que a profissão de jornalista obriga, ou seja, sobretudo, a necessidade de ter uma visão própria e um cunho pessoal jornalístico distintivo.

Assim que incumbida a tarefa, o jornalista deslocava-se ao local, fazia o seu trabalho: entrevistava, anotava dados importantes, poderia orientar o repórter de imagem de acordo com os seus objetivos na peça e, logo que chegava à redação, iniciava o processo de escrita. Quando este acabava, dirigia-se, consoante a urgência da peça estar feita, ao estúdio, para que esta fosse editada e montada com as imagens que o próprio selecionara. De acordo com as ordens dadas pelo coordenador (responsável pela editoria de “Artes e Espetáculos”), a peça seguiria para o alinhamento do telejornal da noite. Quase todas as noites o telejornal apresentava uma notícia da temática de “Artes e Espetáculos”, mesmo que mais breve do que as outras. Havia sempre conteúdos culturais no programa, mesmo que com menor visibilidade.

No entanto, algumas vezes, depois de já alinhada (quase em último lugar), eu reparava que a notícia caía (era cancelada). Perante esta situação, apercebia-me de que por vezes a notícia passaria para o jornal da tarde do dia seguinte, ou era mesmo cancelada e o trabalho realizado teria sido feito em vão. No entanto, a explicação concreta nunca era “validada” ou esclarecida. Alguns afirmavam que era devido à falta de espaço e tempo no alinhamento do telejornal, outros diziam que era devido à maior importância de outros assuntos...

Muitas vezes também me apercebi que outros canais televisivos divulgavam eventos e notícias culturais mas a RTP1 não. O que me era explicado era que, por vezes, esta carecia de meios técnicos para o evento, ou simplesmente, não o iria fazer porque as notícias “não vinham ao encontro da RTP”. Mas muitas vezes também me explicaram que certas

situações se relacionavam com direitos, licenças e exclusivos – situação frequente em todos os canais televisivos.

Outras vezes, também notei que havia muitos feitos a nível artístico de portugueses no estrangeiro e mesmo no nosso país e muitos prémios em várias modalidades artísticas, mas estas notícias só se liam em jornais. Será que careciam de determinado interesse mediático? Não havia imagens? Quais os principais motivos?

Relativamente à seleção dos conteúdos de “Artes e Espetáculos” a transmitir, apercebi-me de que os mais importantes eram selecionados, mas outros, que talvez fossem considerados como social e culturalmente relevantes e muitas vezes divulgados noutros canais, não o eram. Nesse momento, começou a surgir a minha curiosidade acerca de quais os critérios de seleção, hierarquização e divulgação de conteúdos culturais na RTP1.

É a estas questões que pretendo aferir através das entrevistas exploratórias realizadas a testemunhos profissionais em contacto com o campo e com os quais tive a oportunidade de trabalhar e aprender.

b) Entrevistas Exploratórias

Realizei algumas entrevistas, (ver anexo 1 – A a F), com o objetivo de ter diferentes testemunhos de vários profissionais relacionados com a RTP1 ou com elementos que, de certa forma, constituem uma fonte de conhecimento em relação a determinada experiência que possam ter tido, o que contribui para ajudar a circunscrever a minha investigação.

As entrevistas exploratórias que foram realizadas aos profissionais da RTP1, cujo contributo seria relevante ao esclarecimento de vários aspetos, justificaram-se pela experiência de campo e conhecimento da instituição pelos profissionais. As perguntas que fiz foram diferentes consoante o cargo que cada entrevistado desempenhava e sentido oportuno para com o meu estudo.

Desta forma, entrevistei seis pessoas:

A) Florbela Godinho, Coordenadora do Telejornal (ver anexo 1 - A);

- B) João Adelino Faria, pivô do Telejornal (ver anexo 1 - B);
- C) Teresa Nicolau, Coordenadora da editoria de “Artes e Espetáculos (ver anexo 1 - C);
- D) Mário Rui Cardoso, Coordenador da editoria “Artes e Espetáculos” da RTP1 durante os meses do meu estágio (ver anexo 1 - D);
- E) Cristina Liz, Jornalista da editoria de “Artes e espetáculos” da RTP1 (ver anexo 1 - E);
- F) Luis Conceição, Estagiário curricular da editoria de sociedade da RTP1 (ver anexo 1 - F);

2.2 – Dados Primários

Os dados primários dizem respeito à aferição da análise categorial da minha investigação. Neste sentido, importa explicar o método que utilizei e a forma como estipulei e organizei o processo de investigação:

Nas variáveis e componentes de análise das notícias, segui os modelos teóricos fundamentados por Francisco Rodríguez Pastoriza (2006: 81-86), que sustenta os vários critérios de noticiabilidade a considerar relativamente às “notícias de cultura”; e Nuno Goulart Brandão (2006: 155-238), que utilizou um modelo de análise com algumas variáveis, as quais decidi igualmente utilizar para estudar as notícias que me interessam para o estudo no telejornal da RTP1. Além de me ter guiado pelo método dos autores, acrescentei ainda alguns dados que considere importantes na pesquisa e que são atualmente relevantes na editoria de “Artes e Espetáculos”, para que o estudo fosse mais completo e justificado.

Seguiu-se, deste modo, o método de análise categorial sustentado numa grelha de variáveis para análise dos dados (ver anexo 2). A organização e seleção dos itens da grelha de análise foram construídos tendo em conta os objetivos do estudo. Além disso, a base teórica e os fundamentos adquiridos pelas entrevistas exploratórias e observação participante deram-nos ferramentas de análise essenciais à organização da grelha e à forma de classificação das notícias objeto de estudo.

Neste sentido, criou-se uma grelha da análise categorial com vários itens (anexo 2), destinados a avaliar as características das notícias da temática de “Artes e Espetáculos” do telejornal das 20:00h da RTP1 com oito variáveis:

- Categoria Temática: a categoria em que incide a nossa investigação é alusiva à temática de Cultura, mas, neste estudo, designei-a como: “Artes e Espetáculos”, por ser o nome em que é representada na redação de informação da RTP1.

Nesta variável, existe um grupo subcategorial em que as notícias são organizadas com mais pormenorização a nível de classificação, pelo facto de existirem vários ramos nas artes: um espetáculo de música difere, a nível de género, de uma exposição de fotografia (Lopes, 1999: 104). Neste caso, criaram-se subcategorias, que incluem notícias de:

- **Música**
 - a1) Festivais de música
 - a2) Concertos/Tributos
 - a3) Solidariedade
 - a4) Lançamento de álbum
 - a5) Concursos
 - a6) Outros
- **Dança**
 - b1) festivais de dança
 - b2) Espetáculos/Tributos
 - b3) Solidariedade
 - b4) Concursos
 - b5) Outros
- **Teatro**
 - c1) Espetáculos/Tributos
 - c2) Solidariedade
 - c3) Outros
- **Cinema**
 - d1) Festival de Cinema
 - d2) Lançamentos
 - d3) Solidariedade
 - d4) Concursos
 - d5) Outros
- **Literatura**
 - e1) Festivais/Feiras
 - e2) Lançamentos
 - e3) Solidariedade

- e4) Concursos
- e5) Outros
 - Ópera
- f1) Concertos
- f2) Lançamentos
- f3) Solidariedade
- f4) Concursos
- f5) Outros
 - Pintura
- f1) Festivais
- f2) Lançamentos /Exposições
- f3) Solidariedade
- f4) Concursos
- f5) Outros
 - Escultura
- h1) Festivais
- h2) Lançamentos /Exposições
- h3) Solidariedade
- h4) Concursos
- h5) Outros
 - Fotografia
- i1) Festivais
- i2) Lançamentos /Exposições
- i3) Solidariedade
- i4) Concursos
- i5) Outros
 - Atividades em Museus
 - Artes Plásticas
- k1) Festivais
- k2) Exposições
- k3) Solidariedade
- k4) Concursos
- k5) Outros
 - Prémios, Carreiras e Eventos de Vida
 - Shows televisivos, de rádio e multimédia
 - Acontecimentos/Comemorações culturais/históricas
 - Morte de artista
 - Outros

- Forma: é a forma como a notícia é apresentada, que pode ser de três modos – em “direto”, (notícias em direto, ou comentários em direto), em “diferido”, (por meio de uma gravação já feita), ou em “relato misto”, ou seja, quando as notícias surgem em “diferido”, mas com ligações em direto (ou vice-versa) (Cebrián Herreros, 1998: 297-301);

- Duração do Telejornal: o tempo de duração do telejornal em questão, sem contar com os minutos destinados aos intervalos e à publicidade. É importante ter em conta o tempo disponível para notícias e avaliar a sua disponibilidade para os conteúdos de foro cultural;
- Tempo da Notícia: tempo de duração de cada notícia da temática de “Artes e Espetáculos”;
- Natureza: se são notícias “soft” ou “hard”. As “soft news” são geralmente assuntos que não se inserem na atualidade noticiosa. As “hard news” são notícias de atualidade e importância noticiosa (Brandão, 2002a: 117-118);
- Tratamento Geográfico: inserção das notícias nos planos nacional e internacional. Dentro desses planos, há ainda que situar o local onde aconteceu a notícia (ex. a cidade), o que pode constituir uma componente complementar na avaliação da proximidade – um valor de notícia também inserido na grelha de análise (Muñoz-Torres, 2002: 102-103);
- Posicionamento: lugar que ocupam as notícias na ordem de emissão, ou seja, se se encontram na abertura do telejornal, na primeira, segunda parte ou no fecho deste - (localização das notícias nos telejornais);
- Valência: é a conotação da notícia, se é de teor positivo, negativo ou neutro (Brandão, 2006: 158).

3 – Horizonte Temporal da Investigação

O tempo de análise que foi definido na presente investigação foi de dois meses – Março de 2015 e Novembro de 2015, o que dá um total 61 telejornais.

A escolha do mês de Março de 2015 foi por corresponder a um dos meses com 31 dias em que estive a estagiar na RTP1. Pretendia ter alguma distância até à atualidade (mais próxima) a nível de telejornais, que me permitisse avaliar se se constata, ou não, alguma mudança a nível de conteúdos culturais desde o tempo em que lá estagiei até agora, com a mudança de direção.

Escolhi também o mês de Novembro de 2015, por ser mais atual possível e por haver uma margem de distância de oito meses desde Março de 2015, (primeiro período em análise).

Na minha perspetiva, a análise de todos os dias da semana, durante dois meses, do telejornal, é suficiente para perceber as diferenças, ou seja, a forma como a temática de “Artes e Espetáculos” é selecionada e tratada nos telejornais de prime-time da RTP1.

4 – Limitações ao Estudo

Durante a investigação, deparei-me com algumas dificuldades que, de certa forma, comprometeram alguns aspetos que talvez se pudessem concretizar de forma diferente, caso não tivesse tido impedimentos e limitaram um pouco as minhas totais intenções neste estudo.

Na parte empírica do meu estudo, sobretudo no que toca às entrevistas exploratórias, encontrei obstáculos por parte de alguns profissionais da RTP1: ou não obtive resposta de quem queria entrevistar, ou obtive rejeições devido a motivos profissionais dos mesmos, ou quando me cediam a entrevista, era muito complicado encontrar algum tempo disponível, pelo que demorou algum tempo a conseguir ter material suficiente de análise à minha investigação.

A nível de análise de dados, outro problema com que me deparei foi o facto de ter de limitar-me a seleccionar certos meses, uma vez que a fonte, (neste caso, os programas disponíveis na RTPplay), não tinha todos os meses que eu pretendia... Só havia conteúdos a partir de Fevereiro de 2015 (como Fevereiro teve 28 dias, escolhi o mês de Março para primeiro período de análise no meu estudo).

5 – Hipóteses em Investigação:

Formulou-se duas hipóteses da investigação, que pretendem responder à pergunta de partida:

H1- Os Telejornais de prime-time da RTP1 no mês de Março de 2015 carecem de conteúdos de notícias alusivos à temática “Artes e Espetáculos” face aos Telejornais do mês de Novembro de 2015.

H2 – Os Telejornais, objeto de estudo da RTP1 de prime-time retratam um predomínio de notícias nacionais face à temática de notícias de “Artes e Espetáculos”.

CAPÍTULO V

INVESTIGAÇÃO AOS TELEJORNALIS DE PRIME-TIME DA RTP1-

As Notícias de “Artes e Espetáculos” nos Telejornais

1 – Análise aos Dados Secundários em Investigação

Na ótica de validar os meus objetivos, e como complemento e sustentação da base teórica aprofundada, bem como da participação observante, as entrevistas exploratórias (dados secundários), auxiliaram-nos no reforço e escolha das opções de toda a restante metodologia e questões de análise pertinentes.

De facto, os dados secundários e muitas das opiniões ouvidas pelos testemunhos que entrevistámos, sugeriram ideias e aspetos de estudo que poderiam ser analisados com o intuito de chegar a conclusões e aprovar hipóteses. Neste pressuposto, a partir de várias reflexões e opiniões, tomámos o partido de elaborar uma grelha de variáveis (características ou referências) para análise, algumas mencionadas pelos entrevistados, outras que considerámos úteis na avaliação de respostas e leituras para a talvez justificação das hipóteses sugeridas.

Para começar e deduzindo, a partir de várias respostas, que a “Categoria de Temática” não interferia na seleção de notícias, decidimos selecionar esta variável como uma referência de análise. Assim o afirmaram vários testemunhos, como Florbela Godinho, (Anexo 1 - A), dizendo que o conteúdo das notícias deveria ser pedagógico e ter importância... e não se avaliaria pela categoria em si. Também o fez o jornalista Adelino Faria (Anexo 1 - B), comentando que a vinda da televisão privada mudou muita coisa, mas não se deveria definir o que é cultura, categorizando-a como algo tão abrangente. Mas, antigamente, a cultura tinha um grande peso – havia peças de 3 minutos sobre uma Ópera, onde se mostrava a preparação, o ensaio, etc. Também a jornalista Teresa Nicolau (Anexo 1 - C) afirmou que, em relação às categorias – dar a conhecer as notícias, sejam que tipo for, é uma missão do Serviço Público de Televisão.

A sustentação teórica foi complementada com o testemunho de Luis Conceição (Anexo 1 - F), que nos levou à seleção da variável “Forma” para análise de dados, ao afirmar que um dos fatores que esclarece a existência de poucas notícias de “Artes e Espetáculos” se deve ao facto de não haver quase diretos nas peças – característica que confere mais dinâmica e realidade ao telejornal: “a maior parte das peças culturais são “offs”.

A avaliação do “Tempo de Telejornal”, “Tempo da Notícia” e sua relação nos períodos de análise também se tornou numa prioridade a analisar, visto que muitos dos testemunhos consideravam este aspeto influente na escolha das notícias a selecionar para o telejornal: “...os nossos telejornais nunca vão para além de uma hora...são sempre de 45 ou 50 minutos...” (Florbela Godinho, Anexo 1- A), “...uma hora de notícias é pouco...”, (João Adelino Faria, Anexo 1 - B), o espaço do telejornal é curto, (Teresa Nicolau, Anexo C; Mário Rui Cardoso, Anexo 1 - D), e as notícias têm pouca duração (Luis Conceição, 1 - F). “A Televisão e, sobretudo os jornais generalistas, são, por definição, meios que não conseguem aprofundar muito cada tema. As reportagens são em si mesmas um pequeno resumo com apenas um minuto e meio, dois, de duração”. “A limitação de tempo condiciona muitas vezes as decisões do coordenador.” (Cristina Liz, Anexo 1 - E).

Outro dos testemunhos que reforçou a base teórica defendida e nos levou à seleção de alguns critérios como “Natureza” ou “Valência” de notícia que pudessem ter alguma influência na escolha das notícias para o Telejornal foi o de Luis Conceição (Anexo 1 - F): “Muitas vezes as notícias eram substituídas por outras no tj. Porque o valor de notícia negativo acaba por ter mais preferência pelo telejornal”. Em relação à “valência”, afirma o mesmo autor que “as notícias culturais acabam por ser mais “soft news” do que um assunto de peso que assuma os primeiros lugares da grelha”.

Mais testemunhos nos conduziram à designação dos dados primários: um deles o “Tratamento Geográfico”. Como afirmou Adelino Faria (Anexo 1 - B) - “a cultura tem sido das mais sacrificadas”, assim como o internacional. Considerámos que seria relevante analisar as notícias e sua localização (a nível nacional e internacional), para perceber de que modo estes aspetos interferem na sua seleção.

Por último, várias informações nos levaram à análise da variável “Posicionamento” para tratamento de dados primários: será que as peças culturais são deixadas para o fim ou início do telejornal? Terá este fator importância ou influência na maneira como são percebidas? Cristina Liz (Anexo 1 - E) afirma que “a cultura raramente é um tema de abertura de Telejornal”. As notícias culturais surgem normalmente na segunda parte do jornal, mais perto do fecho do programa, para acabar com temas mais alegres.

Os dados secundários tiveram extrema influência na escolha do horizonte temporal para análise. Percebi que quando terminara o estágio na RTP1, esta encontrava-se num processo de mudança de Direção. Meses mais tarde e com estes testemunhos, chegámos à conclusão de que esta transformação na instituição teve extrema relevância na mudança de linha editorial que influenciou a maneira como as notícias de “Artes e Espetáculos” eram tratadas pela mesma. Nesse caso, decidimos abordar um espaço temporal que abarcasse alguns dias antes da mudança de Direção e algum distanciamento a partir da vigência desta, a fim de calcular os efeitos que pudesse, ou não, ter no departamento de informação. Como afirmou João Adelino Faria (Anexo 1 - B), a mudança da linha editorial tem a ver com a mudança de Direção e com regras que privilegiam o Serviço Público e a cultura. “Antes, a cultura poderia ser mais sacrificada porque nós pensávamos que se uma peça não fosse emitida hoje, poderia ser emitida no dia seguinte. Se entrássemos nesse ritmo, a cultura acabava por ser sempre a sacrificada. Neste momento há uma linha editorial que diz que a cultura tem que fechar o telejornal.” Atualmente temos um espaço ativo – o telejornal não acaba sem uma peça de “Artes e Espetáculos”. Teresa Nicolau (Anexo 1 - C), refere que a partir da mudança de Direção se quis dar mais visibilidade a “Artes e Espetáculos”. Tentou ter-se, pelo menos, uma peça cultural no telejornal. Neste sentido, atualmente a RTP cumpre muito mais com o dever de Serviço Público a nível de conteúdos culturais. Confirmando este testemunho, também Mário Rui Cardoso (Anexo 1 - D) afirmou que antes da nova Direção, deveria ter havido uma maior diversidade de conteúdos, sobretudo culturais. Do ponto de vista de Florbela Godinho (Anexo 1 - A) atualmente, em relação ao passado, há uma maior preocupação em relação aos assuntos culturais. “Se se tratar de algo importante (...) obviamente tem lugares diferenciados no alinhamento”. Acrescenta que neste momento, o TJ cumpre com os deveres de Serviço Público e acredita que os conteúdos culturais são um deles.

Na análise dos dados secundários, o que nos levou a incidir sobre determinado aspeto, como por exemplo, a quantidade de peças culturais noticiadas diária e mensalmente no período (antes e após a nova Direção) foi a intenção de obter resposta às hipóteses formuladas, e sobretudo, para validar testemunhos notados na observação participante e nos dados secundários (entrevistas exploratórias), alguns deles: Adelino Faria (Anexo 1 - B) “A cultura começou a deixar de ter espaço em prime-time”. As peças são quase que “expelidas” do telejornal e deveria cortar-se nos outros temas em prol de conteúdos que abrangessem todas as temáticas. Deste modo, é difícil o telejornal retratar a sociedade cultural existente. “O mundo e o Portugal” não é aquele que mostramos nas notícias...”, tem que se fazer mais. Também Teresa Nicolau (Anexo 1 - C) se expressou neste sentido, afirmando que antes acontecia muitas vezes as notícias caírem ou sair o tj sem peças culturais. Hoje também acontece mas em casos particulares. A RTP1 esforça-se por retratar a realidade e ter um olhar mais abrangente daquilo que a distingue. Mário Rui Cardoso (Anexo 1 - D), defendeu que muitas vezes o serviço era cancelado por falta de pessoas devido a outros assuntos prioritários, embora se tentasse arranjar solução. No entanto, o autor afirma que não é dada importância a assuntos culturais – dá-se a notícia por ser uma obrigação, a não ser que seja algo mesmo muito importante. Neste sentido, a RTP não retrata muito bem a realidade sociocultural existente.

Outro exemplo foi o autor Luis Conceição (Anexo 1 - F), ao afirmar que a RTP transmite conteúdos culturais, mas não com tanto relevo como os outros conteúdos. É a temática que menos se verifica no telejornal e com menos destaque.

Validando, deste modo, as opções da metodologia, parece-nos, com estes dados, que temos todo o conteúdo necessário à exploração e análise dos dados primários.

2 – Análise aos Dados Primários em Investigação

2.1 - As variáveis de colocação das Notícias

Nesta etapa, coloquei, em quadro (anexos 3 e 4), as variáveis designadas à análise de conteúdo, assim como outros referentes pertinentes à sua avaliação em relação às notícias de “Artes e Espetáculos” dos meses Março e Novembro de 2015.

Ao analisar os meses, percebi que alguns dos dias não tinham notícias desta categoria temática, enquanto outros dias apresentavam mais do que uma. Os temas eram variados, assim como a duração, forma e natureza das peças. As variáveis alteravam, principalmente, consoante houvesse, ou não, um tema de maior importância. Por esse motivo, os quadros foram dispostos em gráficos, para que, de modo comparativo, pudessemos avaliar a evolução dos dados de um mês para o outro, e concluir hipóteses, a partir também das bases e testemunhos teóricos.

Coloquei em tabela (anexos 5 e 6) os valores obtidos nos quadros, referentes às variáveis de cada período a fim de elaborar, posteriormente, gráficos ilustrativos e representativos dos dados, valores e sua evolução em análise.

2.2 - Análise relacional das variáveis em investigação

Considerando as variáveis selecionadas à análise dos dados e considerando igualmente outros referentes de análise quantitativa, elaborámos gráficos dos meses de Março e Novembro de 2015, assim como dispusemos graficamente os valores de média mais relevantes à exploração das hipóteses em estudo, resultantes da evolução dos conteúdos ao longo destes meses.

Do lado esquerdo, surgem sempre representados os gráficos referentes ao mês de Março, e, do lado direito, do mês de Novembro.

