



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

A ATUALIDADE INTERNACIONAL PELO SERVIÇO PÚBLICO
DE TELEVISÃO: ANÁLISE DA COBERTURA DE NOTÍCIAS
INTERNACIONAIS NO PROGRAMA 360° DA RTP3

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

Por

Joana Rafaela Fernandes Ferreira

Faculdade de Ciências Humanas

Setembro 2019



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

A ATUALIDADE INTERNACIONAL PELO SERVIÇO PÚBLICO
DE TELEVISÃO: ANÁLISE DA COBERTURA DE NOTÍCIAS
INTERNACIONAIS NO PROGRAMA 360° DA RTP3

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

Por

Joana Rafaela Fernandes Ferreira

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Professor Doutor Nuno Goulart
Brandão

Setembro 2019

RESUMO

Os eventos mundiais estão cada vez mais próximos, com a televisão a assumir o papel de janela aberta para os eventos que ocorrem longe do nosso país. O fenómeno da globalização criou novas possibilidades para a cobertura de notícias internacionais, com novos canais de comunicação e tecnologias, introduzindo cada vez mais formas de manter contacto com uma variedade de lugares e culturas.

Considerando a televisão como um dos principais veículos de transmissão de imagens de países estrangeiros e de construção da realidade social, este relatório pretende analisar como as notícias internacionais são retratadas e como os eventos internacionais são selecionados pelo noticiário de horário nobre *360º*, transmitido pela RTP3. Ademais, esta investigação visa explorar o potencial domínio dos países ocidentais ou desenvolvidos nas notícias internacionais, em oposição à falta de cobertura dos países em desenvolvimento.

Para cumprir os objetivos propostos, a metodologia aplicada consiste na análise categorial de 30 dias de noticiários, distribuídos ao longo de seis meses de observação, o que possibilita identificar os principais tópicos retratados nas notícias internacionais produzidas pela RTP3 e a cobertura divergente entre países desenvolvidos e em desenvolvimento. Entre os resultados apurados foi possível encontrar evidências de importância na seleção de assuntos internacionais relacionados com política, desporto e sociedade, tal como do domínio de países ocidentais ou europeus nas notícias do noticiário em estudo.

Palavras-chave: notícias internacionais; serviço público de televisão; jornalismo televisivo; globalização; critérios de seleção de notícias.

ABSTRACT

The proximity of world events is closer than ever, with television being an open window for those that occur far from our country. The phenomenon of globalization created new possibilities for the coverage of foreign news, with new channels of communication and new technologies introducing more and more ways to keep in touch with a variety of places and cultures.

Regarding television as one of the main vehicles for the transmission of images of foreign countries and for the construction of social reality, this report intends to analyze how international news are portrayed and how foreign events are selected by the prime-time newscast 360°, transmitted in RTP3. Furthermore, this investigation aims to explore the potential domination of foreign news by western or developed countries as opposed to the lack of coverage of developing countries.

In order to fulfill the objectives proposed, the methodology applied consists in a categorical analysis of 30 days of newscasts, spread throughout six months of observation, which makes it possible to identify the main topics portrayed in the foreign news produced by RTP3 and the divergent coverage between developed and developing countries. Amongst the findings it is possible to find evidence of the importance of the selection of issues regarding politics, as well as sports and society, and also of dominance of western or European countries in the news of the newscast in study.

Keywords: foreign news; public service television; television journalism; globalization; news selection criteria.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, gostaria de agradecer ao meu orientador, o Professor Doutor Nuno Brandão, pelo acompanhamento nesta fase académica e por me ter aceitado como orientanda. O seu conhecimento na área do jornalismo televisivo permitiu-me descobrir novas perspetivas na análise da área e ajudou-me a construir o estudo do presente relatório da melhor forma possível.

Aos meus pais, por fornecerem um apoio incondicional na escolha do curso e em todo o percurso académico. Um obrigado especial por me proporcionarem ao longo da vida os meios para alcançar todas as metas.