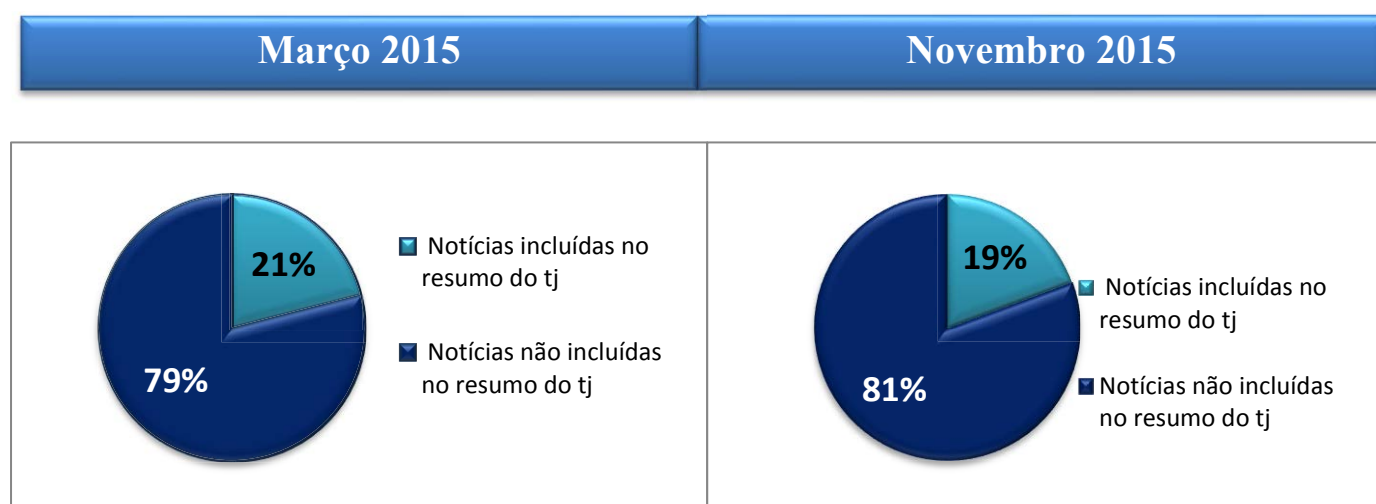


Gráfico 1 – Percentagem (arredondada) de Notícias de “Artes e Espetáculos” incluídas e não incluídas no Telejornal

Avaliámos o grau de presença de notícias de “Artes e Espetáculos” incluídas no resumo inicial do Telejornal (que dura cerca de dois minutos) – neste espaço de tempo, são mostradas as notícias mais relevantes do dia/atualidade, em relação à totalidade de notícias da mesma temática cultural no resto do mês.

No gráfico 1 notamos que, no mês de Março, 21% das notícias de “Artes e Espetáculos” apareceram no resumo do Tj, (o que equivale a 6 notícias), enquanto no mês de Novembro, houve uma ligeira descida, correspondendo a 19% (esta descida traduz-se na realidade de que: como o mês de Novembro teve mais dias que Março, houve 7 notícias em relação ao total de notícias culturais).

No gráfico 2, é possível conferir os dados supracitados, através da representação, em linha, da evolução dos valores de notícias de “Artes e Espetáculos” apresentadas no resumo inicial do telejornal, de Março para Novembro de 2015.

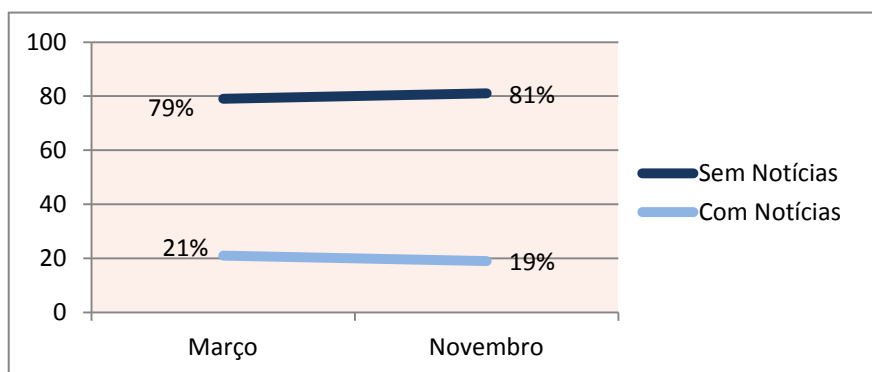


Gráfico 2- Evolução em percentagem das notícias incluídas e não incluídas no resumo do Telejornal

No gráfico 3, a nível quantitativo, avaliámos a evolução dos dias do mês de Março com notícias de “Artes e Espetáculos” – 45% (14 dias com notícias) para o mês de Novembro – 66.7% (20 dias com notícias). Houve um aumento de dias com notícias desta temática em 21.7%, o que se traduz num aumento em 6 dias a conter notícias de “Artes e Espetáculos”. Consequentemente, assiste-se a uma diminuição de dias do mês sem notícias desta temática – de Março para Novembro, como se pode observar:

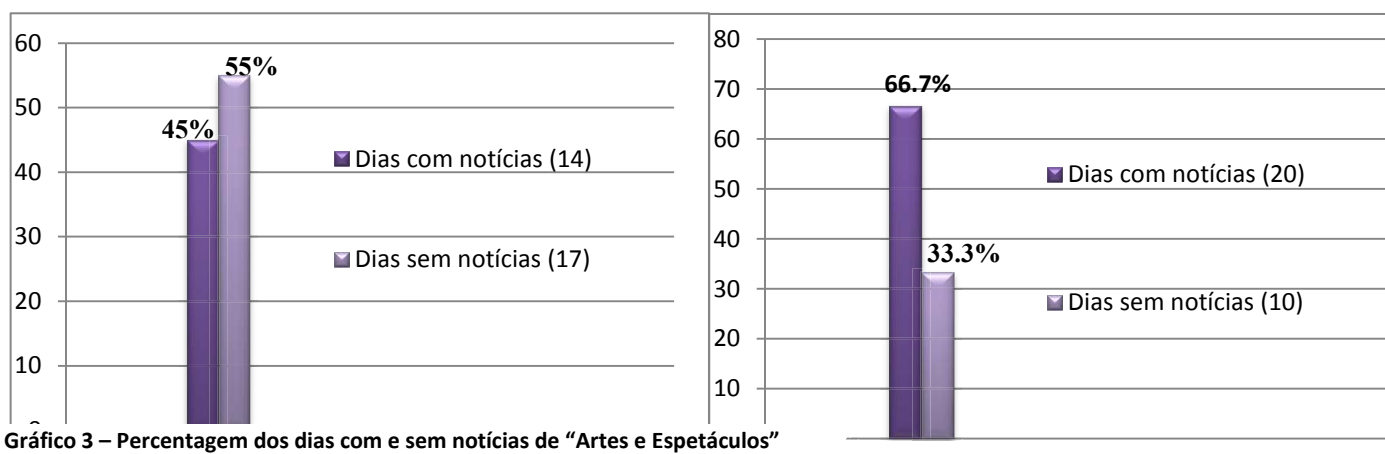


Gráfico 3 – Percentagem dos dias com e sem notícias de “Artes e Espetáculos”

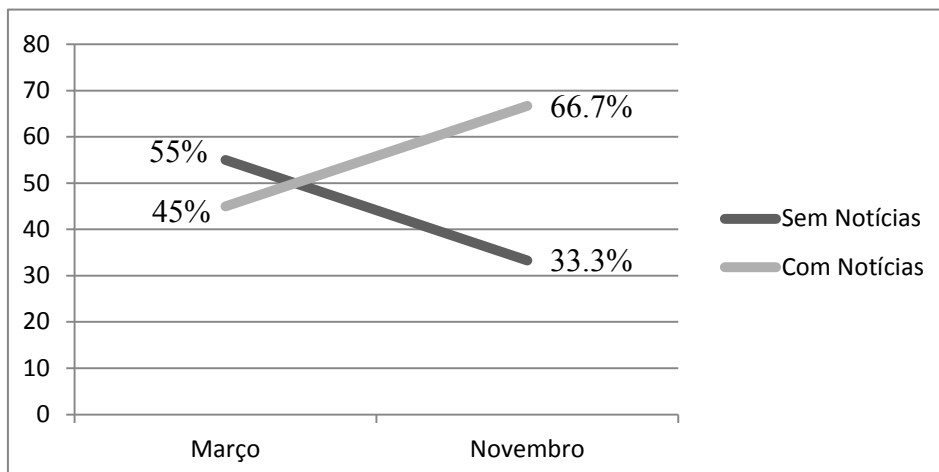


Gráfico 4 - Evolução em percentagem dos dias com e sem notícias de "Artes e Espetáculos"

No gráfico 4, torna-se facilmente visível constatar a evolução de dias com e sem notícias de Março para Novembro. Nota-se uma diminuição dos dias do mês em que não há notícias de "Artes e Espetáculos" – 21,7% e consequente aumento neste valor dos dias com notícias em Novembro.

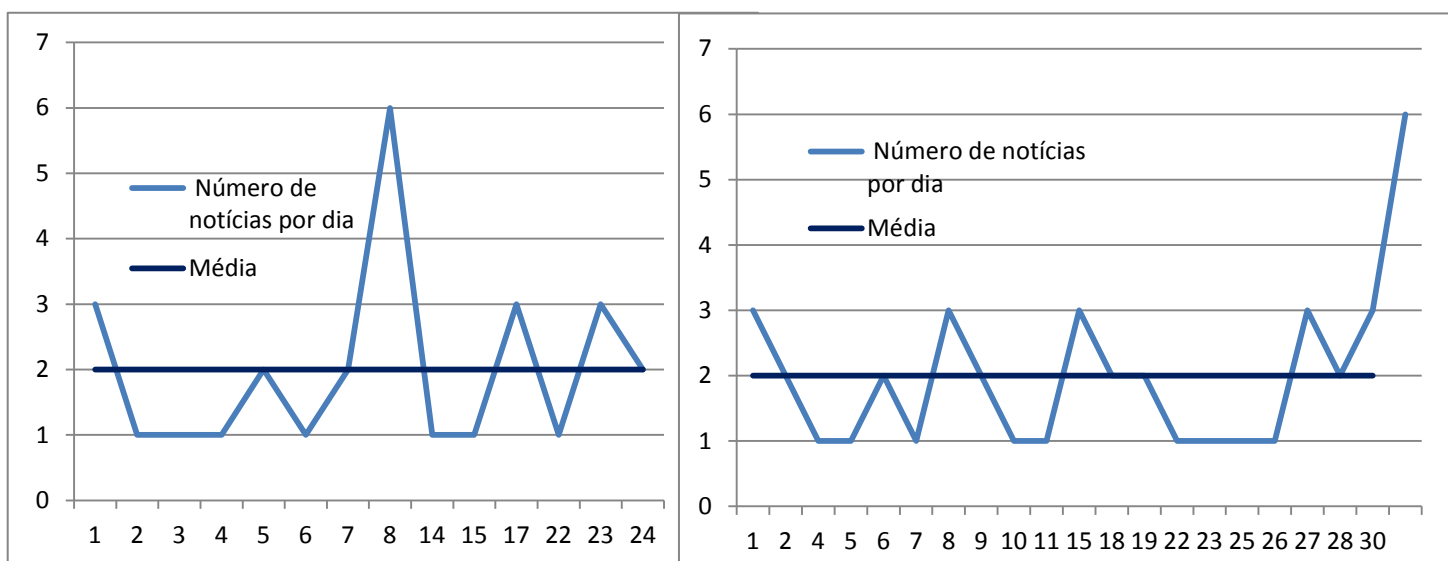


Gráfico 5 – Número de notícias por dia e média em minutos

O gráfico 5 não foi disposto em percentagem, a fim de facilitar as quantidades e números que são pouco expressivos e se traduzem em notícias. O número de notícias por cada dia do mês é variável, no entanto, o gráfico permite-nos constatar que o dia que teve mais notícias de "Artes e Espetáculos" foi 8 de Março, com 6 notícias.

Houve um aumento do número de dias com menos notícias: 7 dias em Março e 9 em Novembro, com 1 notícia.

Os dias com mais notícias, não contando com a exceção das “6” em Março, foram: 7 em Março, (três dias com 2 notícias e três dias com 3 notícias) e 11 em Novembro (cinco dias com 3 notícias e seis dias com 2 notícias).

Nos telejornais, tanto de Março como de Novembro, independentemente do número de notícias por mês, a média do número de notícias apresentadas por dia é de 2 notícias por dia.

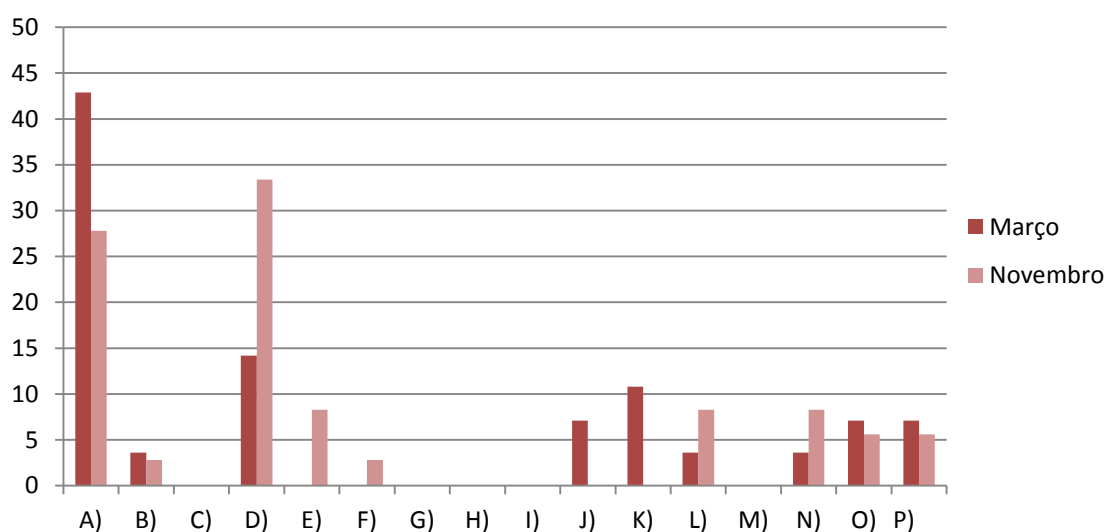


Gráfico 6 – Percentagem mensal das categorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”

No gráfico 6, estão dispostos os valores mensais em percentagem das várias subcategorias temáticas da categoria “Artes e Espetáculos para os meses de Março e Novembro.

As subcategorias que se encontravam mais nos telejornais para ambos os meses são as de Música (A) e Cinema (D). A subcategoria temática com mais notícias apresentadas para ambos os meses foi a de Música (A) – com uma percentagem de 42.9% (12 notícias) no mês de Março e de 27.8% (10 notícias) no mês de Novembro.

A segunda subcategoria, num balanço generalizado dos dois meses, com mais notícias foi a de Cinema (D), com 14.2% (4 notícias) em Março e ainda mais em Novembro, com 33.4% (12 notícias).

O primeiro período de análise (Março), apresentou mais notícias de Música do que de Cinema, ao contrário de Novembro, que apresenta mais peças de Cinema, em primeiro lugar, seguindo-se a subcategoria Música.

A nível geral, as subcategorias de Teatro (C), Pintura (G), Escultura (H), Fotografia (I) e Shows televisivos, de rádio e Multimédia (M) não apresentaram nenhuma notícia em cada um dos dois meses em estudo.

As subcategorias de Atividades em Museus (J), Artes Plásticas (K) só tiveram notícias nos telejornais de Março. Ou seja, Atividades em Museus (J) com 7.1% (2 notícias) e Artes Plásticas (K) com 10.8% (3 notícias).

Outras subcategorias também só tiveram presença nos telejornais no mês de Novembro, como é o caso de (L) Literatura, com 8.3%, (3 notícias) e (F) Ópera, com 2.8% - (1 notícia).

Não houve evolução de um mês para o outro. Tanto Março como Novembro, apresentaram o mesmo valor de temáticas noticiosas - peças de 9 diferentes subcategorias.

As subcategorias (L) – Prémios, Carreiras e Eventos de Vida, (N) – Acontecimentos/Comemorações culturais/históricas, (O) – Morte de Artista, (P) - Outros tiveram valor idênticos e reduzidos a nível de notícias em ambos os meses: (L) com 3.6%, (1 notícia) em Março e 8.3%, (3 notícias) em Novembro; (N) com 3.6%, (1 notícia) em Março e 8.3%, (3 notícias) em Novembro; (O) com 7.1%, (2 notícias) em Março e 5.6% (2 notícias em Novembro) e (P) com 7.1%, (2 notícias em Março) e 5.6%, (2 notícias) em Novembro.

Restam a subcategoria (B) – Dança, que em Março teve 3.6% (1 notícia) e em Novembro também 1 notícia (2.8%).

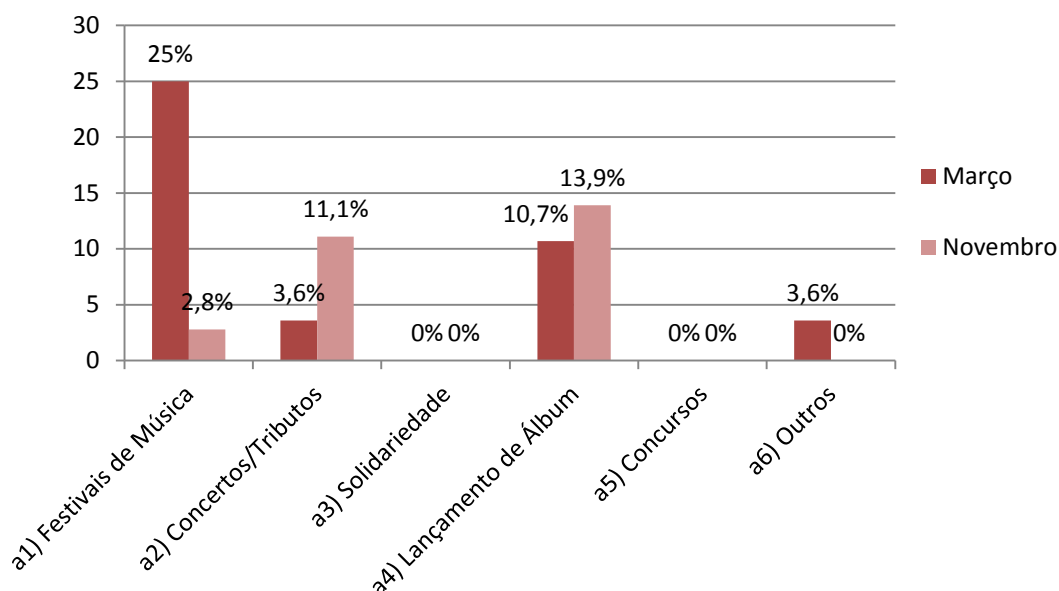


Gráfico 7 – Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”

No gráfico 7, observamos que, dentro da subcategoria Música (A), a temática com maior número de notícias no Mês de Março foi a (a1) Festivais de Música, 25% - 7 notícias, enquanto que, teve o menor número de notícias apenas com 1 notícia no mês de Novembro, (2.8%). No entanto, a nível de (a2) Concertos e Tributos, Novembro apresenta mais peças – 11.1% (4 notícias) e Março menos notícias – 3.6%, (1 notícia).

A subcategoria com mais notícias em Novembro foi a (a4) Lançamento de álbum, com 13.9% (5 notícias). E, em Março, teve menos notícias – 10.7% (3 notícias).

O único mês com notícias alusivas à temática (a6) Outros, foi Março, com 3.6% (1 notícia). Os temas que não são referidos por ambos os meses são os de (a3) Solidariedade e (a5) Concursos, com nenhuma notícia apresentada.

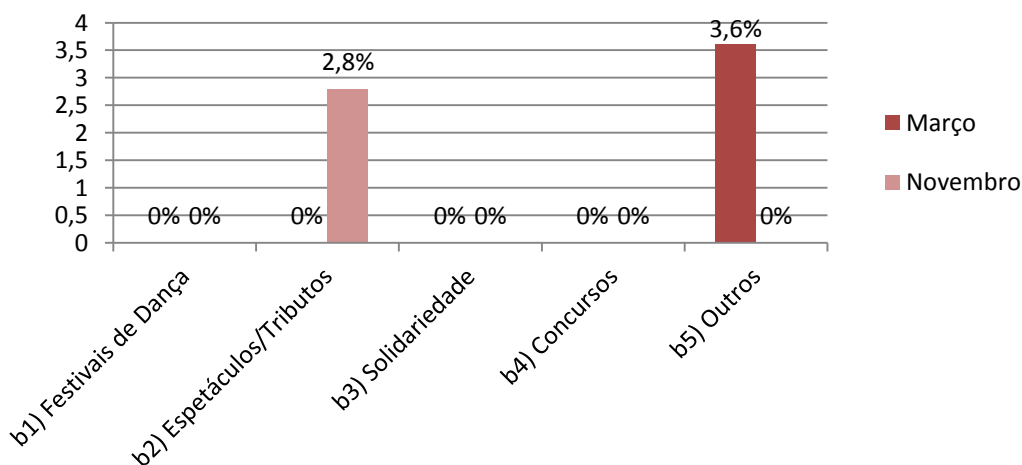


Gráfico 8 - Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”

No gráfico 8, apenas dois temas da subcategoria temática (B) Dança, são referidos e por diferentes meses: os temas (b1) Festivais de Dança, (b3) Solidariedade, e (b4) Concursos, não têm notícias quer em Março, quer em Novembro. O tema (b2) Espetáculos/Tributos, surge em Novembro, com 2.8% - 1 notícia. E o tema (b4) Outros, surge em Março, igualmente com 3.6% -1 notícia. Conclui-se que a subcategoria (B) Dança apenas teve uma notícia em cada mês.

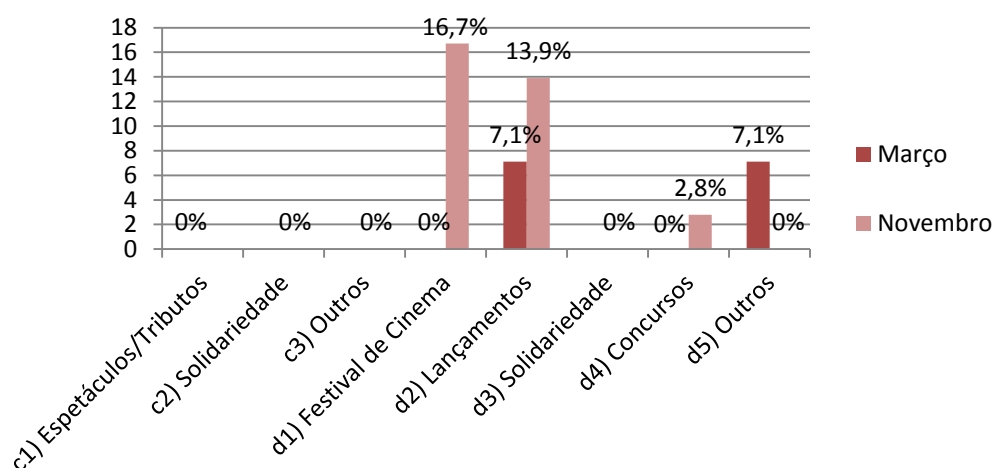


Gráfico 9 - Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de "Artes e Espetáculos"

No gráfico 9, estão incluídos os temas da subcategoria: (C) Teatro, em que não houve notícias apresentadas para (c1) Espetáculos/Tributos, (c2) Solidariedade e (c3) Outros e da subcategoria (D) Cinema.

Na subcategoria (D) Cinema, só dois temas estiveram presentes no mês de Março – (d2) Lançamentos, com 7.1% - 2 notícias e (d5) Outros, com 7.1% - 2 notícias.

Na mesma subcategoria, o mês de Novembro teve notícias de três temas: (d1) Festivais de Cinema, com 16.7% (6 notícias), (d2) Lançamentos, com 13.9% (5 notícias) e (d4) Concursos, com 2.8% (1 notícia).

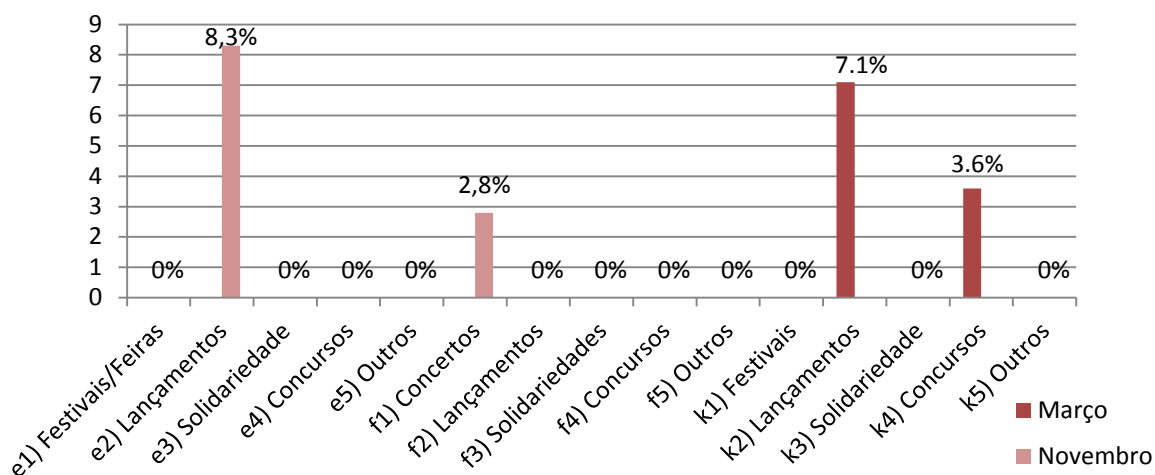


Gráfico 10 - Percentagem dos temas das subcategorias de Notícias de “Artes e Espetáculos”

O mês de Novembro foi quem mais mencionou a subcategoria, com uma diferença de 8 notícias a mais que Março.

Dos temas de subcategoria (E) Literatura, e (F) Ópera, apenas Novembro incluiu peças no Tj: a nível de Literatura, apenas houve peças do tema (e2) Lançamentos, com 8.3% - 3 notícias. De Ópera, apenas houve notícias de (f1) Concertos, com 2.8% - 1 notícia.

Dos temas de (K) Artes Plásticas, apenas Março mostrou peças: de (k2) Lançamentos, com 7.1% - 2 notícias e (k4) Concursos, com 3.6% - 1 notícia.

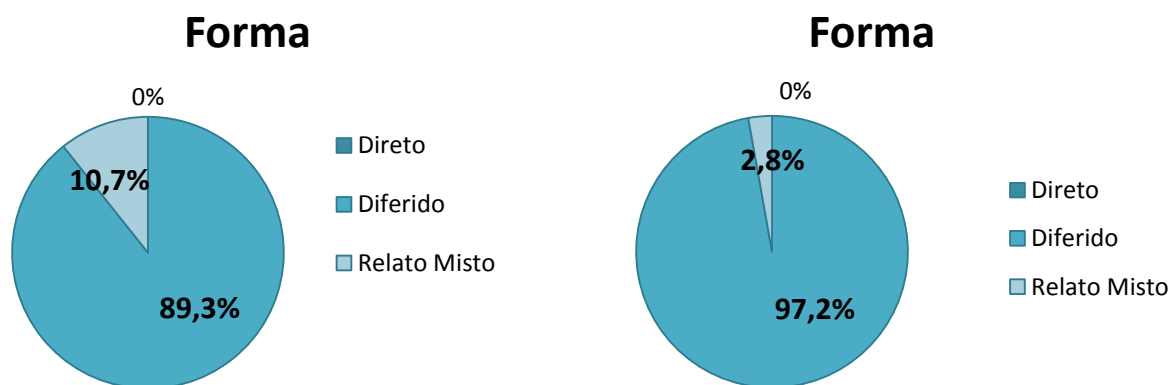


Gráfico 11 – Forma de relato das notícias de “Artes e Espetáculos”

O gráfico 11 mostra a forma em que as notícias foram relatadas e sua evolução de Março para Novembro.

A maior parte do relato feito, tanto num mês como no outro, foi o “diferido”: à esquerda, em Março, não houve notícias com relato em direto, tal como em Novembro (gráfico da direita). Em Março, 89.3% das notícias foram em diferido, aumentado em 7.9% no mês de Novembro para quase totalidade - 97.2%. Enquanto que houve uma diminuição de notícias em “relato misto”: em Março (10.7%) e em Novembro (2.8%), que passaram para diferido.

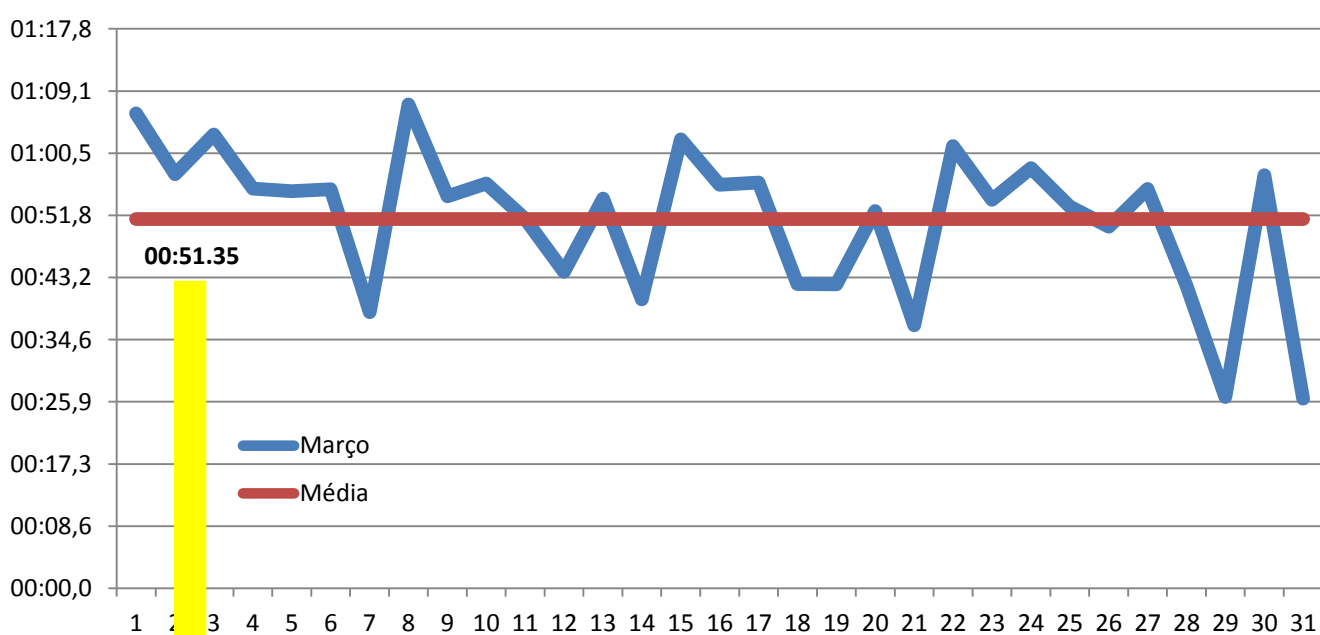


Gráfico 12 – Duração Média Mensal do Telejornal no mês de Março

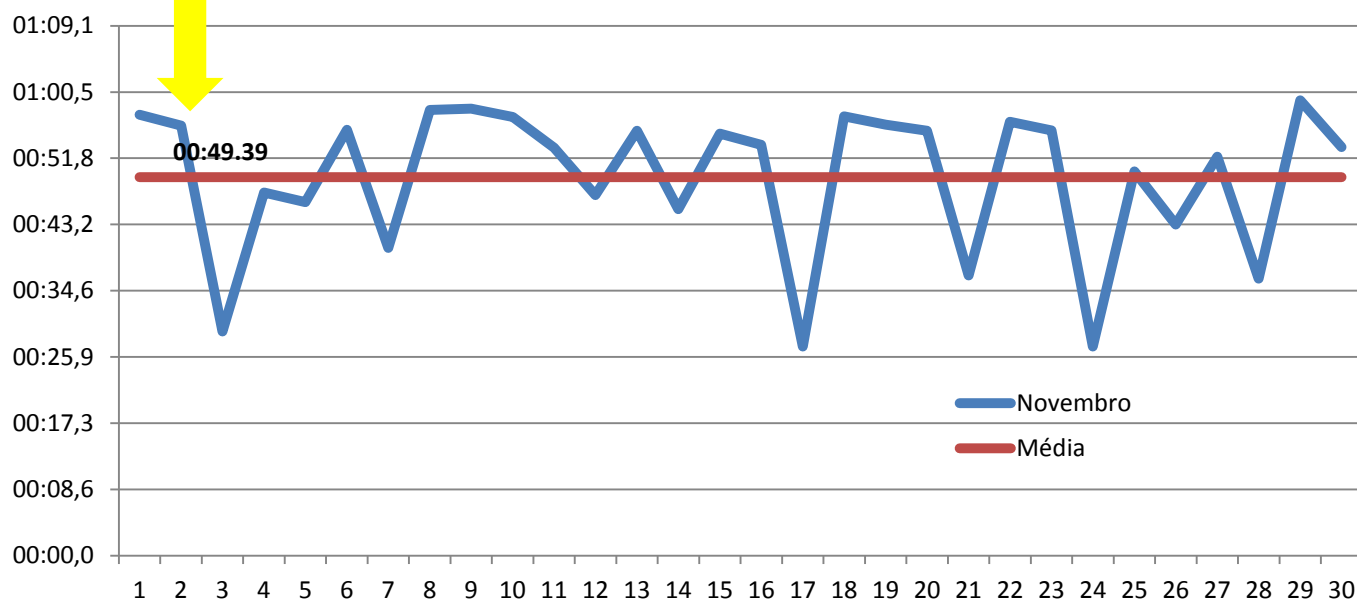


Gráfico 13 – Duração Média Mensal do Telejornal no mês de Novembro

Tanto o gráfico 12 como o 13 mostram algumas oscilações em relação à duração diária dos telejornais nos meses de Março e Novembro de 2015.

Em Março, os dias com telejornal de menor duração, (até 40 min.) foram:

- Dia 7, com cerca de 38 minutos
- Dia 14, com cerca de 40 minutos
- Dia 21, com cerca de 36 minutos
- Dia 29, com cerca de 26 minutos
- Dia 31, com cerca de 26 minutos

Em Novembro, os dias com telejornal de menor duração, (até 40 min.) foram:

- a) Dia 3, com cerca de 29 minutos
- b) Dia 7, com cerca de 40 minutos
- c) Dia 17, com cerca de 27 minutos
- d) Dia 21, com cerca de 36 minutos
- e) Dia 24, com cerca de 27 minutos
- f) Dia 28, com cerca de 36 minutos

Enquanto que em Março, houve cinco dias com menor duração, em Novembro, houve 6 dias de telejornais com pouca duração.

Em Março, os dias com telejornal de maior duração, (1 hora ou mais) foram:

- Dia 1
- Dia 3
- Dia 8
- Dia 15
- Dia 22

Enquanto que em Março, houve cinco dias com duração superior a 1 hora, em Novembro não houve um telejornal cujo tempo superasse 1 hora.

Em Março, a média mensal de duração de um telejornal foi de 51 minutos e 35 segundos, decrescendo em Novembro, para 49 minutos e 39 segundos, o que se traduz em quase dois minutos de diferença.

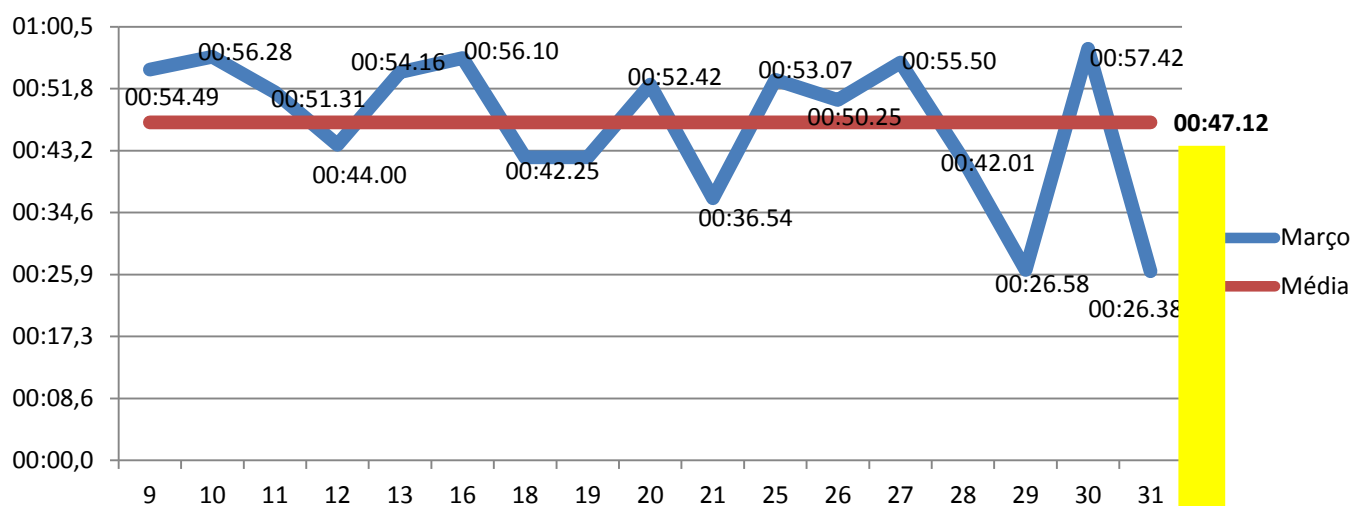


Gráfico 14 – Duração Média do Telejornal sem notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Março

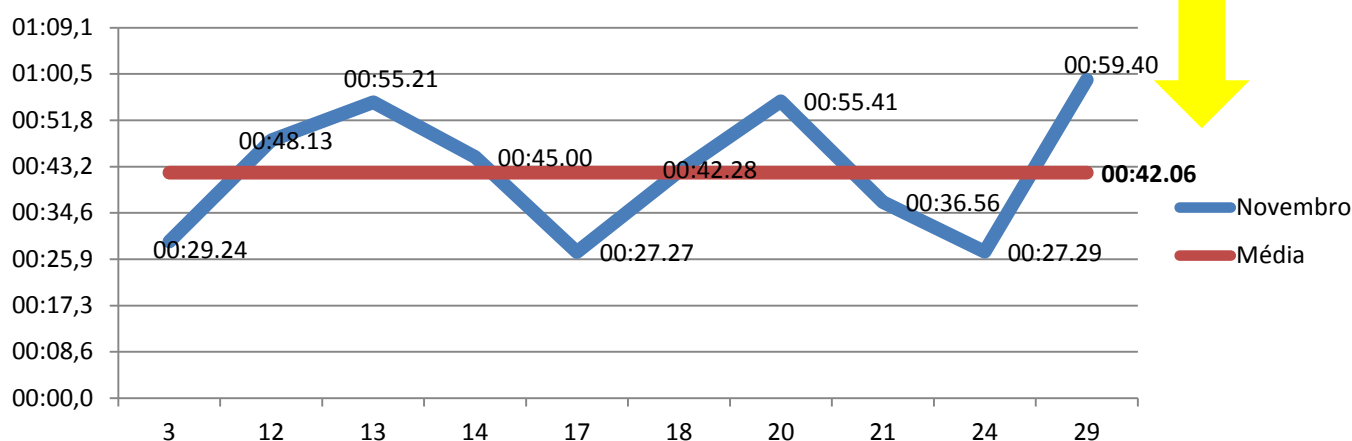


Gráfico 15 – Duração Média do Telejornal sem notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Novembro

Observando os gráficos 14 e 15, verifica-se que a média de duração do telejornal sem notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Novembro é inferior ao mês de Março. Em Novembro, por norma, a média de duração de um telejornal sem notícias de “Artes e Espetáculos” foi de cerca de 42 minutos, enquanto que em Março foi de 47 minutos. O mês de Março tem, em média mais cinco minutos de tempo disponíveis do que Novembro. No entanto, os telejornais de ambos os meses têm duração inferior a 50 minutos.

Comparativamente com os gráficos 16 e 17, que abordam a duração média do telejornal com notícias de “Artes e Espetáculos”, verifica-se que aqui têm maior duração, tanto no mês de Março, (quase 57 min.) como no mês de Novembro (cerca de 49 min.).

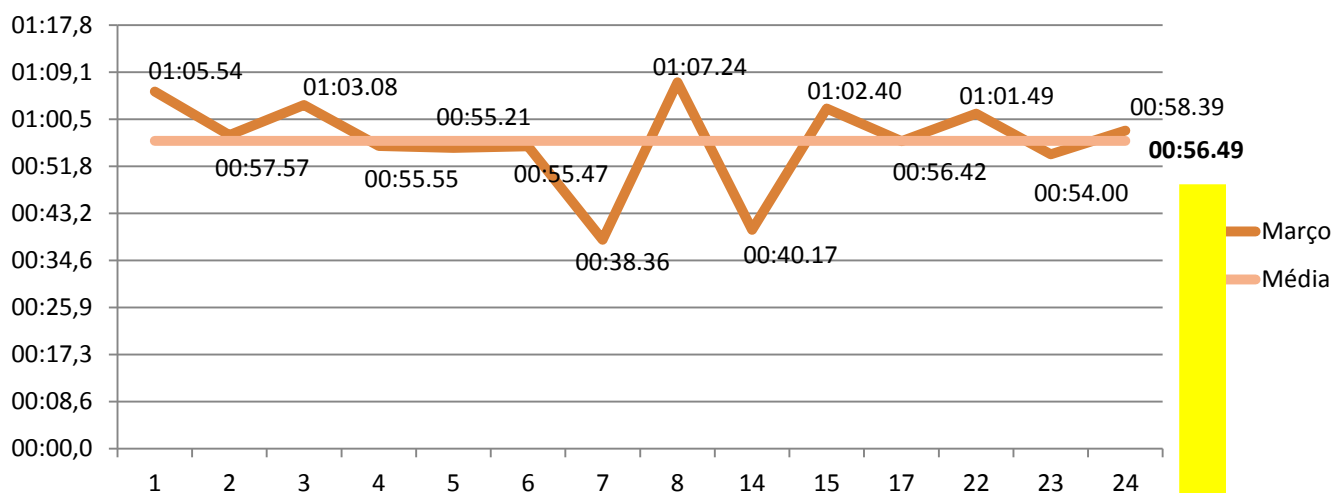


Gráfico 16 – Duração Média do Telejornal com notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Março

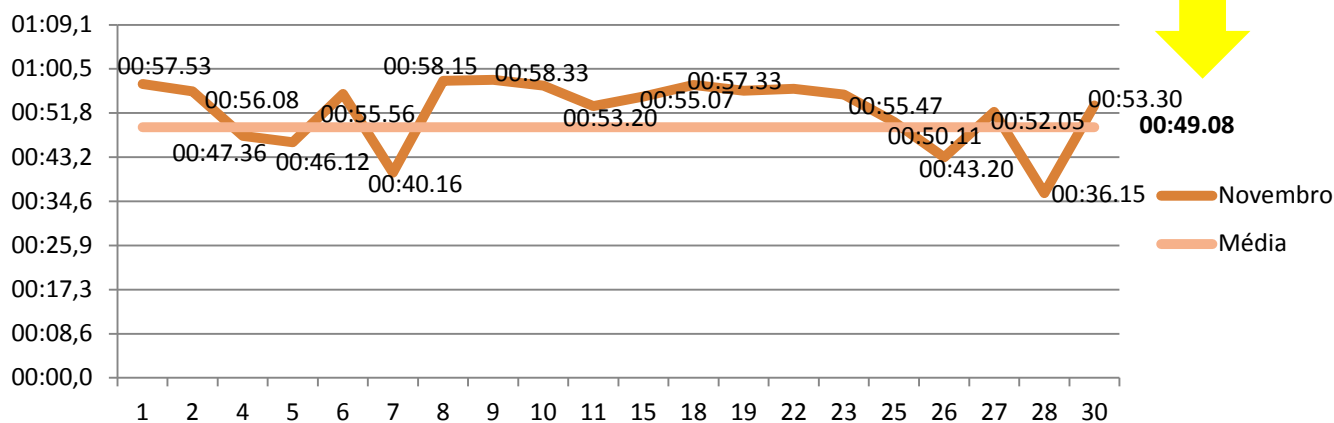


Gráfico 17 – Duração Média do Telejornal com notícias de “Artes e Espetáculos” no mês de Novembro

A partir da observação dos gráficos 16 e 17, verifica-se que em Março, a média de tempo disponível para as notícias de “Artes e Espetáculos” é maior que em Novembro, numa diferença de aproximadamente 7 minutos (em Março cerca de 56 minutos e em Novembro, cerca de 49 minutos). No entanto, em ambos os meses, a média de duração total do telejornal é inferior a 1 hora.

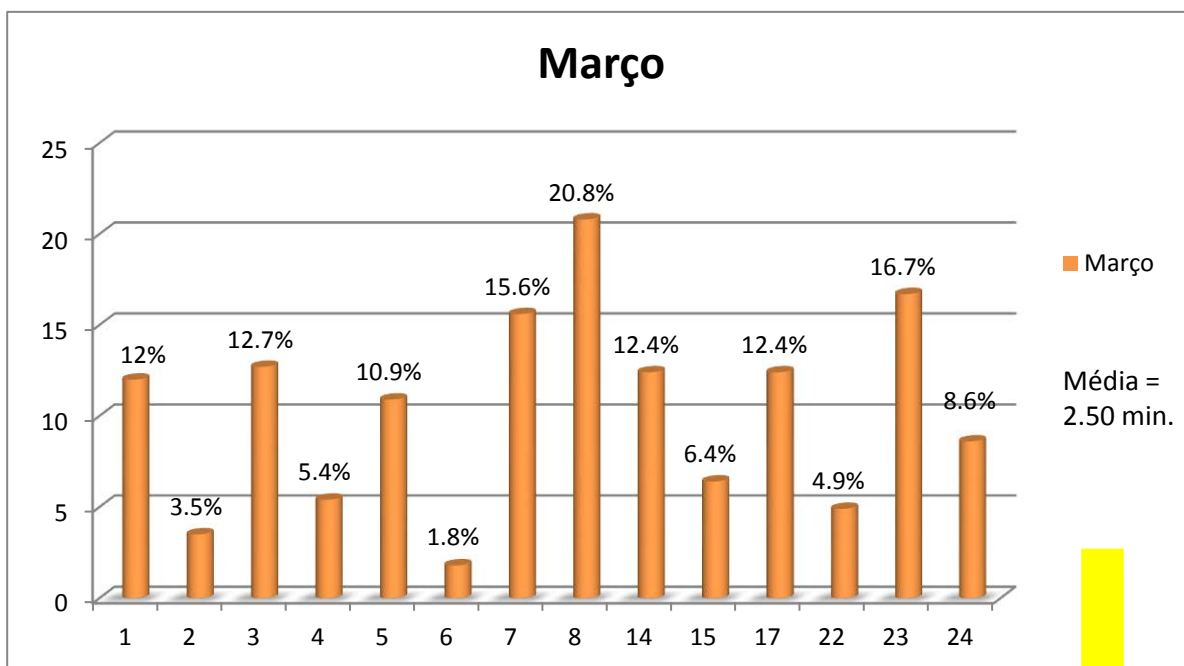


Gráfico 18 – Duração total das notícias de “Artes e Espetáculos” por dia, em relação à duração total do Telejornal em Março

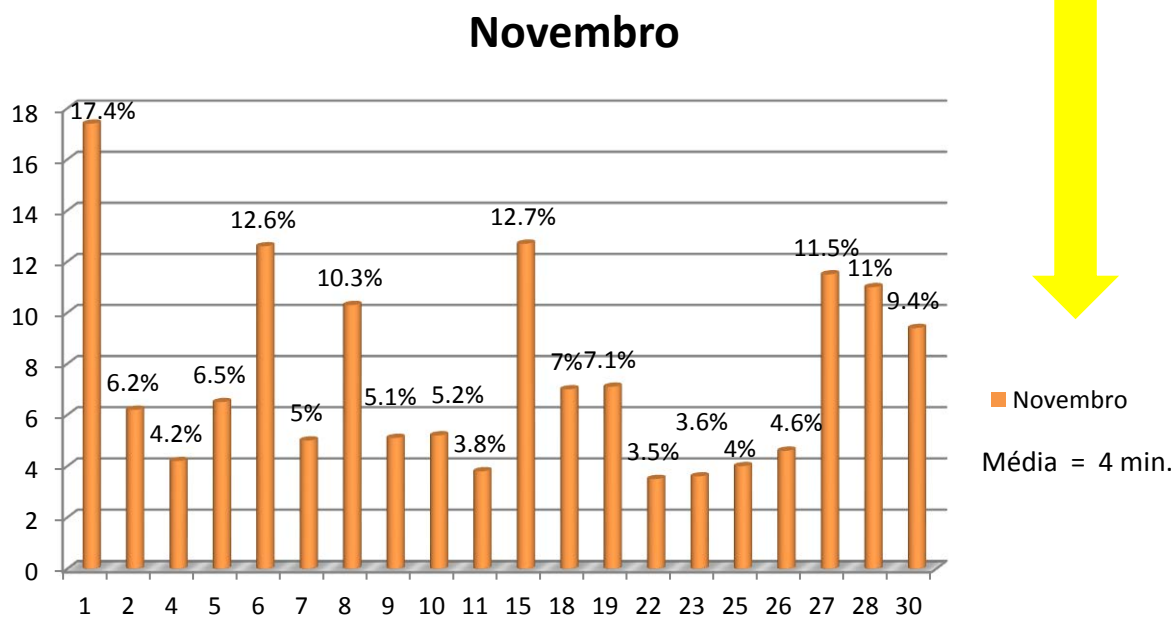


Gráfico 19 – Duração total das notícias de “Artes e Espetáculos” por dia, em relação à duração total do Telejornal em Novembro

A partir dos gráficos 18 e 19, conclui-se que o mês de Novembro apresenta uma média diária de duração total das notícias de “Artes de Espetáculos” em relação à duração total do Telejornal quase idêntica. Mas, mesmo assim, superior à do mês de Março – uma diferença de cerca de 1 minuto. Março com 2.50 minutos e Novembro com 4 minutos, o que significa que o mês de Março teve menos tempo de antena dedicado às notícias da respetiva categoria, do que o mês de Novembro de 2015.

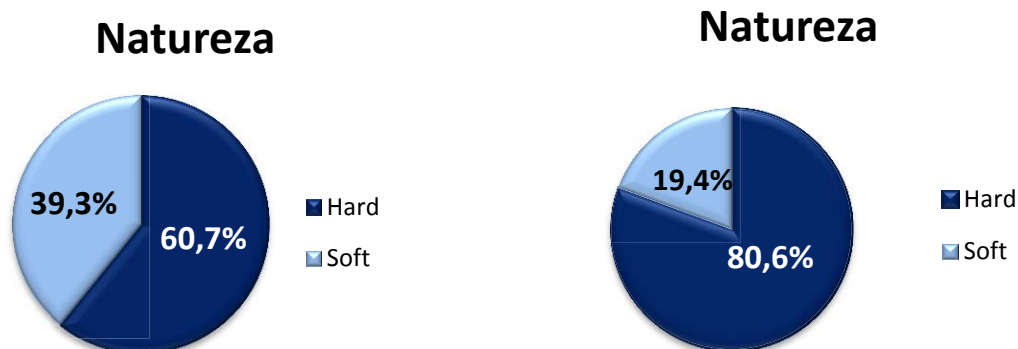
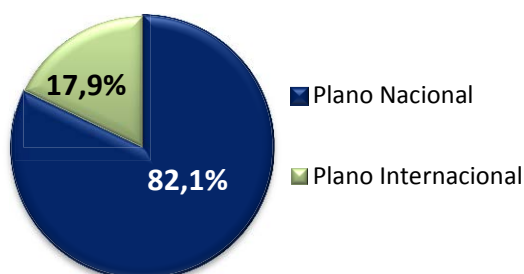


Gráfico 20 – Natureza das Notícias de “Artes e Espetáculos”

O gráfico 20 mostra em percentagem, a natureza das notícias de “Artes e Espetáculos” durante os dois meses em estudo. Demonstra que no mês de Março (à esquerda), houve uma percentagem maior de notícias soft (39.3%), em relação a Novembro (19.4%) – (gráfico da direita). Com estes resultados, torna-se óbvia uma diminuição da presença de notícias hard: em Março apresentou um total de 60.7%, e em Novembro, de 80.6%.

Tratamento Geográfico



Tratamento Geográfico

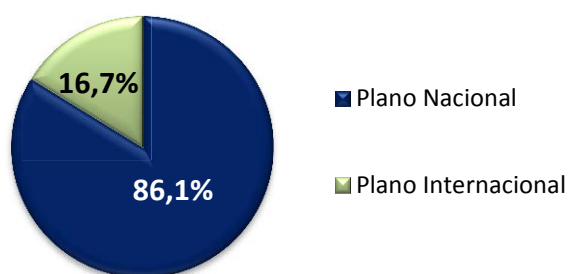


Gráfico 21 – Tratamento Geográfico das Notícias de “Artes e Espetáculos”

O gráfico 21 mostra incidência maior a nível nacional das notícias de “Artes e Espetáculos” em Novembro – um aumento em 4% desde Março, o que provoca uma diminuição da existência de notícias a nível internacional: em Março houve 17,9% e em Novembro houve 16,7%.

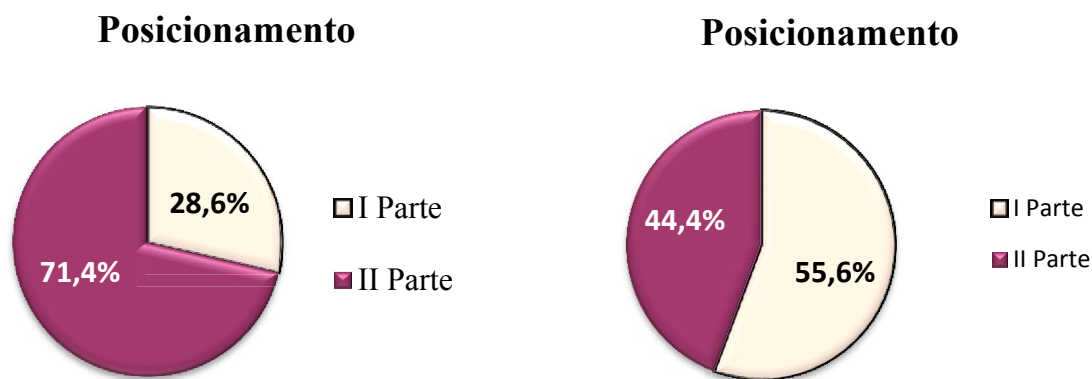


Gráfico 22 – Posicionamento das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal

Os gráficos 22 e 23 mostram os valores e evolução das notícias culturais nos telejornais de Março e Novembro, a nível do seu posicionamento no noticiário. A maior parte das notícias referentes à temática de “Artes e Espetáculos” em Março é apresentada na II Parte do Telejornal, com uma incidência de 71,4%, havendo uma grande diminuição desse valor em Novembro, em que apenas 44,4% das notícias surgem na II Parte do Tj, uma diferença de 27%.

Deste modo, do mês de Março para Novembro, nota-se uma menor existência de notícias da temática em estudo na II Parte do Telejornal e mais notícias na I Parte. Ou seja, em Novembro, mais de metade das notícias culturais foi apresentada na I Parte do Telejornal e no mês de Março, foram apresentadas apenas cerca de $\frac{1}{4}$ das notícias culturais na I Parte e o restante (quase total) na II Parte.

No mês de Novembro, a distribuição de notícias surge quase de forma equilibrada entre as duas partes do telejornal, mas com mais destaque para a I Parte, e sobretudo em relação ao outro mês em análise.

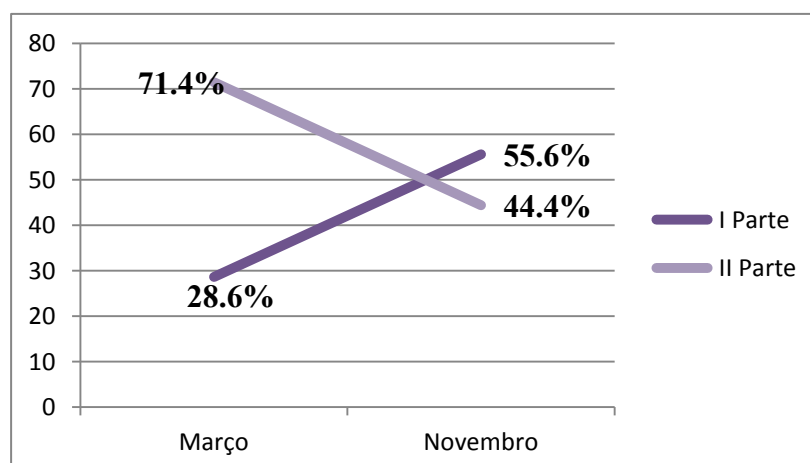


Gráfico 23 - Evolução em percentagem do Posicionamento das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal

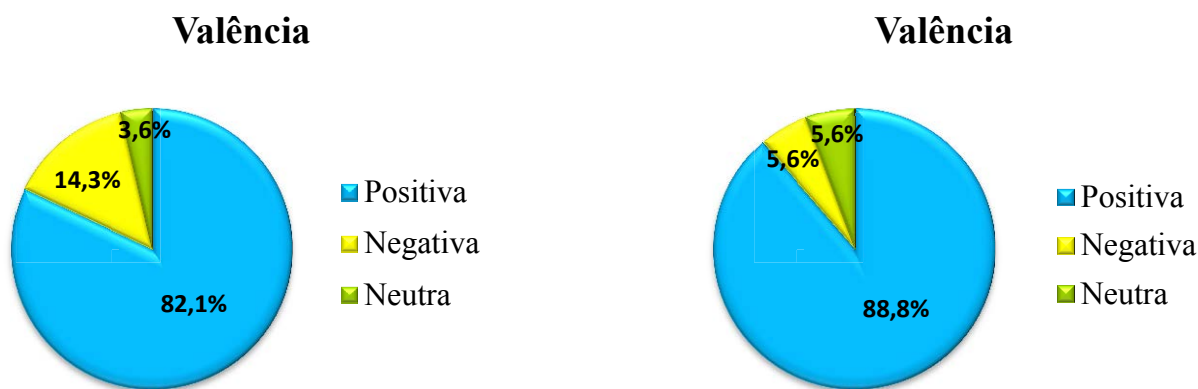


Gráfico 24 – Valência das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal

O gráfico 24 mostra que a valência das notícias culturais em ambos os meses tem uma tendência quase generalizada em ser positiva, com 82,1% em Março e 88,8% em Novembro.

Em Março, a percentagem de notícias negativas é maior do que em Novembro e assiste-se a um aumento de 2% de notícias neutras de Março para Novembro.

No geral, há mais notícias positivas em Novembro e mais notícias negativas em Março, podendo igualmente comprovar-se estes dados no gráfico abaixo (25), que demonstra, com clareza, a descrição suprarreferida.

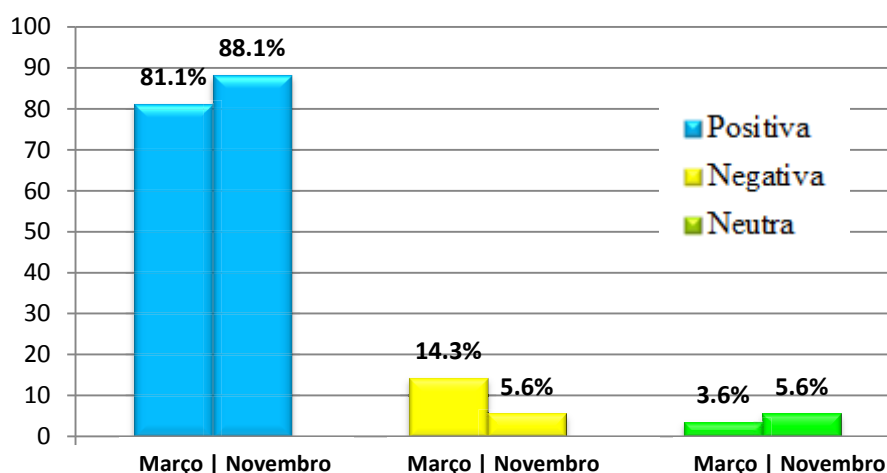


Gráfico 25 – Evolução em percentagem da Valência das Notícias de “Artes e Espetáculos” no Telejornal

3 – Reflexões e Validação das Hipóteses

É nesta etapa de estudo que chegamos a uma nova análise. Por meio dos dados selecionados, dos valores encontrados e evoluções demonstradas pelos gráficos analisados, resta-nos perceber quais as conclusões a retirar, quais as hipóteses a validar, e quais os aspetos a considerar na interpretação de valores, tendo em conta toda a informação abordada neste estudo.

Mediante a observação dos dados apresentados, procedemos a uma análise interpretativa que investigue os resultados das variáveis, numa comparação ou possível validação a partir da observação participante e dos testemunhos entrevistados, relacionando-os com os fundamentos teóricos.

Torna-se óbvia a evidência da pergunta de partida, a qual nos levou a esta investigação: de facto, procuramos perceber se, mediante a mudança da Direção da Informação da RTP que ocorreu durante o ano de 2015, houve alguma influência a nível dos conteúdos culturais na informação – neste caso, no telejornal de prime-time. Procuramos entender se a emissão de conteúdos de “Artes e Espetáculos” neste noticiário sofreu alterações, dentro de uma possível identidade sociocultural a nível nacional.

Durante o estudo, considerou-se pertinente analisar o facto de poderem ser incluídas notícias no resumo do telejornal, destacando-as, (a cor amarela), nos anexos 3 e 4. De facto, no início do programa informativo, há um pequeno resumo, que dura cerca de 2 minutos, e abarca todas as notícias, independentemente da temática, mais importantes do dia. A partir da análise gráfica (gráfico 1), observou-se que em Novembro, (já com a nova Direção na RTP1), houve menos notícias de “Artes e Espetáculos” incluídas no resumo do telejornal, ou seja, houve menos notícias culturais a serem consideradas importantes do que no mês de Março, em que ainda não teria sido definida a linha editorial da nova Direção. Apesar da diminuição, é mínima a diferença entre o número de notícias emitidas em ambos os meses – os valores são quase idênticos, havendo uma disparidade que se traduz em 2%.

Apesar de haver uma ligeira diferença entre o número de notícias culturais que surgem no resumo do telejornal – vistas como marcantes – nota-se um grande aumento a nível da quantidade de notícias no mês de Novembro, relativamente ao mês de Março. De facto, constatou-se uma grande evolução e preocupação em abranger mais notícias de cariz cultural no telejornal de prime-time da RTP1. Após a nova Direção de Informação da RTP, em Novembro, houve mais cerca de 22% de dias (em relação ao mês de Março), em que houve notícias culturais e, ainda assim, o mês de Março (anterior à nova Direção), apresentou mais um dia do que Novembro, por ser um mês de 31 dias.

Comprovam-se, deste modo, os vários testemunhos citados nas entrevistas, nomeadamente Teresa Nicolau (2015, Anexo 1-C), que defende que o telejornal de prime-time da RTP1 cumpre cada vez mais com a missão de Serviço Público e tem-se esforçado pela inclusão cada vez maior de notícias culturais no seu alinhamento. Da mesma forma, o afirma Adelino Faria (2015, Anexo 1-B), ao defender a nova linha editorial da nova Direção, que prima também por conteúdos culturais. Igualmente Mário Rui Cardoso (2015, Anexo 1-D e Florbela Godinho (2015, Anexo 1-A) confirmam este facto, afirmando que ultimamente tem havido uma certa preocupação em garantir que são cumpridas as funções de Serviço Público, nomeadamente considerando a inclusão justa e abrangente de conteúdos culturais.

Em média (gráfico 5), o número de notícias por dia não se alterou – cerca de duas notícias por dia em ambos os meses. Importa salientar um pequeno facto que pode ter certa influência na maneira como os conteúdos culturais são emitidos: nota-se alguma diferença em relação ao aspeto referente ao número de dias com mais notícias (cerca de 2 ou 3) - neste caso, destaca-se o mês de Novembro, em que onze dias do mês apresentaram mais do que uma notícia, enquanto que isso aconteceu no mês de Março, em 7 dias.

A partir da análise dos gráficos 6, 7, 8, 9 e 10, conclui-se que ambos os meses representaram de forma igual as várias subcategorias temáticas de “Artes e Espetáculos”, o que nos leva a concluir a mesma tese defendida pelos testemunhos entrevistados de que as notícias culturais não são selecionadas apenas a nível de assuntos ou temas, mas sim devido e, sobretudo, a outros fatores que podem estar incluídos na peça ou com importância suficiente para a emitir. Florbela Godinho (2015, Anexo 1-A), afirma que os

conteúdos culturais devem ter importância e ser pedagógicos e Adelino Faria (2015, Anexo 1-B), defende que as peças culturais não se definem e não se podem categorizar.

Quer isto dizer que a categoria temática é condição para a peça ser de cariz cultural, mas a subcategoria temática não é fator determinante à seleção para o alinhamento. Isto também porque, como afirma Brandão (2010: 118-133), a televisão deve representar os acontecimentos e estes devem estar ordenados e ser selecionados de acordo com a atualidade – um dos critérios noticiosos existentes na seleção de notícias. Aliás, os programas de informação, sobretudo no Serviço Público, devem abordar os conteúdos em perceções culturais sobre a realidade nas suas variadas expressões artísticas.

Os fatores que podem analisar a seleção e emissão de notícias não são, então, apenas a sua categoria, mas também as variáveis e componentes de análise das notícias baseadas nos modelos teóricos fundamentados por Francisco Rodríguez Pastoriza (2006: 81-86), a nível dos critérios de noticiabilidade em relação às notícias culturais e por Nuno Goulart Brandão (2006: 155-238), ambas resumidas em: forma, duração da notícia e do telejornal, natureza da notícia, tratamento geográfico, posicionamento no telejornal e valência da notícia.

Ou seja, as categorias temáticas não são suficientes para determinar se o acontecimento pode ser transformado em notícia a ser escolhida pelo Gatekeeper. Portanto, todo o processo de Newsmaking é feito a partir da consideração de muitas variáveis. Pastoriza (2006: 81-86) afirma que, do ponto de vista do jornalismo cultural, outros dos fatores de seleção de peças noticiosas além dos mencionados têm grande influência na escolha das peças: o interesse informativo, a atualidade, novidade, utilidade, conflituosidade e emotividade.

Deste modo, no estudo realizado, há peças de subcategorias em Março que não há em Novembro e vice-versa mas, ainda assim, nota-se a predominância das subcategorias de “Música” e “Cinema”, talvez por existirem mais acontecimentos nestas áreas, por lhes ser dada relevância ou por esses acontecimentos fazerem parte da vida sociocultural e atualidade mundiais.

A forma como as notícias surgem apresentadas diz muito do tipo de notícia. É natural que as notícias culturais não sejam apresentadas em direto porque a isso não obrigam também devido ao carácter de urgência que costuma ser reduzido nestas peças e à brevidade e leveza com que o assunto é tratado. Por outro lado, o facto de muitas vezes o conteúdo ser sempre atual – por exemplo uma peça de arte que marque a história para sempre pode ser notícia durante uma semana porque não perde a atualidade... ou a notícia de um álbum pode ser dada antes ou depois do lançamento, ou de um acontecimento como por exemplo – uma feira, um festival.

A forma de relato está relacionada com o grau de importância e “sintonia” da notícia em relação ao momento em que é divulgada. Geralmente, esse tipo de peças pertence à temática de política, onde há muitos diretos e entrevistas.

No gráfico 11, é visível em ambos os meses que dominam os relatos em diferido e a total ausência de diretos. Como o direto é uma forma mais coloquial e dinâmica de apresentar a notícia, dando mais vida, conferindo realidade e emoção à peça, o facto de não estar praticamente presente nas peças culturais, faz com que estas não sejam temas preferenciais à divulgação, pois não são tão atrativos como um acontecimento visto ao vivo, naquele preciso momento – como se o telespetador tivesse a observar com os seus próprios olhos e interpretando ele mesmo a realidade que lhe é apresentada. Talvez por esse motivo, a maior parte das peças culturais sejam apresentadas na II Parte do telejornal, ou seja, deixadas para último lugar e confirmando o grau de importância cada vez menor que se dá às notícias que vêm em último lugar no alinhamento. O testemunho de Luis Conceição (2015, Anexo 1-F) confirma este facto, ao afirmar que um dos motivos que esclarece a existência de poucas notícias culturais se deve ao facto de não haver diretos nas peças e de a maior parte delas ser apresentada em “off”. A jornalista Cristina Liz, (2015, Anexo 1-E), também confirmou estes factos, afirmando que a cultura raramente era um tema de abertura do telejornal... geralmente era o tema do final.

No gráfico 22, nota-se que em Março, mais de metade das peças culturais eram apresentadas na II Parte do telejornal (cerca de 72%). No entanto, após a mudança de Direção, este aspeto tomou um rumo diferente: no mês de Novembro, mais de metade das

notícias, cerca de 56%, foi dada, não na II, mas na I Parte do telejornal, o que mostra que há uma nítida mudança e determinação em querer privilegiar os conteúdos de “Artes e Espetáculos” ao trazê-los para o início do alinhamento, ao invés de os deixar para o fim, correndo assim um risco menor de serem retirados do mesmo. É importante salientar que a I parte do telejornal ocupa a quase totalidade do programa, ou seja, o intervalo é pequeno e inicia-se cerca de 15 minutos antes do programa concluir, tendo a II Parte no máximo e geralmente 5 minutos. Esta costuma englobar apenas duas notícias para fecho do programa.

No entanto, existe ainda uma percentagem um tanto considerável de notícias culturais ainda na II Parte do telejornal, porque esta temática é associada a assuntos mais leves e por esse motivo, como são mais “soft”, dão a ideia de um “final feliz”, ideal para terminar com o noticiário, e aliviar a tensão de outras notícias “hard” que possam ter havido. E deixa-se, assim, o telespetador com menos tensão – como se de um filme se tratasse, em que há o momento de conflito, e a resolução final. João Adelino Faria (2015, Anexo 1-B) confirma esta ideia, ao afirmar que atualmente os telejornais fecham sempre com temas culturais. O que acontece é que, além deste esforço na opção de alinhamento de haver mais peças culturais na I Parte, convém haver sempre uma ou duas peças dessa temática no final do programa.

A respeito da “natureza” das notícias, constata-se que em Novembro houve mais notícias “soft” do que em Março mas o predomínio em ambos os meses é de notícias desta natureza porque a própria temática cultural trata de notícias mais leves, a não ser que haja alguma morte ou tragédia a nível cultural. Como atualmente se nota algum sensacionalismo por parte do jornalismo ou preferência por notícias chocantes por serem atrativas, numa lógica mercantil de atração de audiências (Brandão, 2010: 37-133; Fernandes, 2001: 26), é natural que, sendo mais de 50% das notícias culturais de cariz soft, haja pouca preferência e destaque na seleção para o alinhamento e é natural que estas sejam colocadas mais para o final do programa, numa lógica economicista: a crise de identidade do jornalismo cultural deriva, maioritariamente, da subordinação do jornalismo televisivo cultural à lógica do mercado (Silva, 2012: 98-100).

No seguimento deste raciocínio, pode-se constatar e confirmar que é este panorama que a nova linha editorial procura mudar, à luz da lógica de Serviço Público. Luis Conceição (2015, Anexo 1 - F) validou esta questão, ao afirmar que uma notícia de peso possa assumir os primeiros lugares no alinhamento. O mesmo afirma que também a “valência” das peças interfere na seleção para o alinhamento, uma vez que as notícias “soft” costumam ser positivas.

Neste contexto, e avaliando pelos gráficos 24 e 25, facilmente se entende que a quase totalidade de peças de “Artes e Espetáculos” em ambos os meses é positiva e ainda mais em Novembro, fator que explica a teoria acima referida.

Neste pressuposto, importa também salientar a variável respeitante à “valência” das notícias de “Artes e Espetáculos”. Uma vez que um dos critérios noticiosos para as notícias fazerem parte do alinhamento é a negatividade, como afirmam Galtung e Ruge, (1965: 61-70), quanto mais negativo o acontecimento, mais provável a sua mediatização – aspeto que coloca em desvantagem as peças culturais.

Desta forma, o jornalismo tem vindo a retratar uma visão pessimista do real, pois não dispondo de espaço suficiente para todos os acontecimentos, acaba por selecionar os assuntos com critérios como a negatividade, conflito e a tragédia para atrair público. (Brandão, 2010: 37-133).

Os gráficos 12 e 13 mostram a duração média mensal do telejornal do mês de Março (antes da nova Direção de Informação da RTP) e de Novembro (depois da mudança de Direção), o que se torna útil na avaliação, a nível quantitativo, das notícias existentes num mês e no outro, tendo em conta o espaço dedicado aos conteúdos culturais. Os telejornais do mês de Novembro apresentam, em média, uma duração ligeiramente menor que os de Março.

Ora, ficou comprovado que houve mais dias com notícias culturais em Novembro do que em Março e mais peças culturais em Novembro (36 peças) do que em Março (28 peças), mesmo tendo este mês mas um dia disponível para emitir notícias de foro cultural e uma duração média dos telejornais ligeiramente maior.

Neste sentido, e tendo em conta as conclusões até aqui destacadas, torna-se perfeitamente visível o esforço feito para tornar notória a presença de conteúdos culturais, numa visão de Serviço Público e constata-se que a linha editorial pretendida pela nova Direção pôs em vigor os seus interesses, a fim de servir os cidadãos e oferecer um telejornal de prime-time mais completo e com uma programação muito mais abrangente, a nível cultural. Apesar de o telejornal não ter duração superior a uma hora (em ambos os meses não chegou a ser, em média, de 1 hora, assim como afirmaram todos os testemunhos nas suas entrevistas – (Anexos 1: A a F em relação ao tempo reduzido dos telejornais), ainda assim, tenta-se abarcar todos os conteúdos noticiosos e cada vez mais culturais, a fim de esclarecer o cidadão e cumprir a missão de Serviço Público da RTP1, que, mencionando Curran e Seaton (2001: 396), deve dar relevância aos assuntos públicos, assegurando que a informação chega corretamente a todos os cidadãos e atende à diversidade do público.

Da mesma forma o comprovam os gráficos 14-15: nos dias em que não existem notícias culturais, os telejornais têm pouca duração. Este facto constatou-se em Março (os telejornais dos dias que não tiveram peças culturais tiveram uma duração média de cerca de 47 minutos e no mês de Novembro ainda menos tempo – cerca de 42 minutos). No entanto, e seguindo o raciocínio, torna-se curioso o facto de que, em relação aos dias com notícias culturais, nota-se uma diminuição da duração média do telejornal em Novembro, comparativamente com Março. Conclui-se, neste sentido, que, em relação aos dias de ambos os meses com notícias de “Artes e Espetáculos”, Novembro foi quem mais apresentou peças culturais, mesmo tendo uma média de duração de telejornal (cerca de 49 minutos) inferior à de Março (cerca de 56 minutos) – (gráficos 16 e 17). Quer isto dizer que, mesmo tendo o mês de Março, uma média de 7 minutos a mais de tempo no telejornal, este tempo não foi aproveitado para emitir mais peças de conteúdo cultural. Novembro emitiu mais notícias de “Artes e Espetáculos”, mesmo com tempo de antena reduzido em minutos em que poderiam ser emitidas até quatro peças. Este aspeto é mais um facto que comprova a responsabilidade da nova Direção da RTP em apostar em conteúdos culturais nos telejornais de prime-time da RTP1. De facto, como canal de Serviço Público, a RTP1 deve promover conteúdos de identidade cultural, com informação que integra os vários campos sociais (Lopes, 2003: 82-105).

A partir da observação dos gráficos 18 e 19, ficou claro que a média de duração de cada notícia, em geral, em Março foi inferior à de Novembro em cerca de 1 minuto, o que comprova a intenção da nova Direção de desenvolver os conteúdos culturais e disponibilizar aos cidadãos mais informação.

A televisão afeta a vida social, cultural e identitária das pessoas (Brandão, 2002a; Giddens, 1998), sendo uma fonte de conhecimento para a maior parte delas, que a consomem. Assim, o jornalismo é um agente importante na transmissão de informação e produção da realidade social, acabando por determinar quais os acontecimentos sociais relevantes que se devem tornar públicos ou não ao conhecimento dos cidadãos (Brandão, 2010: 130-131). Nesta ordem de ideias e no seguimento da análise dos gráficos, a agenda deve ser o mais abrangente possível a nível de conteúdos, para que seja mais elucidativa e informativa para os telespetadores. Os media determinam a realidade, a partir da sua exposição ou não dos conteúdos. Como afirma Fontcuberta (1999:30), quanto maior o destaque e continuidade conferidos a um tema, maior a sua relevância na agenda do público/mente dos telespetadores.

Após esta reflexão aprofundada, procurámos uma resposta a fim de validar, ou não, as duas hipóteses formuladas:

H1- Os Telejornais de prime-time da RTP1 no mês de Março de 2015 carecem de conteúdos de notícias alusivos à temática “Artes e Espetáculos” face aos Telejornais do mês de Novembro de 2015;

A Hipótese 1 é válida. Após a análise de dados primários e secundários e ao longo de toda esta reflexão, concluímos que os telejornais de prime-time da RTP1 no mês de Março de 2015 carecem de conteúdos de notícias alusivos à temática “Artes e Espetáculos” face aos telejornais do mês de Novembro de 2015. Apesar de ser pouca a diferença, é notória uma evolução a nível quantitativo das notícias culturais – o mês de Novembro apresentou mais notícias de maior duração em menos tempo que teve de duração de telejornais. Outro aspeto interessante é o relevo dado às peças de “Artes e Espetáculos” – aparecem mais nas

primeiras partes, antes do intervalo, que se situa cerca de 15 minutos antes do fecho do noticiário, bem como nos resumos dos telejornais.

A RTP1, a nível de informação, encontra-se num processo de mudança, em prol do Serviço Público e das condições a que a ele a obriga. Apesar de não ser muito o tempo de vigência da nova Direção de Informação da RTP, os resultados estão à vista e é notório um progresso rumo aos pilares em que assentam os direitos dos cidadãos. Num contexto jornalístico em que a informação é clara, abrangente e de qualidade, com profissionais à altura, ainda assim, o caminho para a melhoria qualitativa é um processo diário e exigente na procura das melhores soluções de esclarecimento da opinião pública.

H2 – Os Telejornais, objeto de estudo da RTP1 de prime-time retratam um predomínio de notícias nacionais face à temática de notícias de “Artes e Espetáculos”.

A H2 é válida. Neste contexto, a análise do gráfico 21 constituiu uma peça fundamentalmente conclusiva na análise desta hipótese. Conclui-se que o mês de Novembro mostra uma maior predominância de notícias culturais nacionais em relação aos dias do respetivo mês e em relação a Março.

Em termos gerais, ambos os meses mostram uma clara predominância de notícias nacionais – mais de 80%. O mês de Novembro apresentou menos peças internacionais em relação a Março, o que pode confirmar que o telejornal da RTP1 de prime-time, não só tem apostado mais em conteúdos culturais, como a maior parte deles são de conteúdo nacional, o que comprova que a RTP1 se esforça por promover o conhecimento geral do panorama sociocultural português aos cidadãos.

A nova Direção de Informação da RTP1 marcou novas diretrizes que já se começam a fazer notar no âmbito da redação de informação, com contornos visíveis nas peças de “Artes e Espetáculos”. A instituição tem vindo, cada vez mais, a solucionar a questão que existia, em que havia certa carência de peças culturais no telejornal de prime-time, primando pelos critérios pautados pelo Serviço Público, que contrariam as opções economicistas dos canais privados. Com as normas da nova Direção, o Serviço Público de

televisão português cumpre com a função de “transmissão da herança cultural” referida por Lasswell (1985: 1-9) e assim, as formas culturais, sobretudo nacionais, começam a ser valorizadas, num contexto de identidade cultural nacional.

Toda esta mudança tem sido notada e pensada pelos jornalistas da própria instituição, que afirmam que a RTP1 está no caminho certo, sabe o seu lugar e que a cultura tem que ser mais pensada (João Adelino Faria, 2015, Anexo 1-B). O mesmo refere Teresa Nicolau (2015, Anexo 1-C) que considera que atualmente se cumpre muito mais com a missão de Serviço Público da RTP e que toda a equipa é rigorosa, tendo um olhar mais abrangente sobre aquilo que efetivamente distingue Portugal como o que realmente é.

Florbel Godinho (2015, Anexo 1-A) acredita que neste momento, a missão de Serviço Público da RTP1 no telejornal de prime-time fica assegurada, porque toda a equipa de profissionais tem atenção ao que é fundamental divulgar: sobretudo assuntos culturais. Continuando esta ideia, Luis Conceição (2015, Anexo 1-F) afirma que, dos três canais, a RTP1 é quem mais transmite notícias de “Artes e Espetáculos” porque se trata de um canal de Serviço Público.

4 - Pistas Futuras de Investigação

Esta investigação não só nos permitiu ter um conhecimento mais vasto e profundo relativamente aos pressupostos em que assenta a RTP e toda a cultura jornalística que a caracteriza, como suscitou o meu interesse em querer conhecer mais acerca deste canal de Serviço Público, à luz de uma análise comparativa aos outros canais privados existentes em Portugal.

De facto, é óbvia a influencia dos programas de informação junto dos telespetadores – o telejornal é dos programas televisivos mais vistos e detém um enorme poder enquanto meio de comunicação social. Sendo também um meio de transmissão cultural, tem um papel decisivo na transmissão dos valores e identidade do nosso país, assim como um

poder representativo e decisivo na forma como os conteúdos são recebidos ou podem ser interpretados pela sociedade.

Este estudo motivou ainda mais as minhas ambições e prospetivas, no âmbito de querer conhecer mais e melhor acerca dos meios de comunicação social, sua relação com os conteúdos culturais e sua forma (muito ou pouco diferenciada) de tratar os conteúdos informativos, consoante os dois modelos que os diferenciam, numa ótica de representatividade sociocultural portuguesa.

Seria útil fazer uma análise semelhante a esta informação, num estudo de caso pluralista e abrangente, de modo a perceber de que forma o Serviço Público difere do serviço privado, na noção de realidade cultural existente em Portugal.

CONCLUSÃO

Ao longo da história e desde o aparecimento da televisão, muitas mudanças foram feitas: algumas melhoraram certos assuntos, prejudicando outros e vice-versa. O mundo mediático é díspar em alguns aspetos e tendo em conta as características que os diferenciam entre si.

Com o avanço da tecnologia, também os instrumentos de comunicação evoluíram, quer técnica e tecnologicamente, quer na sua essência enquanto instituições com normas e padrões de identidade próprios.

Num mundo cada vez mais economicista, em que lidera uma lógica de mercado massificada, tem que ser garantida a sobrevivência dos meios: eles tentam cumprir os seus deveres inerentes ao regulamento dos órgãos de comunicação social, mas ao mesmo tempo, e nomeadamente os de Serviço Público, são obrigados a uma quase autogestão a fim de enfrentarem a tremenda concorrência e as crises económicas e financeiras que acabam por afetar o seu normal funcionamento.

Em Portugal, temos um canal de Serviço Público que procura atender às necessidades dos cidadãos, a nível de transmissão de conteúdos que invoquem uma democracia, na sua essência pedagógica e cultural implicada nas diretrizes do modelo. Ainda que possa ter algumas dificuldades pelas várias razões apresentadas, nesta investigação, provou-se que a RTP1 não só se esforça por garantir aos cidadãos a emissão generalizada de conteúdos úteis ao seu conhecimento, como também se esforça por promover, cada vez mais, a cultura nacional, ao reforçar os conteúdos de “Artes e Espetáculos” nos seus programas informativos de prime-time do canal.

A partir deste estudo, tornou-se óbvia a preocupação da equipa de profissionais da RTP1 em manter os níveis de qualidade de um jornalismo claro, abrangente e transparente, baseado nas necessidades dos cidadãos e na procura de promoção do conhecimento. Esta investigação foi-me útil, principalmente porque respondeu, de forma clara, a todas as

questões apontadas, e esclareceu-me, ainda mais positivamente, acerca da ideia que eu tinha da RTP1, como uma instituição que presta serviços à cidadania, de forma responsável, equilibrada e de qualidade.

BIBLIOGRAFIA

- Alsina, Miguel Rodrigo (1993), *La Construcción de la Noticia*, Paidós Comunicación.
- Balandier, Georges (1999), *O Poder em Cena*, Coimbra: Minerva Editora. Coleção Comunicação.
- Baudrillard, Jean (1982), *A Sociedade de Consumo*, Lisboa: Edições 70.
- Bertrand, Claude-Jean (2002), *A Deontologia dos Media*, Coimbra: Minerva, 1ª edição. Coleção Comunicação.
- Bourdieu, Pierre (1997), *Sobre Televisão*, Oeiras: Celta.
- Brandão, Nuno Goulart (2002a), *O Espectáculo das Notícias: a televisão generalista e a abertura dos telejornais*, Lisboa: Ed. Notícias. Coleção: Media & Sociedade.
- Brandão, Nuno Goulart (2002b), «As categorias temáticas dominantes nos telejornais» in *Revista de Comunicação, Cultura e Educação*, Nº. 1, Lisboa: Editorial Notícias, pp. 79-88.
- Brandão, Nuno Goulart (2006), *Prime-Time*, Casa das Letras, 1ª edição.
- Brandão, Nuno Goulart (2008), *Século XXI Novas Solidariedades e Incertezas*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 1ª edição.
- Brandão, Nuno Goulart (2010), *As Notícias nos Telejornais – que serviço público para o século XXI?*, Lisboa: Guerra e Paz, 1ª edição.
- Burke, Peter (2004), *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar.

Bustamante, Enrique (2003), *A Economia da Televisão. As estratégias de Gestão de um Media*, Campo das Letras Editores, Coleção Campo dos Media.

Cádima, Rui Francisco (1995), «Salazar, o Regime e a Televisão» in *Revista de Comunicação e Linguagens, Comunicação e Política*, N.ºs. 21-22.

Carvalho, Alberto Arons (2009) *A RTP e o Serviço Público de Televisão*, Coimbra: Almedina.

Casetti, Francesco; Odin, Roger (1990), «Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática» in *Communications: Télévisions Mutations*, N.º 51, pp. 9-26.

Cebrián Herreros, Mariano (1998), *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Síntesis, Madrid.

Cesareo, Giovanni (1981), *Fa notizia. Fonti, processi, tecnologie e soggetti nella macchina dell'informazione*, Roma: Editori Riuniti.

Coelho, Pedro (2005), *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público: um estudo sobre a situação portuguesa*, Lisboa: Livros Horizonte, 1ª edição.

Correia, Fernando (1997), *Os Jornalistas e as Notícias*, Lisboa: Caminho. Coleção: Nosso Mundo.

Costa, António Firmino da (1992), *Sociologia, Difusão Cultural*. Coleção: O que é.

Cruz, João Cardoso da (2002), *Introdução ao Estudo da Comunicação*, Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.

Curran, James; Seaton, Jean (2001). *Imprensa, Rádio e Televisão, Poder sem Responsabilidade*, Coleção: Epistemologia e Sociedade N.º 167, Lisboa: Instituto Piaget.

Eco, Umberto (1991), *Apocalípticos Integrados*, Lisboa: DIFEL.

Eyal, C.; Winter, J.; De George, W., (1981) «The Concept of Time Frame in Agenda Setting» in Wilhoit G. *Mass Communication Review Yearbook*, Vol. 2. Sage: Beverly Hills, pp. 212-217.

Fernandes, Ana Paula Menezes (2001), *Um Estudo sobre a Realidade Portuguesa (1993-1997)*, Coimbra: Minerva, 1ª edição.

Fidalgo, Joaquim (2003), «De que é que se fala quando se fala em serviço público de televisão?» in Pinto, Manuel (Org.). *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Braga: Universidade do Minho.

Fontcuberta, Mar de (1999), *A Notícia: pistas para compreender o mundo*, Lisboa: Notícias, 1ª edição. Coleção Media & Sociedade.

Freixo, Manuel João Vaz (2002), *A Televisão e a Instituição Escolar*, Lisboa: Instituto Piaget. Coleção: Epistemologia e Sociedade 188.

Galtung, Johan; Ruge, Mari Holmboe (1965), «A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros» in Traquina, Nelson. (1999) in *Jornalismo: questões, teorias e estórias*. Lisboa: Vega Editora, 2ª edição, pp. 61-73.

Gans, Herbert J. (1979), *Deciding what's News - A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, Nova Iorque: Random House.

Garbarino, A. (1982), «La normalizzazione dei giornalisti ipotesi sugli esiti della socializzazione professionale negli apparati dell'informazione» in *Sociologia dell'organizzazione*, N°. 1, pp. 7-53

Giddens, Anthony (1998), *As Consequências da Modernidade*, Oeiras: Celta Editora, Universidade Técnica de Lisboa.

Golding, Peter; Elliott, Philip (1979) *Making the News*, Londres: Longman.

Hall, Stuart, et al. (1999), «A produção social das notícias: o Mugging nos media» in Traquina, Nelson. (1999), *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, Vega Editora, 2ª edição, pp.224 – 248.

Hartley, John (2005). *Creative Industries*, Oxford e Victoria, Blackweel: Malden, MA.

Jaspers, Jean-Jacques (1998), *Jornalismo Televisivo*, Coimbra: Minerva. Coleção Comunicação, Nº 4.

Jeudy, Henri-Pierre (1995), *A Sociedade Transbordante*, Lisboa: Edições Século XXI. Coleção Biblioteca do Pensamento Contemporâneo.

Katz, Elihu; Gurevitch, Michael; Haas, Hadassah (1973), « On the Use of the Mass Media for Important Things» in *American Sociological Review*, N°38, Vol.2, pp.164-181.

Lasswell, Harold D. (1985), «Estructura y función de la comunicación en la sociedad» in Moragas Spá, Miguel. *Sociología de la Comunicación de Masas*, Vol. II, Barcelona: Gustavo Gilli.

Lopes, Felisbela (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Minerva, Coimbra.

Lopes, Felisbela (2003), «Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação» in Pinto, Manuel (Org.). *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público*. Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade. Coleção Comunicação e Sociedade, Nº2.

Lopes, Felisbela (2008), *A TV do Real: a televisão e o espaço público*, Coimbra: Minerva. Coleção Comunicação, Jornalismo N°53.

Lopes, Felisbela (2012), *Vinte Anos de Televisão Privada em Portugal*, Guerra e Paz Editores.

McCombs, Maxwell; Shaw, Donald (1972), «The Agenda-Setting Function of Mass Media» in *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36, pp. 176-187.

Moderno, António (1992), *A Comunicação Audiovisual no Processo Didático*, Aveiro: Departamento de Didáctica e Tecnologia Educativa da Universidade de Aveiro.

Molotch, Harvey; Lester, Marilyn (1974), «As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos» in Traquina, Nelson. (1999), in *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, Vega Editora, 2ª edição, pp. 34-51.

Muñoz-Torres, Juan Ramón (2002), *Por qué interesan las noticias, un estudio de los fundamentos del interés informativo*, Editorial Herder, Barcelona.

Pastoriza, Francisco Rodríguez (2006), *Periodismo Cultural*, Madrid: Editorial Síntesis. Coleção Periodismo Especializado.

Pinto, Manuel (1999) prefácio Livro de Felisbela Lopes, *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra: Minerva. Coleção Comunicação, N°10.

Pinto, Manuel (2000), *A Televisão no Quotidiano das Crianças*, Porto: Afrontamento, Coleção Biblioteca das Ciências do Homem. Sociologia N° 29.

Quivy, Raymond; Campenhoudt, LucVan (2005), *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva, Trajectos, 5ª edição.

Rego, José Gabriel; Neto, Paulo Oliveira (1996), «Media, Públicos e Direitos de Cidadania» in *Sociologia – Problemas e Práticas*, N.º. 21, Celta, pp.69-92.

Rodrigues, Adriano Duarte (1988), «O acontecimento» in Traquina, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, Vega Editora, 2ª edição, pp. 27-33.

Rodrigues, Adriano Duarte (1997), *Estratégias da Comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade*, Lisboa: Presença, 2ª edição. Coleção Universidade Hoje, N.º 3.

Santos, António de Almeida (2003), *Picar de Novo o Porco que Dorme*, Lisboa: Notícias Editorial.

Santos, João de Almeida (2000), *Homo Zappiens “O Feitiço da Televisão”*, Editorial Notícias.

Santos, Rogério (2003), *Jornalistas e Fontes de Informação: sua relação na perspectiva da sociologia do jornalismo*, Coimbra: Minerva.

Santos, Rogério (2007), *Indústrias Culturais. Imagens, valores e consumos*, Lisboa: Edições 70. Coleção: A Construção do Olhar.

Saperas, Enric (2000), *Os Efeitos Cognitivo Cognitivos da Comunicação de Massas: as recentes investigações em torno dos efeitos da comunicação de massas: 1970-1986*, Porto: Asa, 2ª edição.

Scolari, Carlos (2008), «Hacia la Hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo» in *Diálogos de la Comunicación*, N.º 77.

Sena, Nilza Mouzinho (2002), *A Interpretação Política do Debate Televisivo 1974/1999*, Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa.

Silva, Dora Santos (2012), *Cultura e Jornalismo Cultural*, Porto: Media XXI: Formalpress, 1ª edição.

Silveira, Joel Frederico; Cardoso, Gustavo; Belo, António (2010), *Telejornais no Início do Século XXI*, Lisboa: Colibri: Instituto Politécnico de Lisboa. Coleção Caminhos do Conhecimento, Nº 20.

Sorlin, Pierre (1997), *Mass Media*, Celta Editora.

Sousa, Helena; Santos, Luís António (2003), «RTP e Serviço Público. Um percurso de inultrapassável dependência e contradição» in Pinto, Manuel (Org.). *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público*. Braga: Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade. Coleção Comunicação e Sociedade, Nº2.

Thompson, John B. (2002), *Ideología y Cultura Moderna*. Universidad Autónoma Metropolitana.

Torres, Eduardo Cintra (2011), *A Televisão de Serviço Público*, Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Traquina, Nelson (1999), «O Espelho» in *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, Lisboa: Vega Editora, 2ª edição, pp. 167-176.

Traquina, Nelson et al. (2001), *O Jornalismo Português em Análise de Casos*, Lisboa: Caminho. Coleção Caminho, Nosso Mundo.

Tuchman, Gaye (1976), «A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objectividade dos jornalistas» in Traquina, Nelson. (1999) in *Jornalismo: questões, teorias e estórias*, Vega Editora, 2ª edição, pp. 74-90.

Vasconcelos, António Pedro (2003), *Serviço Público, interesses privados*, Lisboa: Oficina dos Livros.

Verón, Eliseo (2009), «Os públicos entre produção e recepção: problemas para uma teoria do reconhecimento» in *Revista ECO-Pós*, Nº1, Vol.12 Janeiro-Junho (pp. 11-26).

Vilches, Lorenzo (1995), *Manipulación de la Información Televisiva*, Barcelona, Buenos Aires, México: Paidós Comunicación.

Weaver, Paul H. (1999), *As Notícias de Jornal e as Notícias de Televisão* in Traquina, Nelson. *Jornalismo: questões, teorias e histórias*, Vega Editora, 2ª edição, pp. 294-305.

Wolf, Mauro (1995), *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Presença, 4ª edição.

Wolton, Dominique (1994), *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*, Coleção Comunicação, Porto: Edições ASA.

Wolton, Dominique (1997), *Pensar a Comunicação*, Lisboa: DIFEL.

Woodrow, Alain (1996), *Informação e Manipulação*, Lisboa: D. Quixote, 2ª edição. Coleção Viragem, Nº 39.

WEBGRAFIA

Adorno, Theodor W.; Horkheimer, Max (1947), *Dialética do Esclarecimento. Fragmentos Filosóficos* in <http://charlezine.com.br/wp-content/uploads/Dial%C3%A9tica-do-Esclarecimento-Adorno.pdf> (consultado a 18 de Maio de 2015).

Constituição da República Portuguesa, N^{os} 4, 5 e 6 do Art.º 38, disponível em <http://www.parlamento.pt/parlamento/documents/crp1976.pdf> (consultado a 16 de Junho de 2015).

Eco, Umberto (1983), *Teve: A Transparência Perdida* in https://midiato.files.wordpress.com/2009/09/eco_neotv.doc. (consultado a 17 de Maio de 2015).

Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais n^o 27/2007, de 30 de Julho, Arts.º 6, 50 e 51 in http://www.pgdlisboa.pt/leis/lei_mostra_articulado.php?artigo_id=923A0050&nid=923&tabela=leis&pagina=1&ficha=1&so_miolo=&nversao=#artigo (consultada a 16 de Junho de 2015).

Melo, Isabelle Anchieta de (2007), *Jornalismo Cultural: pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura*, in <http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf> (consultado a 15 de Outubro de 2015).

RTP (2015), in www.rtp.pt - Consultado de 9 de Setembro a 5 de Novembro de 2015

OUTRAS REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cardoso, Mário Rui 2015 – Anexo 1-D, entrevistado a 19 de Novembro de 2015

Conceição, Luis (2015) – Anexo 1-F, entrevistado a 11 de Novembro de 2015

Faria, João Adelino (2015 – Anexo 1-B, entrevistado a 20 de Novembro de 2015

Godinho, Florbela (2015) – Anexo 1-A, entrevistada a 26 de Novembro de 2015

Liz, Cristina (2015) – Anexo 1-E, entrevistada a 14 de Novembro de 2015

Nicolau, Teresa (2015) – Anexo 1-C, entrevistada a 26 de Novembro de 2015

ANEXOS

ANEXO 1

ENTREVISTAS EXPLORATÓRIAS

Entrevista “A”

- **Florbela Godinho**

Coordenadora de informação da RTP1 (Telejornal) e informação na RTP3

Qual a tarefa incumbida aos coordenadores dos programas de informação?

Nós, os coordenadores, tratamos do alinhamento dos programas de informação, ou seja, selecionamos, hierarquizamos e discutimos o que se coloca dentro das notícias.

Notou alguma diferença da forma como são tratadas as notícias após a mudança de direção da RTP?

Atualmente há uma maior preocupação em apostar no que é verdadeiramente a notícia e no que é importante e em relação aos assuntos culturais são tidos, nesta direção, como assuntos noticiosos importantes que devem ter lugar no telejornal. Não necessariamente no final do alinhamento, embora isso por vezes aconteça devido à hierarquia dos assuntos – naquilo que chamamos os blocos que vamos construindo ao longo do alinhamento...muitas vezes por serem algumas de cariz musical, etc, que fazem a pirâmide funcionar melhor neste sentido. Mas se se tratar de algo importante: um nobel, um pritzker, qualquer coisa que obviamente tem lugares diferenciados no alinhamento.

O Telejornal de prime-time da RTP1 cumpre os deveres de serviço público a nível de conteúdos culturais?

Sim, neste momento, acredito que cumpre. A nossa equipa tem atenção ao que é fundamental divulgar – sobretudo assuntos culturais. Atualmente, esse aspeto é uma preocupação para nós.

É possível que o Telejornal de prime-time da RTP1 seja atualmente emitido sem uma única notícia de “Artes e Espetáculos” no alinhamento?

Acontece e mais do que uma vez não haver peças de “Artes e Espetáculos” no telejornal. Mas da mesma forma que caem peças de “artes e espetáculos”, caem peças de desporto, internacional ou política. Isso é uma constante, nós temos que tomar decisões, consoante o tempo que temos para dar as notícias e de acordo com os critérios noticiosos que estão na mesa naquele dia. E quanto ao tempo, os nossos telejornais nunca vão para além de uma hora...são sempre de 45 ou 50 minutos.

Nota-se alguma diferença a nível do tipo dos conteúdos culturais que agora são emitidos, em relação aos que eram emitidos no tempo em que ainda não havia a nova direção?

Eu acho que nós não podemos avaliar os conteúdos em si, mas aquilo que representam no momento que são emitidos, ou seja, temos que avaliar não o conteúdo, mas sim o que é que aquele evento cultural tem de interesse para o público e de que forma pode ser uma mais-valia para quem nos está a ver. Penso que deve haver uma interação entre aquilo que é a notícia cultural e aquilo que é o nosso espetador. Não podemos ter um papel paternalista, nem o contrário. Deve haver uma interligação. Devemos ser abrangentes, mas ao mesmo tempo ter um papel pedagógico.

Entrevista “B”

- **João Adelino Faria**

Jornalista Pivô do Telejornal de Prime-Time da RTP1

Qual a sua opinião acerca dos conteúdos culturais emitidos (“Artes e Espetáculos”), do ponto de vista de um pivô, que tem acesso a tudo o que se vai passar e também, ao fim ao cabo, como telespetador?

A cultura começou a deixar de ter espaço em prime-time. Nós achamos que uma hora de notícias é muito pouco, mas comparativamente com os outros noticiários internacionais – é muito. Lá fora um generalista tem meia hora e consegue pôr todos os conteúdos no noticiário. Portanto, temos que começar a pensar um bocadinho na forma de fazer os telejornais. Dito isto, a cultura tem sido das mais sacrificadas; quer a cultura, quer o internacional. São duas áreas que começaram quase que a ser expelidas dos noticiários televisivos e muito erradamente porque acho que o jornal televisivo tem que ter espaço e um bocadinho de tudo... e se não há espaço, temos que cortar um bocadinho na política, na economia, onde quer que seja, para haja um bocadinho de todas as áreas relevantes e que mostram o que é a sociedade portuguesa. E a cultura ainda por maioria de razão, porque eu acho que a política nacional tem características específicas, mas é como a política em todo o mundo, (no internacional, é mundial), aquilo que nos diferencia é a cultura. Se ela estiver ausente de um telejornal generalista que é aquele que chega à maior parte da população, já que todas as noites falamos para mais de um milhão de pessoas, estamos a demitir de uma função que é mostrar um bocadinho da nossa cultura.

E a cultura pode ser tudo, pode ser um concerto de rock, uma exposição, não tem que ser a ideia de erudito...pode ser erudito...popular, o que quer que seja. Aquele espaço deve estar ali, e hoje, felizmente, temos um espaço cativo: o telejornal não acaba sem isso. Do ponto de vista pessoal, devo dizer que é das melhores coisas: depois de um telejornal duro, em que tivemos que mostrar coisas que tocam, que não podemos esquecer que aquilo não são notícias só - são reflexos do que é a vida e por vezes com muito sofrimento e problemas horríveis. Depois de falar de atentados, depois de falar de austeridade, há o que nos preenche, que sabe bem...quer como pivô, quer como telespetador, acho que é a melhor forma. Além disso as notícias são quase sempre positivas, também no sentido em que nos enriquece e até me leva a sorrir, para dizer “Até manhã”. Sinto-me mais tranquilo a dizê-lo, depois de ter mostrado aquelas coisas todas. Para além disso, é um papel fundamental e que a RTP não se pode demitir.

Eu já trabalhei em todas as privadas e eu percebo que aí é um negócio. Aqui não é um negócio: trata-se de serviço público. E um canal generalista de prime-time sem cultura...

algo está muito mal. Felizmente, ainda não tem o espaço que merece, mas já lá tem um espaço cativo.

Dizia há pouco que a temática de “Artes e Espetáculos” é um pouco prejudicada em prol de outras. Como assim, quando está no alinhamento pode cair?

Todas as peças podem cair. Ou seja, o alinhamento não é uma coisa fechada, eu costumo dizer que é como um organismo vivo. Nós decidimos na reunião de alinhamento, de manhã, o que achamos que é notícia desse dia. Claro que muda tudo ao minuto... muitas vezes me sentei ao telejornal e este acabou com um alinhamento completamente diferente porque algumas coisas aconteceram às oito horas. Depois temos que fazer contas: imagine-se que há um direto – nós nunca sabemos o que vai acontecer (ex. está previsto que o primeiro-ministro fale 3 minutos, e ele acaba por falar 20 minutos) – neste caso, cai metade do telejornal. Depois temos que fazer uma avaliação, geralmente feita pela coordenadora, e é uma decisão terrível determinar quais são as peças que vão cair. Neste caso, ela tem que ir pela prioridade e pela importância jornalística.

Antes, a cultura poderia ser mais sacrificada porque nós pensávamos que se uma peça não fosse emitida hoje, poderia ser emitida no dia seguinte. Se entrássemos nesse ritmo, a cultura acabava por ser sempre a sacrificada. Neste momento há uma linha editorial que diz que a cultura tem que fechar o telejornal.

Essa linha editorial que mencionou tem algo a ver com a recente mudança de direção?

Tem porque todas as direções têm uma perspetiva. No entanto, não se tratou apenas da mudança de direção... foi mais do que isso. A RTP passou a ter uma nova administração, um conselho independente e uma nova direção. E há regras mais definidas sobre conteúdos que têm que estar em antena e fazem parte do serviço público – a cultura é um deles. Eu costumo dizer que os meus acionistas são todos vocês, (todas as pessoas que pagam a conta da luz). Portanto quando alguém me pergunta por que é que não está lá isto ou aquilo, tem

todo o direito porque é o meu acionista, não é um fundo privado. Neste aspeto, a cultura queixava-se muito. Por que é que a cultura tem que ser empurrada para gueto?

A cultura tem que estar em prime-time e pode até abrir o telejornal, aliás já o fez - infelizmente quando Manoel de Oliveira morreu. Neste caso, também foi uma forma de o homenagear: uma abertura com dignidade. Foi dos telejornais que mais me orgulhei de fazer. Recordo-me que nesse dia utilizámos vinte de minutos de telejornal nesse assunto, quando tínhamos 40 minutos restantes.

Fizeram, inclusive, várias notícias sobre esse assunto...

Sim. Tentámos fazer várias notícias sobre isso – não foi só quem era, o que fez; fizemos um direto para Paris, com atores e realizadores internacionais; até o nosso realizador se empenhou nisso – cada peça que lançava sobre Manoel de Oliveira, era feita ao pé de uma cadeira de realização do Museu da RTP onde o próprio se sentava e com um foco de cinema. Foi muito bonito porque foi uma homenagem.

Há alguma maneira específica de apresentar notícias “Artes e Espetáculos”?

Para mim, a cultura não é só a peça... é a encenação, a forma como eu faço o pivô. Eu posso limitar-se a dizer a notícia de forma direta e clara, mas não. Eu tenho que saber mais, não me chegam meros dados. Eu tenho que seduzir as pessoas para verem aquela peça. Tem que ser mais que informação, envolvente. Também há uma forma de fazer o pivô, de apresentar, de lançar a peça e até de a realizar. Aqui já estamos mais à vontade, enquanto que na política, temos que ser imparciais e ter cuidado.

Eu na cultura quero ser parcial, quero convidar as pessoas. Quero dizer – vão ver que é muito bom, vão ler que é muito bom. Aliás, se o livro não fosse bom, não estava ali. Estas peças permitem-me tomar partido, o que contrasta com o resto do jornalismo, no resto do telejornal.

A apresentação de notícias culturais tem que ser algo com consequência...Eu levo pessoas a ler livros, a ir ao teatro...fico muito contente ao poder dizer que a peça que apresentei ontem durante apenas um minuto e meio no telejornal, esgotou no teatro. É essa também a nossa função. Às vezes não é tanto o espaço que tem, é a forma como a vendemos (no bom sentido), ao seduzir a pessoa para ver aquilo. Por exemplo eu posso falar durante dois minutos da peça x, a melhor peça do mundo, que ninguém vai ver se a montagem da peça feita pelo jornalista não for bem feita, se o texto não for cativante ou se a forma de a peça estar filmada não for diferente. A cultura é onde o repórter de imagem, o jornalista e o pivô tem mais criatividade. É até um desafio.

Tendo em conta o que referiu... a cultura mostra quem somos... Considera que o espaço dado à temática de “Artes de Espetáculos” retrata ou pode retratar a sociedade existente?

Não porque não chega, é muito difícil o telejornal retratar toda a sociedade portuguesa. O mundo e o Portugal que existe não é aquele que mostramos nas notícias e as pessoas ficam chocadas quando digo isto mas aquilo é uma amostragem do que nós achamos que são as notícias mais importantes, mas nem sempre retratam tudo.

Se a cultura tem uma peça, ou duas, na melhor das hipóteses, não retrata toda a cultura existente, mas já é um começo, uma coisa rara em Portugal. Porque se eu olhar para os outros canais, e o cabo tinha muita mais possibilidade de mencionar mais “Artes e Espetáculos” porque tem mais tempo, ninguém o faz. A cultura não pode ser um *fait-diver* só para fechar o telejornal. A temática de “Artes e Espetáculos” não está retratada, temos que fazer mais, saber fazer e pensá-la mais.

Qual o papel do pivô a nível de coordenação do telejornal?

Quem manda é a coordenação mas eu, como pivô, costumo ir às reuniões e dar a minha opinião acerca dos conteúdos. Chegamos sempre a um acordo porque temos a mesma experiência. É uma decisão difícil, mas que tem que ser tomada.

Quando a peça de cultura cai, não é grave porque raramente perde a atualidade. Se não passa hoje, passa no dia seguinte. No entanto, já fiz diretos que tiveram que ser interrompidos: nas celebrações da queda do Muro de Berlim tinha todos os convidados atrás de mim, a Angela Merkel a discursar e a emissão foi cancelada de vido a uma notícia urgente em Portugal – a bactéria de Vila Franca de Xira. Houve um grande investimento, e o trabalho teve que ser foi cancelado. Eu tinha que estar preparado para a notícia cair. No entanto, tem-se feito um esforço para manter a cultura. Apesar de a cultura poder passar no dia seguinte, há sempre que ter uma peça de cultura no telejornal.

Recordo-me que há um ano, era possível que o telejornal fosse emitido sem uma peça de “Artes e Espetáculos”, confirma?

Sim, totalmente. Isto é recente, não tem um ano. Tem a ver com a mudança da direção. Acho que cada direção/coordenação tem uma personalidade onde há uma linha criada. Concordo com a linha definida e fiquei muito contente quando soube.No entanto, por vezes, é difícil explicar a alguns jornalistas, o que não deveria acontecer, que são necessárias as notícias de cultura. Se o jornal tem princípio, meio e fim, o telejornal também tem que o ter.

Nota-se alguma diferença a nível dos próprios conteúdos de “Artes Espetáculos” antes e depois da nova direção?

Tem havido ao longo dos anos, tem fases. Eu lembro-me que há vinte anos, quando eu ainda não estava cá, a editoria de “Artes e Espetáculos” tinha um peso brutal – havia peças de 3 minutos sobre uma estreia de uma ópera no São Carlos – com o ensaio da ópera, a preparação, tudo... As peças poderiam ter até cinco minutos e também diretos.

Em todos os telejornais, na editoria de “Artes e Espetáculos”, havia uma escritora, havia um livro...No entanto, com a vinda das privadas que deram um abanão à RTP, que teve que acompanhar aquela pedalada, a RTP fez algumas coisas boas, mas também más – uma delas foi dar menos importância à parte da cultura porque os outros canais também o faziam. Acho que não podemos definir o que é a cultura no telejornal – tem que existir

bom senso, tanto se passam notícias de ópera, mais eruditas, como o Tony Carreira – cultura mais popular. Felizmente, a RTP percebeu o seu lugar, independentemente de poder ter mais ou menos audiência, tem que ser diferente dos outros canais.

Entrevista “C”

- **Teresa Nicolau,**
Atual coordenadora da editoria “Artes e Espetáculos” do Telejornal de Prime-Time da RTP1

Considera que houve alguma alteração no modo de trabalhar da editoria de “Artes e Espetáculos” com a mudança de Direção?

Houve, essencialmente, um continuar de trabalho. A verdade é quando se muda a direção de uma empresa, normalmente, há sempre uma nova política editorial. A partir daí, o que se quis foi dar mais visibilidade, no fundo, à equipa de “Artes e Espetáculos” que trabalhava diariamente assuntos culturais... E daí que a nova direção de informação tivesse de alguma forma institucionalizado a existência diária de pelo menos uma peça de cultura no telejornal. Quando falamos de cultura, falamos de coisas que têm também uma escolha editorial muito precisa... não são só fait-divers. A ideia seria efetivamente elevar cada vez mais o conceito de arte/cultura, de alguma forma, colocando também muitos dos artistas portugueses em antena e abrindo, assim, espaço para que seja a RTP também a primar por essa ideia de serviço público que é ter sempre cultura no telejornal.

Nesse caso, acha que atualmente o telejornal de prime-time da RTP cumpre com a missão de serviço público na editoria em questão?

Cumprir muito mais, ou seja, temos sido muito mais atentos e rigorosos, desse ponto de vista, com a ideia de ter sempre uma peça de cultura no telejornal de prime-time.

Fortaleceu-se mais a equipa e a ideia de que serviço público tem de ter arte e cultura na sua antena.

Nesse sentido, em que aspeto se fortaleceu a equipa na editoria de “Artes e Espetáculos”?

Ficámos com menos gente mas, de alguma forma, não havendo expressão de ideias/pessoas, acabámos por concentrar muito mais o objetivo de cumprir a ideia de serviço público numa equipa coesa e unida e que trabalha só nesse sentido. Outro aspeto é que também agarrámos a possibilidade de ter uma produtora a ajudar-nos muito nesse planeamento, o que é essencial para manter a RTP a fazer o que melhor sabe – jornalismo.

Era possível que antes da nova direção, o telejornal fosse emitido sem qualquer peça de conteúdo cultural?

Acontecia muitas vezes. Hoje em dia também em casos muito particulares acontece – no caso dos atentados de Paris – em que um assunto é muito grave e os assuntos de política, economia e sociedade acabam por cair. Nesse caso, não há possibilidade nenhuma porque não há espaço no telejornal. É normal que isso aconteça quando há, na atualidade, notícias mais importantes.

Fazendo uma análise e um olhar abrangente sobre os outros canais de televisão como a TVI ou a SIC, temos que ver que as peças de cultura desta entram às 21:20h e as da TVI às 21.15h. São programas de informação muito maiores, nesse aspeto, a RTP tem que ser muito mais seletiva nos seus temas e na sua abordagem porque tem um telejornal com menos tempo – cerca de meia hora na sua essência. Neste sentido, manter a ideia de se ter uma peça cultural todos os dias é, efetivamente, uma grande vitória e algo importante para nós, que somos serviço público.

Agora que estão a investir mais na temática de “Artes e Espetáculos”, pode dizer-se que esta retrata a realidade sociocultural portuguesa, também tendo em conta que valorizam cada vez mais os conteúdos nacionais?

Nós esforçamo-nos para isso. É óbvio que também temos sempre um olhar do ponto de vista internacional, que também é importante. Por exemplo, o facto de darmos a conhecer conteúdos culturais no telejornal como: o ensaio de *Madama Butterfly* no teatro nacional de S. Carlos, ou o quadro de El Greco que veio propositadamente para Lisboa, na exposição do Museu de Arte Antiga... são pequenos pormenores que revelam que nós damos determinada importância a assuntos que antes talvez não entrassem no telejornal, se calhar entrava só pop e rock. Agora temos um olhar mais abrangente sobre aquilo que efetivamente também nos distingue como seres humanos.

Há uma distinção dos conteúdos culturais emitidos a nível de géneros e classificações?

Eu acho que os conceitos de cultura erudita e popular acabam por ser feitos pelos jornalistas. A Paula Rego é quem é porque os jornalistas também a deram a conhecer às pessoas; a Madonna é quem é porque os jornalistas a deram a conhecer ao público. Se nós colocarmos, por exemplo, a obra de António Tavares, *O Coro dos Defuntos*, vencedora do prémio LeYa, como aconteceu e se calhar dantes não acontecia, é uma maneira de as pessoas também valorizarem aquilo que poderia até ser considerado como cultura mais distante e que “não interessava”...

Dar a conhecer é sempre uma missão de serviço público e, portanto, é esse o nosso papel. Acima de tudo acho que na direção de informação, neste momento, e daquilo que posso ver como editora de cultura, há uma preocupação, não tanto com as audiências, não tanto com aquilo que as pessoas estão habituadas a ver, mas em dar a conhecer coisas novas, partilhar os conteúdos de forma a que as pessoas conheçam quem são os nossos cantores, os nossos fadistas, os nossos escritores, os nossos artistas plásticos. Portanto, essa é também uma das missões que acho que está a ser cumprida dentro da direção de informação e dentro desta lógica de serviço público.

Entrevista “D”

- **Mário Rui Cardoso,**
Coordenador da Editoria de “Artes e Espetáculos” da RTP em Março de 2015

Mário Rui Cardoso, foste meu orientador e coordenador da editoria de “Artes e Espetáculos” enquanto eu estagiei na RTP. Lembro-me que, por vezes, havia certos obstáculos à realização de algumas reportagens. Como comentas este facto?

Isso acontecia algumas vezes: nós queríamos fazer determinado serviço que já estava marcado mas depois, por uma razão ou por outra, alguém vinha e dizia que não dava, que tínhamos que desmarcar a equipa de repórteres de imagem porque era necessária para outro serviço considerado prioritário. Mas quase sempre as pessoas responsáveis pela marcação dessas equipas de repórteres tentavam arranjar forma de eu conseguir fazer o trabalho à mesma...quer perguntando se não dava para remarcar o serviço para outra hora, quer tentando encontrar outra solução a nível de repórter (não vai esta equipa, vai outra).

Os diretores executivos chegam à coordenação dos repórteres de imagem e dizem – temos que deixar de fazer este serviço em prol de outros. Normalmente os assuntos de “Artes e Espetáculos” eram os primeiros a estar na linha para cair, caso fosse necessário mandar uma equipa para outro lado. Mas quase todos os editores executivos com quem trabalhei tinham o cuidado de arranjar uma solução para as minhas equipas.

Quem decide o alinhamento do Telejornal?

O telejornal tem um coordenador, depois há os editores executivos, que têm uma responsabilidade acrescida na definição dos assuntos do telejornal e também os coordenadores das áreas: todos se reúnem no dia e discutem quais os assuntos a ser emitidos. A direção de informação está normalmente presente na reunião: o diretor ou o diretor adjunto...O coordenador tem o seu computador na reunião e vai anotando os assuntos de forma alinhada – no alinhamento.

Como chegam os assuntos à redação?

Primeiro tem-se em atenção o que já aconteceu... o que é que os jornais da manhã trazem de notícias? É nos jornais que há notícias atuais e muito importantes. Depois, ao longo do dia, os repórteres vão tentando saber mais informação sobre o assunto que está a ser falado no jornal – na televisão, nas rádios, nas agências (textos ou imagens), também na internet ou através de informação própria dos jornalistas da redação.

Se uma notícia de cultura cair, pode ser aproveitada noutros programas?

A notícia pode ser transmitida ou não, há de tudo. Quando eu estava na coordenação de “Artes e Espetáculos”, muitos conteúdos entravam no alinhamento, mas outros também caíam, por falta de espaço, derivado de outras notícias serem mais importantes e ocuparem esse lugar. O que poderia acontecer era:

- algum dos coordenadores dizer que a notícia tinha caído mas pedir para ser guardada porque se iria tentar colocar no alinhamento do dia seguinte;

- por vezes, o assunto caía e era vendido a outros jornais, ou seja, era proposto aos coordenadores de outro jornal – Jornal da Tarde, noticiários do Bom Dia, da RTP2, ou do canal de notícias (atual RTP3).

A RTP1 cumpre com as funções de serviço público a nível de transmissão de conteúdos culturais no telejornal de prime-time?

Penso que na altura em que estive, o telejornal deveria ter passado outro tipo de conteúdos para além do que era emitido – eram quase sempre notícias populares. No entanto, a temática abarca mais coisas: teatro (não era muito falado), exposições, (só passavam as que atraíam mais gente), uma ópera no S. Carlos, (não passava).

Acho que o serviço público deveria passar outros conteúdos culturais no telejornal, para além dos que já emitem. No entanto, creio que atualmente com a nova direção, as coisas estão a mudar e está-se a investir mais na cultura.

O telejornal dedica espaço suficiente à temática “Artes e Espetáculos”?

Acho que a cultura normalmente é tratada como um assunto que se dá porque tem que se dar porque, sendo a televisão de serviço público, é necessário fazê-la, mas não é uma área que normalmente se dê muita importância e com que se perca muito tempo no telejornal, a não ser se morrer alguém ou houver um prémio muito importante. Por sistema, não é uma área que tenha a atenção que tem o desporto, a política ou a economia.

O telejornal da RTP1 retrata a realidade cultural existente no nosso país e no mundo?

A verdade é que há muita coisa acontecer. Eu recebo muitas solicitações diariamente para ir cobrir muitas coisas, então consegue-se perceber que há mil e um acontecimentos a decorrer. Por esse motivo, e por haver pouco espaço dedicado nos telejornais, creio que não retrata muito bem. No entanto, tem que haver um critério. Na minha opinião, é um pouco pessoal – eu confio na minha intuição para escolher os assuntos, tendo guias para me orientar quando tenho que seleccionar determinados conteúdos. É muito subjetivo. Por exemplo, se eu estou no serviço público, tenho que tentar acompanhar ao máximo o que se está a fazer nas instituições públicas – o teatro S. João (Porto), o teatro D. Maria, S. Carlos, Companhia Nacional de Bailado – porque são entidades que subsistem com dinheiros públicos... são as próprias entidades que nos enviam a informação.

Ao mesmo tempo, também tenho que perceber o que está a ter expressão popular na minha área – que é muito importante. Temos que estar atentos aos acontecimentos do momento, há muitos critérios – eu não faço apenas o que decido fazer. Por vezes, recebia pedidos do coordenador do telejornal para fazer algo, ou as minhas propostas nas reuniões não eram aceites e eles apresentavam-me outras.

A RTP tem parcerias? Como funciona o processo noticioso nesse contexto?

Sim, temos muitas. Quando eu era coordenador, muitas vezes esse era um critério para decidir o que se fazia. A parceria não se faz com os cantores, mas por projeto... faz-se para

um espetáculo ou determinado acontecimento. A pareceria é proposta à RTP para promoção do evento – media partners. Depois há protocolos – a RTP tem um protocolo com o Teatro Nacional de S. Carlos para promoção dos respetivos espetáculos. No entanto, a RTP tem, neste caso, que promover os projetos nos espaços específicos de promoção, e não no telejornal. O telejornal não tem obrigatoriamente que o fazer porque esse aspeto não consta no protocolo – os conteúdos dos telejornais têm que ser emitidos com base em linhas editoriais. O que acontece é que por vezes, o tratamento editorial/noticioso/informativo resultante dessas promoções, acaba por fazer notícia para o telejornal e entrar no alinhamento.

Entrevista “E”

- **Cristina Liz**

Jornalista da Editoria de “Artes e Espetáculos” da RTP1

A RTP1 cumpre com as funções de serviço público a nível de transmissão de conteúdos culturais no telejornal?

É sempre discutível se a RTP deveria ter mais ou menos cultura nos noticiários. Os critérios variam consoante as ideias da Direção de Informação. No entanto, a verdade é que a RTP não só cumpre o Serviço Público em termos de notícias sobre cultura, como é provavelmente a televisão que mais notícias sobre cultura emite em Portugal. Além disso, tem neste momento um programa específico sobre temas culturais. A missão de Serviço Público fica assim assegurada.

Na sua opinião, qual o grau de presença da temática de cultura no telejornal da RTP1?

A Cultura raramente é um tema de abertura de Telejornal. Normalmente são notícias de política (eleições), de política internacional, de economia, de grandes acontecimentos nacionais ou internacionais (como ataques terroristas), ou de sociedade (catástrofes naturais, ou desastres com grande impacto, etc.). As notícias de cultura aliadas ao prazer

que a cultura transmite, surgem normalmente na segunda parte do jornal, mais perto do fecho do jornal, para acabar com temas mais alegres.

Todas as notícias da temática de cultura prontas pelos jornalistas e já no alinhamento são emitidas no Telejornal ou podem ser canceladas?

Nem todas as reportagens já finalizadas e alinhadas são emitidas. Sejam elas de cultura, de sociedade, de política de internacional, de economia... O Telejornal da RTP só pode, em termos legais, ter 60 minutos de duração, no máximo. A limitação de tempo condiciona muitas vezes as decisões do coordenador. Ele tem que fazer opções em tempo real. Até ao fim do Telejornal, o alinhamento está em constante mudança, nunca fica “fechado”. Pode haver notícias a acontecer àquela hora, e como é em direto, estas podem absorver novas informações que não estavam previstas; podem acrescentar-se novas reportagens, assim como podem existir intervenções de jornalistas ou entrevistados em diretos que se podem prolongar mais do que o previsto. Como é natural, estando as notícias de cultura mais para o fim, acabam muitas vezes por ser sacrificadas, mas não são as únicas. Há por exemplo muitas notícias de sociedade que igualmente acabam por “cair”. Muitas delas não têm uma atualidade que as obrigue a passar nesse dia e são quase sempre aproveitadas para o dia seguinte. Não o sendo, acabam por passar noutros noticiários da RTP, nomeadamente na RTP3.

Considera que o telejornal da RTP1 retrata a realidade cultural existente no nosso país e no mundo?

O Telejornal faz a cobertura dos acontecimentos culturais mais relevantes em Portugal e no Mundo. Como é óbvio, tratando-se de um jornal generalista, onde têm que entrar muitos outros temas, não fará propositadamente uma cobertura integral do que se passa em termos culturais em Portugal e no Mundo. É para isso que serve o programa de cultura. E se alguém quer ficar a conhecer o panorama global da cultura em Portugal, procurará como é lógico, publicações escritas específicas sobre a temática, sem constrangimentos de tempo ou espaço. A Televisão, e sobretudo os jornais generalistas, são por definição, meios que

não conseguem aprofundar muito cada tema. As reportagens são em si mesmas um pequeno resumo com apenas um minuto e meio, dois, de duração.

Excluindo o facto de importância e urgência, costuma ser dada prioridade a alguma temática de notícias (ex. sociedade), perante a cultura?

A prioridade das reportagens alinhadas do Telejornal tem a ver com uma série de fatores. Não há qualquer discriminação em relação à Cultura. Os fatores que alinham as reportagens mais para cima ou mais para baixo no alinhamento, predem-se: atualidade, gravidade do assunto, proximidade com o público-alvo (portugueses no caso do Telejornal), globalidade dos temas (se afetam mais ou menos pessoas), etc... E prende-se também com a sensibilidade do coordenador do Telejornal naquele dia – pode dar mais ou menos importância a um jogo de futebol ou a um concerto de música. Neste aspeto, a escolha do alinhamento é sempre também um pouco subjetiva. Por isso, a Direção de Informação confia ao Telejornal apenas pessoas em que deposita total confiança.

Entrevista “F”

- **Luis Conceição**

Estagiário na Editoria de Sociedade da Redação de Informação da RTP1 de 20 de Outubro 2015 a 12 de Junho de 2015

A RTP1 cumpre com as funções de serviço público a nível de transmissão de conteúdos culturais no telejornal?

Acho que a RTP1 transmite alguns conteúdos de cultura, mas não com tanto relevo como outros conteúdos – política, economia, internacional – que acabam por ter mais destaque. No entanto, e tendo em vista que sou igualmente telespetador de telejornais de outros canais, dos três canais, a RTP1 é quem mais transmite notícias de cultura porque se trata de um canal de serviço público.

Na sua opinião, qual o grau de presença da temática de cultura no telejornal da RTP1?

Considero que independentemente de tudo, a cultura é a temática que menos se verifica, sem dúvida, no telejornal. É sempre a que tem menos destaque, a que perde prioridade para as outras, a não ser que seja um assunto tão importante que se possa sobrepor às outras temáticas: por exemplo, a morte do cineasta Manoel de Oliveira. Esta peça só ganhou destaque porque se tratou de uma morte. O caso dos Óscares também é um bom exemplo: como teve destaque a nível internacional, a RTP1 igualmente o assumiu.

Todas as notícias da temática de cultura prontas pelos jornalistas e já no alinhamento são emitidas no Telejornal ou podem ser canceladas?

Como estagiário que fui durante sete meses, observei muitas coisas. Verifiquei que das notícias já definidas no alinhamento do telejornal...muitas vezes as de cultura acabavam por ser substituídas por outras peças com mais importância e destaque, tendo em conta a linha editorial e preferências a nível de coordenação do telejornal.

(Se canceladas, geralmente acontece com qualquer temática ou apenas de cultura? Qual o motivo?)


Pode acontecer com qualquer temática, caso haja uma notícia de última hora que faça cair determinada notícia (acidentes, desastres, atentados), contudo, o que presenciei muitas vezes foi que as notícias que normalmente perdiam importância para algum assunto eram cultura ou sociedade (caso não houvesse algo que acrescentasse valor), isto porque o valor de notícia negativo acaba por ser preferência para o telejornal e as notícias de cultura costumam ter valor positivo. Um motivo que reparei era que muitas das notícias de cultura tinham pouca duração; por outro lado, a maioria das notícias de cultura apareciam mais para o fim do telejornal porque, em geral, as notícias culturais acabam por ser mais “soft news” do que um assunto de peso que assumam os primeiros lugares da grelha. Outro motivo é o facto de que a maior parte das peças culturais são “offs”, e valorizam-se mais os diretos porque dão mais dinâmica e realidade ao telejornal.

Considera que o telejornal da RTP1 retrata a realidade cultural existente no nosso país e no mundo?

Não, tendo em conta que se fizéssemos uma percentagem, a cultura representa em 100% daquilo que aparece no telejornal, uma parte muito pequena de vários talentos portugueses reconhecidos mundialmente. Portugal pode ter muito destaque a nível mundial mas muitos desses factos são pouco conhecidos, não são falados e acabam por ter pouco destaque. As notícias aparecem sempre no final do telejornal, como se fosse uma “descompressão” daquilo que foi dito antes ou uma mera nota de curiosidade para quebrar a tensão do telejornal.

ANEXO 2

Grelha de Variáveis para Análise de Dados

 VARIÁVEIS		
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos	<ul style="list-style-type: none">• Música<ul style="list-style-type: none">a1) Festivais de músicaa2) Concertos/Tributosa3) Solidariedadea4) Lançamento de álbuma5) Concursosa6) Outros• Dança<ul style="list-style-type: none">b1) festivais de dançab2) Espetáculos/Tributosb3) Solidariedadeb4) Concursosb5) Outros• Teatro<ul style="list-style-type: none">c1) Espetáculos/Tributosc2) Solidariedadec3) Outros• Cinema<ul style="list-style-type: none">d1) Festival de Cinemad2) Lançamentosd3) Solidariedaded4) Concursosd5) Outros• Literatura<ul style="list-style-type: none">e1) Festivais/Feirase2) Lançamentose3) Solidariedadee4) Concursose5) Outros• Ópera<ul style="list-style-type: none">f1) Concertosf2) Lançamentosf3) Solidariedadef4) Concursosf5) Outros• Pintura<ul style="list-style-type: none">g1) Festivaisg2) Lançamentos /Exposiçõesg3) Solidariedadeg4) Concursosg5) Outros• Escultura<ul style="list-style-type: none">h1) Festivaish2) Lançamentos/Exposiçõesh3) Solidariedadeh4) Concursosh5) Outros• Fotografia<ul style="list-style-type: none">i1) Festivais

		i2) Lançamentos /Exposições i3) Solidariedade i4) Concursos i5) Outros <ul style="list-style-type: none"> • Atividades em Museus • Artes Plásticas k1) Festivais k2) Lançamentos/Exposições k3) Solidariedade k4) Concursos k5) Outros <ul style="list-style-type: none"> • Prémios, Carreiras e Eventos de Vida • Shows televisivos, de rádio e multimédia • Acontecimentos/Comemorações culturais/históricas • Morte de artista • Outros
<i>Forma</i>	- Direto - Diferido - Relato Misto	
<i>Duração do Telejornal</i>	- Tempo útil do Telejornal	
<i>Tempo da notícia</i>	- Duração de cada notícia de Telejornal	
<i>Natureza</i>	- Soft - Hard	
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano nacional - Plano internacional	- Lisboa, Porto... - Resto do mundo
<i>Posicionamento</i>	-Localização da Notícia no Tj	
<i>Valência</i>	- Positiva - Negativa - Neutra	

ANEXO 3

Variáveis de Colocação das Notícias

1ª PERÍODO - MARÇO 2015

1 de Março 2015 - Rádio Comercial lança campanha para recuperar o tema “Umbadá”, de Jorge Fernando, que ficou em 4º lugar no Festival da Canção em 1985.	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a1) Festivais de música
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:05.54
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.50 min. (última notícia da I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 1

1 de Março 2015 - Cuca Roseta com novas parecerias no seu novo álbum, conta com a colaboração do brasileiro Djavan.	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a4) Lançamento de álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:05.54
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	21.05 min. (terceira notícia da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 2

1 de Março 2015 - Já está nas salas de cinema o novo filme de Tim Burton, baseado em factos reais: <i>Olhos Grandes</i>	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:00.54
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional
<i>Posicionamento</i>	21.07 min. (quarta da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 3

2 de Março 2015 - Filme <i>Música no Coração</i> comemora 50 anos	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d5) Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:57.57
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.59 min. (última notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 4

3 de Março 2015 - Arranca hoje o Festival da Canção, a primeira semi-final	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a1) Festivais de música
<i>Forma</i>	Relato Misto
<i>Duração do Telejornal</i>	01:03.08
<i>Tempo da notícia</i>	5 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.42 min. (última notícia da I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 5

4 de Março 2015 - Já estão escolhidos os primeiros finalistas do Festival da Canção	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a1) Festivais de Música
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.55
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.58 min. (última notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro6

5 de Março 2015 - Hoje começa a segunda semifinal do Festival da Canção	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a1) Festivais de Música
<i>Forma</i>	Relato Misto
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.21
<i>Tempo da notícia</i>	4 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.56 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro7

5 de Março 2015 - Arte Portuguesa nos EUA	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos K) Artes Plásticas k2) Exposições
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.21
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	21.05 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro8

6 de Março 2015 – Anúncio da nova linha de sapatos para CR7 com Ronaldo a dançar faz furor na internet	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos L) Prémios, Carreiras e Eventos de Vida
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.47
<i>Tempo da notícia</i>	1 minuto
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.57 min. (última notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro9

7 de Março 2015 – Visita ao Museu da RTP pela comemoração dos 58 anos da RTP	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos J) Atividades em Museus
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:38.36
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.31 min. (última notícia - I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 10

7 de Março 2015 – Vai ser hoje escolhida a canção vencedora do Festival da Canção a representar Portugal na Eurovisão	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos • Música a1) Festivais de Música
<i>Forma</i>	Relato Misto
<i>Duração do Telejornal</i>	00:38.36
<i>Tempo da notícia</i>	4 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.41 min. (última notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 11

8 de Março 2015 – Joana Vasconcelos apresenta a sua mais grandiosa obra – Valkyrie Octopus em Macau	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos K) Artes Plásticas k2) Exposições
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:07.24
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.49 min. (última notícia - I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 12

8 de Março 2015 – As salas de cinema portuguesas têm cada vez menos espetadores	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d5) Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:07.24
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.58 min. (primeira notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Negativa

Quadro 13

8 de Março 2015 – Novo disco de Madonna – “Rebel Heart”	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a4) Lançamento de álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:07.24
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional
<i>Posicionamento</i>	21.02 min. (terceira notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 14

8 de Março 2015 – Um robot é a estrela do novo filme do realizador de <i>Distrito 9</i>	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:07.24
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional
<i>Posicionamento</i>	21.00 min. (segunda notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 15

8 de Março 2015 – Leonor Andrade escolhida para representar Portugal na Eurovisão	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espectáculos A) Música a1) Festivais de Música
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:07.24
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	21.04 min. (quarta notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 16

8 de Março 2015 – Fado em Tavira para os turistas	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espectáculos A) Música a6) Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:07.24
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Tavira
<i>Posicionamento</i>	21.07 min. (última notícia - II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 17

9 de Março 2015 – NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:54.49
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 18

10 de Março 2015 – NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.28
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 19

11 de Março 2015 – NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:51.31
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 20

12 de Março 2015 – NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:44.00
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 21

13 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:54.16
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 22

14 de Março 2015 – Dakota – os primeiros aviões da TAP eram os míticos aviões americanos	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos N)Acontecimentos/Comemorações culturais/ históricos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:40.17
<i>Tempo da notícia</i>	5 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20:42 min. (segunda notícia - II parte)
<i>Valência</i>	Neutra

Quadro 23

15 de Março 2015 – Ballet Gulbenkian – companhia foi extinta de forma abrupta há dez anos	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos B) Dança b5) Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:02.40
<i>Tempo da notícia</i>	4 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	21:04 min. (segunda notícia - II parte)
<i>Valência</i>	Negativa

Quadro 24

16 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.10
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 25

17 de Março 2015 – Caetano Veloso e Gilberto Gil em Oeiras no EDP Cooljazz	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a2) Concertos/Tributos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.42
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20:44 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 26

17 de Março 2015 – Intérprete de língua gestual foi estrela no festival da canção sueco e sucesso na internet	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos • Música a1) Festivais de Música
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.42
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional - Suécia
<i>Posicionamento</i>	20.59 min. (única notícia da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 27

17 de Março 2015 – Descoberta dos restos mortais de Cervantes	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espectáculos P) Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.42
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional - Madrid
<i>Posicionamento</i>	20:40 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 28

18 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:42.28
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 29

19 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:42.25
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 30

20 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:52.42
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 31

21 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:36.54
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 32

22 de Março 2015 – Parque de Serralves colocado entre os 250 jardins mais notáveis do mundo (uma obra de arte)	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos P) Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:01.49
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	-Plano Nacional - Porto
<i>Posicionamento</i>	21.06 min. (segunda notícia da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 33

23 de Março 2015 – Projeto artístico com 30 graffitis na Quinta do Mocho é finalista numa galeria em concurso europeu	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espectáculos K) Artes Plásticas k4) Concursos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:36.54
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Loures
<i>Posicionamento</i>	20:44 min. (última notícia da I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 34

23 de Março 2015 – GNR lançam novo álbum - Caixa Negra	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espectáculos 1. Música a4) Lançamento de Álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:54.00
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Porto
<i>Posicionamento</i>	20:58 min. (única notícia da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 35

23 de Março 2015 – Novo Museu dos Coches abre portas em Maio	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espectáculos J) Atividades em Museus
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:54.00
<i>Tempo da notícia</i>	4 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20:55 min. (primeira notícia da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 36

24 de Março 2015 – Morreu Herberto Helder – o poeta dos poetas (homenagem/referência no resumo)	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos 1. Morte de Artista
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:58.39
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20:37 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Negativa

Quadro 37

24 de Março 2015 – Herberto Helder – quem era este poeta misterioso?	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos O) Morte de Artista
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00.58.39
<i>Tempo da notícia</i>	3 min.
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20:39 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Negativa

Quadro 38

25 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:53.07
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 39

26 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:50.25
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 40

27 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.50
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 41

28 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:42.01
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 42

29 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:26.58
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 43

30 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:57.42
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 44

31 de Março 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:26.38
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 45

ANEXO 4

2ª PERÍODO - NOVEMBRO 2015

1 de Novembro 2015 - Morreu o cineasta Fonseca e Costa	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos O) Morte de Artista
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:57.53
<i>Tempo da notícia</i>	6 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.14 (I Parte)
<i>Valência</i>	Negativa

Quadro 46

1 de Novembro 2015 - Filme “Il Solengo” de Alessio Rigo de Righi e Matteo Zoppis vence a competição internacional do DocLisboa 2015	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d4) Concursos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:57.53
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional/Internacional
<i>Posicionamento</i>	20.50 (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 47

1 de Novembro 2015 – Reconstituição em vídeo 3D e através de gravuras do terramoto de Lisboa de 1755 por vários artistas.	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos N) Acontecimentos/ Comemorações culturais/históricas
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:57.53
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.58 (única da II Parte)
<i>Valência</i>	Neutra

Quadro 48

2 de Novembro 2015 – Morreu o realizador Fonseca e Costa	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos O) Morte de Artista
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.08
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.46 (I Parte)
<i>Valência</i>	Negativa

Quadro 49

2 de Novembro 2015 – Armando Teixeira tem um novo disco “Arqueologia”	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos • Música a4) Lançamento de álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.08
<i>Tempo da notícia</i>	1.50 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.49 (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 50

3 de Novembro 2015 – NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:29.24
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 51

4 de Novembro 2015 - “As Sufragistas” – estreia esta semana nas salas de cinema. As atrizes Meryl Streep e Helena Bonham Carter falaram com a RTP.	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:47.36
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional
<i>Posicionamento</i>	20.53 (única da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 52

5 de Novembro 2015 - James Bond regressa às salas de cinema	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:46.12
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional
<i>Posicionamento</i>	20.48 (única da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 53

6 de Novembro 2015 - Lisbon & Estoril Film Festival começa hoje	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d1) Festival de Cinema
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.56
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.44 (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 54

6 de Novembro 2015 - Lisbon & Estoril Film Festival – realizador Nanni Moretti está em Portugal para a ante-estreia do filme “Mia Madre”	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d1) Festival de Cinema
<i>Forma</i>	Relato Misto
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.56
<i>Tempo da notícia</i>	5 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.46 (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 55

7 de Novembro 2015 - Concerto de Rui Veloso com lotação esgotada	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a2) Concertos/Tributos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:40.16
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.43 (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 56

8 de Novembro 2015 - Wim Wenders está em Portugal para o Film Festival	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d1) Festival de Cinema
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:58.15
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.45 (única parte do tj)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 57

8 de Novembro 2015 - Retornados são tema de exposição em Lisboa	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d1) Festival de Cinema
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:53.15
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.37 (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 58

8 de Novembro 2015 - Novo disco dos Deolinda	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos • Música a4) Lançamento de Álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:58.15
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.57 (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 59

9 de Novembro 2015 - estreia do filme da vida de Cristiano Ronaldo	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:53.15
<i>Tempo da notícia</i>	1 minuto
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.40 (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 60

9 de Novembro 2015 - “Tais e Quais” é um projeto que junta grandes nomes da música portuguesa, como João Gil, Jorge Palma, Tim e Vitorino	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a4) Lançamento de Álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	01:03.48
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.59 (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 61

10 de Novembro 2015 - Cineasta que venceu o óscar de melhor realizador com o filme “O Silêncio dos Inocentes” é um dos homenageados no Lisbon & Estoril Film Festival	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d1) Festival de Cinema
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:57.23
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional -Lisboa / Estoril
<i>Posicionamento</i>	20.58 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 62

11 de Novembro 2015 - O Livro “O Coro dos Defuntos”, prémio Leya 2015 nas bancas a partir de terça-feira.	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos E) Literatura e2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:48.10
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.45 (única parte do tj I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 63

12 de Novembro 2015 - NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:48.10
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 64

13 de Novembro 2015 - NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.41
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 65

14 de Novembro 2015 - NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:45.21
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 66

15 de Novembro 2015 - “Magnífica e Miserável” é o nome da obra do investigador Ricardo Soares de Oliveira sobre Angola no pós-guerra	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos E) Literatura e2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.07
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional - Angola
<i>Posicionamento</i>	20.36 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 67

15 de Novembro 2015 - Prémios do Film Festival de Lisboa e Estoril são entregues na última noite do festival	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d1) Festival de Cinema
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.07
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.43 min (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 68

15 de Novembro 2015 - Luis Miguel Cintra deixa os palcos mas vai continuar a trabalhar como encenador	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos • Prémios, Carreiras e Eventos de Vida
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.07
<i>Tempo da notícia</i>	3 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.45 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Neutra

Quadro 68

16 de Novembro 2015 – NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:53.58
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 70

17 de Novembro 2015 - NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:27.27
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 71

18 de Novembro 2015 - A AMI celebrou os 30 anos com o livro <i>Toda a Esperança do Mundo</i>	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos E)Literatura e2) Lançamentos L)Prêmios, Carreiras e Eventos de Vida
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00.57.33
<i>Tempo da notícia</i>	1.50 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional
<i>Posicionamento</i>	20.51 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 72

18 de Novembro 2015 - o “Leão da Estrela” está de volta, com um remake de Leonel Vieira

<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:57.33
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.59 min. (única notícia da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 73

19 de Novembro 2015 - “Profissionais da Crise” é uma sátira humorística dos bastidores das campanhas eleitorais

<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos D) Cinema d2) Lançamentos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.24
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.50 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 74

19 de Novembro 2015 - Anselmo Ralph lança o seu primeiro disco com o nome em inglês – After Party.

<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos • Música a4) Lançamento de Álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.24
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20.57 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 75

20 de Novembro 2015 - NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.41
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 76

21 de Novembro 2015 - NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:36.56
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 77

22 de Novembro 2015 - Ana Moura lança o sexto disco – “Moura”	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a4) Lançamento de Álbum
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:56.58
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.58 min. (única da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 78

23 de Novembro 2015 - One Direction vencedores dos American Music Awards e noite de tributo às vítimas dos atentados em Paris

<i>Categoria Temática</i>	A) Música a2) Concertos/Tributos L) Prémios, Carreiras e Eventos de Vida
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:55.47
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Internacional - California
<i>Posicionamento</i>	20.57 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 79

24 de Novembro 2015 - NÃO HOUVE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”

<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:27.29
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 80

25 de Novembro 2015 – Rufus Wainwright – músico POP, estreia Ópera “Prima Donna” na Fundação Gulbenkian

<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espectáculos F) Ópera f1) Concertos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:50.11
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.52 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 81

26 de Novembro 2015 - Adele em Portugal pela primeira vez depois de uma pausa de quatro anos

<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A) Música a2) Concertos/Tributos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:43.20
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.49 min. (única notícia da II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 82

27 de Novembro 2015 - Noite de celebração do Fado como Património da Humanidade há quatro anos atrás

<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos • Acontecimentos/ Comemorações culturais/históricas
<i>Forma</i>	Direto
<i>Duração do Telejornal</i>	00:52.05
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa / Campo Pequeno
<i>Posicionamento</i>	20.46 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 83

27 de Novembro 2015 - Monumento do Forte da Graça, classificado como património da Humanidade, foi restaurado

<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos P) Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:52.05
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Elvas
<i>Posicionamento</i>	20.36 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 84

27 de Novembro 2015 - Música na Avenida da Liberdade – grandes nomes no Festival Mexfest	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A)Música a1) Festivais de música
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:52.05
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.59 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 85

28 de Novembro 2015 - Circo Chen estará até 17 de Janeiro, em Lisboa	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos P)Outros
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:36.15
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.31 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 86

28 de Novembro 2015 - Xutos e Pontapés voltam ao registo acústico com espetáculo “Se me amas”. Atuam esta noite (Guimarães) e no dia 18 de Dezembro (Lisboa)	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos A)Música a2) Concertos/Tributos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:36.15
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional Guimarães / Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20.42 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 87

29 de Novembro 2015 - NÃO HOUE NOTÍCIAS DE “ARTES E ESPETÁCULOS”	
<i>Categoria Temática</i>	
<i>Forma</i>	
<i>Duração do Telejornal</i>	00:59.40
<i>Tempo da notícia</i>	
<i>Natureza</i>	
<i>Tratamento Geográfico</i>	
<i>Posicionamento</i>	
<i>Valência</i>	

Quadro 88

30 de Novembro 2015 - 80 anos da morte de Fernando Pessoa assinalados com publicação de inéditos	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos <ul style="list-style-type: none"> Acontecimentos/ Comemorações culturais/históricas
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:53.30
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20:37 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 89

30 de Novembro 2015 - Marcelino Sambé, português solista do Royal Ballet em Londres, entra no bailado “A Bela Adormecida”, da Companhia Nacional em Dezembro	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos B) Dança b2) Concertos / Tributos
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:53.30
<i>Tempo da notícia</i>	2 minutos
<i>Natureza</i>	Hard
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional - Lisboa
<i>Posicionamento</i>	20:39 min. (I Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 90

30 de Novembro 2015 - RTP recebe prémio que distingue marcas por prestígio e excelência, na gala superbrand.	
<i>Categoria Temática</i>	Artes e Espetáculos L)Prémios, Carreiras e Eventos de Vida
<i>Forma</i>	Diferido
<i>Duração do Telejornal</i>	00:53.30
<i>Tempo da notícia</i>	1 minuto
<i>Natureza</i>	Soft
<i>Tratamento Geográfico</i>	- Plano Nacional
<i>Posicionamento</i>	20:57 min. (II Parte)
<i>Valência</i>	Positiva

Quadro 91

ANEXO 5

Grelha de Variáveis com os Valores do 1ª PERÍODO

Notícias incluídas no resumo do telejornal		
21%	3 Março	Arranca hoje o Festival da Canção
	6 Março	Anúncio Cristiano Ronaldo
	7 Março	Vai ser eleita a vencedora do Festival da Canção
	17 Março	Leonor Andrade vencedora do Festival da Canção
	23 Março	Descobertos restos mortais de Cervantes
	24 Março	Morreu Herberto Helder

Quadro 1

Dias com e sem notícias																		Total	Total %
C/	1	2	3	4	5	6	7	8	14	15	17	22	23	24				14	45%
S/	9	10	11	12	13	16	18	19	20	21	25	26	27	28	29	30	31	17	55%

Quadro 2

Número notícias dadas por dia em relação ao total de notícias (28)															
Dia	1	2	3	4	5	6	7	8	14	15	17	22	23	24	
Nº.	3	1	1	1	2	1	2	6	1	1	3	1	3	2	
%	10,6	3,6	3,6	3,6	7,2	3,6	7,2	21,4	3,6	3,6	10,6	3,6	10,6	7,2	
Média	2 notícias por dia														

Quadro 3

Subcategorias		Total	Total %
A) Música Total 12 Total 42,9%	a1) Festivais de Música	7	25%
	a2) Concertos/Tributos	1	3.6%
	a3) Solidariedade	0	0
	a4) Lançamento de Álbum	3	10.7
	a5) Concursos	0	0
	a6) Outros	1	3.6
B) Dança Total 1 Total 3,6%	b1) Festivais de Dança	0	0
	b2) Espetáculos/Tributos	0	0
	b3) Solidariedade	0	0
	b4) Concursos	0	0
	b5) Outros	1	3.6
C) Teatro Total 0	c1) Espetáculos/Tributos	0	0
	c2) Solidariedade	0	0
	c3) Outros	0	0
D) Cinema Total 4 Total 14,2%	d1) Festival de Cinema	0	0
	d2) Lançamentos	2	7.1
	d3) Solidariedade	0	0
	d4) Concursos	0	0
	d5) Outros	2	7.1
E) Literatura Total 0	e1) Festivais/Feiras	0	0
	e2) Lançamentos	0	0
	e3) Solidariedade	0	0
	e4) Concursos	0	0
F) Ópera Total 0	f1) Concertos	0	0
	f2) Lançamentos	0	0
	f3) Solidariedade	0	0
	f4) Concursos	0	0
	f5) Outros	0	0
G) Pintura Total 0	g1) Festivais	0	0
	g2) Lançamentos/Exposições	0	0
	g3) Solidariedade	0	0
	g4) Concursos	0	0
	g5) Outros	0	0
H) Escultura Total 0	h1) Festivais	0	0
	h2) Lançamentos/Exposições	0	0
	h3) Solidariedade	0	0
	h4) Concursos	0	0
	h5) Outros	0	0
I) Fotografia Total 0	i1) Festivais	0	0
	i2) Lançamentos/Exposições	0	0
	i3) Solidariedade	0	0
	i4) Concursos	0	0
	i5) Outros	0	0

J) Atividades em Museus Total 2 Total 7,1%	-	2	7.1
K) Artes Plásticas Total 3 Total 10,8%	k1) Festivais	0	0
	k2) Lançamentos/Exposições	2	7.1
	k3) Solidariedade	0	0
	k4) Concursos	1	3.6
	k5) Outros	0	0
L) Prémios, Carreiras e Eventos de Vida Total 1 Total 3,6%	-	1	3.6
M) Shows televisivos, de rádio e Multimédia Total 0 Total 0	-	0	0
N) Acontecimentos/Celebrações culturais/históricas Total 1 Total 3,6	-	1	3.6
O) Morte de Artista Total 2 Total 7,1	-	2	7.1
P) Outros Total 2 Total 7,1	-	2	7.1

Quadro 4

Forma	Total	Total %
Diferido	25	89.3%
Direto	0	0
Relato Misto	3	10.7%

Quadro 5

Duração Média Mensal do Telejornal	
Dia	Duração
1	01:05.54
2	00:57.57
3	01:03.08
4	00:55.55
5	00:55.21
6	00:55.47
7	00:38.36

8	01:07.24
9	00:54.49
10	00:56.28
11	00:51.31
12	00:44.00
13	00:54.16
14	00:40.17
15	01:02.40
16	00:56.10
17	00:56.42
18	00:42.28
19	00:42.25
20	00:52.42
21	00:36.54
22	01:01.49
23	00:54.00
24	00:58.39
25	00:53.07
26	00:50.25
27	00:55.50
28	00:42.01
29	00:26.58
30	00:57.42
31	00:26.38
Duração Média	00:51.35

Quadro 6

Duração Média do Telejornal sem notícias de “Artes e Espetáculos”	
Dia	Duração
9	00:54.49
10	00:56.28
11	00:51.31
12	00:44.00
13	00:54.16
16	00:56.10
18	00:42.28
19	00:42.25
20	00:52.42
21	00:36.54
25	00:53.07
26	00:50.25
27	00:55.50
28	00:42.01
29	00:26.58

30	00:57.42
31	00:26.38
Duração Média	00:47.12

Quadro 7

Duração Média Mensal do Telejornal com notícias de “Artes e Espetáculos”	
Dia	Duração
1	01:05:54
2	00:57.57
3	01:03:08
4	00:55.55
5	00:55.21
6	00:55.47
7	00:38.36
8	01:07.24
14	00:40.17
15	01:02.40
17	00:56.42
22	01:01.49
23	00:54.00
24	00:58.39
Duração Média	00:56.49

Quadro 8

Duração Média de cada notícia em relação à duração total do Telejornal			
Dia	Duração de cada (min.)	Duração Total (min.)	Duração Total %
1	3	8	12
	2		
	3		
2	2	2	3.5
3	5	5	12.7
4	3	3	5.4
5	4	6	10.9
	2		
6	1	1	1.8
7	2	6	15.6
	4		
8	2	14	20.8
	3		
	2		

	2		
	3		
	2		
14	5	5	12.4
15	4	4	6.4
	3		
17	2	7	12.4
	2		
22	3	3	4.9
	3		
23	4	9	16.7
	2		
24	2	5	8.6
	3		
Duração Média	2.50 minutos	-	

Quadro 9

Natureza	Total	Total %
Soft	17	60.7%
Hard	11	39.3%

Quadro 10

Tratamento Geográfico	Total	Total %
Plano Nacional	23	82.1%
Plano Internacional	5	17.9%

Quadro 11

Posicionamento	Total	Total %
I Parte	8	28.6%
II Parte	20	71.4%

Quadro 12

Valência	Total	Total %
Positiva	23	82.1%
Negativa	4	14.3%
Neutra	1	3.6%

Quadro 13

ANEXO 6

Grelha de Variáveis com os Valores do 2º PERÍODO

Notícias incluídas no resumo do telejornal		
19.4%	1 Novembro	Morreu o cineasta Fonseca e Costa
	8 Novembro	Wim Wenders está em Portugal para o Film Festival
	9 Novembro	Estreia do filme da vida de Cristiano Ronaldo
	15 Novembro	Luis Miguel Cintra deixa os palcos mas vai continuar a trabalhar como encenador
	18 Novembro	o “Leão da Estrela” está de volta, com um remake de Leonel Vieira
	22 Novembro	Ana Moura lança o sexto disco – “Moura”
	26 Novembro	Adele em Portugal pela primeira vez depois de uma pausa de quatro anos

Quadro 14

Dias com e sem notícias																				Total	Total%	
C /	1	2	4	5	6	7	8	9	10	11	15	18	19	22	23	25	26	27	28	30	20	66.7%
S /	3	12	13	14	16	17	20	21	24	29											10	33.3%

Quadro 15

Número notícias dadas por dia em relação ao total de notícias (36)		
Dia	Nº.	%
1	3	8.3%
2	2	5.6%
4	1	2.8%
5	1	2.8%
6	2	5.6%
7	1	2.8%
8	3	8.3%
9	2	5.6%
10	1	2.8%
11	1	2.8%
15	3	8.3%
18	2	5.6%

19	2	5.6%
22	1	2.8%
23	1	2.8%
25	1	2.8%
26	1	2.8%
27	3	8.3%
28	2	5.6%
30	3	8.3%
Média	2 notícias por dia	

Quadro 16

Subcategorias		Total	Total %
A) Música Total 10 Total 27.8%	a1) Festivais de Música	1	2.8%
	a2) Concertos/Tributos	4	11.1%
	a3) Solidariedade	0	0
	a4) Lançamento de Álbum	5	13.9%
	a5) Concursos	0	0
	a6) Outros	0	0
B) Dança Total 1 Total 2.8%	b1) Festivais de Dança	0	0
	b2) Espetáculos/Tributos	1	2.8%
	b3) Solidariedade	0	0
	b4) Concursos	0	0
	b5) Outros	0	0
C) Teatro Total 0	c1) Espetáculos/Tributos	0	0
	c2) Solidariedade	0	0
	c3) Outros	0	0
D) Cinema Total 12 Total 33.4%	d1) Festival de Cinema	6	16.7%
	d2) Lançamentos	5	13.9%
	d3) Solidariedade	0	0
	d4) Concursos	1	2.8%
	d5) Outros	0	0
E) Literatura Total 3 Total 8.3%	e1) Festivais/Feiras	0	0
	e2) Lançamentos	3	8.3%
	e3) Solidariedade	0	0
	e4) Concursos	0	0
	e5) Outros	0	0
F) Ópera Total 1 Total 2.8%	f1) Concertos	1	2.8%
	f2) Lançamentos	0	0
	f3) Solidariedade	0	0
	f4) Concursos	0	0
	f5) Outros	0	0
G) Pintura Total 0	g1) Festivais	0	0
	g2) Lançamentos	0	0
	g3) Solidariedade	0	0
	g4) Concursos	0	0
	g5) Outros	0	0
H) Escultura	h1) Festivais	0	0
	h2) Lançamentos	0	0
	h3) Solidariedade	0	0

Total 0	h4) Concursos	0	0
	h5) Outros	0	0
I) Fotografia Total 0	i1) Festivais	0	0
	i2) Lançamentos	0	0
	i3) Solidariedade	0	0
	i4) Concursos	0	0
	i5) Outros	0	0
J) Atividades em Museus Total 0	-	0	0
K) Artes Plásticas Total 0	k1) Festivais	0	0
	k2) Exposições	0	0
	k3) Solidariedade	0	0
	k4) Concursos	0	0
	k5) Outros	0	0
L) Prémios, Carreiras e Eventos de Vida Total 3 Total 8.3%	-	3	8.3%
M) Shows televisivos, de rádio e Multimédia Total 0 Total 0	-	0	0
N) Acontecimentos/Comemorações culturais/históricas Total 3 Total 8.3%	-	3	8.3%
O) Morte de Artista Total 2 Total 5.6%	-	2	5.6%
P) Outros Total 2 Total 5.6%	-	2	5.6%

Quadro 17

Forma	Total	Total %
Diferido	35	97.2%
Direto	0	0
Relato Misto	1	2.8%

Quadro 18

Duração Média Mensal do Telejornal	
Dia	Duração
1	00:57.53
2	00:56.08
3	00:29.24
4	00:47.36
5	00:46.12
6	00:55.56
7	00:40.16
8	00:58.15
9	00:58.33
10	00:57.23
11	00:53.20
12	00:47.03
13	00:55.41
14	00:45.21
15	00:55.07
16	00:53.58
17	00:27.27
18	00:57.33
19	00:56.24
20	00:55.41
21	00:36.56
22	00:56.58
23	00:55.47
24	00:27.29
25	00:50.11
26	00:43.20
27	00:52.05
28	00:36.15
29	00:59.40
30	00:53.30
Duração Média	00:49.39

Quadro 19

Duração Média do Telejornal sem notícias de “Artes e Espetáculos”	
Dia	Duração
3	00:29.24
12	00:48.13
13	00:55.21
14	00:45.00
17	00:27.27
18	00:42.28
20	00:55.41
21	00:36.56
24	00:27.29
29	00:59.40
Duração Média	00:42.06

Quadro 20

Duração Média Mensal do Telejornal com notícias de “Artes e Espetáculos”	
Dia	Duração
1	00:57.53
2	00:56.08
4	00:47.36
5	00:46.12
6	00:55.56
7	00:40.16
8	00:58.15
9	00:58.33
10	00:57.23
11	00:53.20
15	00:55.07
18	00:57.33
19	00:56.24
22	00:56.58
23	00:55.47
25	00:50.11
26	00:43.20
27	00:52.05
28	00:36.15
30	00:53.30
Duração Média	00:49.08

Quadro 21

Duração Média de cada notícia em relação à duração total do Telejornal			
Dia	Duração de cada (min.)	Duração Total (min.)	Duração Total %
1	6	10	17.4%
	2		
2	2	3.50	6.2%
	1.50		
4	2	2	4.2%
5	3	3	6.5%
6	2	7	12.6%
	5		
7	2	2	5%
8	2	6	10.3%
	2		
	2		
9	1	3	5.1%
	2		
10	3	3	5.2%

11	2	2	3.8%
15	2 2 3	7	12.7%
18	1.50 2	3.50	7%
19	2 2	4	7.1%
22	2	2	3.5%
23	2	2	3.6%
25	2	2	4%
26	2	2	4.6%
27	2 2 2	6	11.5%
28	2 2	4	11%
30	2 2 1	5	9.4%
Duração Média	4 minutos	-	

Quadro 22

Tratamento Geográfico	Total	Total %
Plano Nacional	31	86,1%
Plano Internacional	6	16.7%

Quadro 23

Posicionamento	Total	Total %
I Parte	20	55.6%
II Parte	16	44,4%

Quadro 24

Valência	Total	Total %
Positiva	32	88.8%
Negativa	2	5.6%
Neutra	2	5.6 %

Quadro 25

Natureza	Total	Total %
Soft	7	19.4%
Hard	29	80.6%

Quadro 26