Ao meu irmão e aos meus avós, por me incentivarem a ser melhor todos os dias e a atingir nada mais do que a excelência em todos os desafios.

Quanto aos amigos, gostaria de agradecer à Andreia Monteiro, por prestar infinito apoio em todo percurso de mestrado e ser uma segunda orientadora neste projeto. À Sara Miranda, por me acompanhar em infinitas sessões de escrita e *brainstorming*, que permitiram o desenvolvimento de vários capítulos deste trabalho. À Mariana Magalhães, por me acompanhar em quase todo o percurso académico e por me ajudar em todas as fases.

Aos meus professores da Kent State University, por despertarem em mim o interesse em desenvolver o estudo sobre notícias internacionais e por me ensinarem novas perspetivas de análise da comunicação.

Por último, um agradecimento à RTP e aos jornalistas que tive a oportunidade de conhecer por me acolherem na sua instituição. Destaco a equipa de Multimédia, pela ajuda neste processo de aprendizagem da profissão e pela excelente receção na equipa.

ÍNDICE

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

CAPÍTULO I - A TELEVISÃO NO PANORAMA PORTUGUÊS

1 - A evolução da televisão em Portugal	4
1.1. Os primeiros passos da televisão em Portugal	5
1.2. Os anos 90 do século XX: o aparecimento da concorrência ao serviço público	9
1.3. A “hipertelevisão” e a era da convergência: a relação entre a televisão e a internet	12
2 - O Serviço Público de Televisão	17
2.1. O modelo de Serviço Público de Televisão e o seu papel no panorama audiovisual	17
2.2. Os desafios ao modelo de serviço público no século XXI.....	20

CAPÍTULO II - A INFORMAÇÃO E O JORNALISMO TELEVISIVO

1 - A informação nos media	26
1.1. Dos factos à notícia: os acontecimentos noticiosos e a sua construção	26
1.2. Os critérios de seleção de informação	31
2 - O jornalismo televisivo	36
2.1. A informação na televisão	36
2.2. A televisão e a construção social da realidade.....	41

CAPÍTULO III - O MUNDO NAS NOTÍCIAS: OS MEDIA E OS ACONTECIMENTOS INTERNACIONAIS

1 - A cobertura de notícias internacionais.....	44
1.1. As notícias internacionais	44
1.2. Os critérios de seleção para a cobertura de notícias internacionais	50
2 - A globalização de informação e o mundo nos media	56

2.1. Os desafios da globalização de informação na cobertura entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento.....	57
---	----

CAPÍTULO IV - ENQUADRAMENTO DA ORGANIZAÇÃO EM ESTUDO E MEMÓRIA DESCRITIVA DO ESTÁGIO

1 - Contextualização da organização – RTP	62
2 - Memória descritiva do estágio	64

CAPÍTULO V - METODOLOGIA

1 - Proposta de estudo e objetivos de pesquisa.....	69
2 - Questões de investigação.....	71
3 - Estratégia metodológica.....	72

CAPÍTULO VI - ESTUDO DE CASO: AS NOTÍCIAS INTERNACIONAIS NO NOTICIÁRIO *PRIME-TIME 360°* DA RTP3

1 - Análise categorial do noticiário <i>prime-time 360°</i> da RTP3	79
2 – Reflexão sobre os resultados.....	121

CONCLUSÃO.....	130
-----------------------	------------

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	133
---	------------

ANEXOS	146
---------------------	------------

ANEXO A - Grelha de variáveis para análise categorial	147
---	-----

ANEXO B - Grelhas de análise de 1 a 5 outubro de 2018	155
---	-----

ANEXO C - Grelhas de análise de 5 a 9 de novembro de 2018	172
---	-----

ANEXO D - Grelhas de análise de 3 a 7 de dezembro de 2018	188
---	-----

ANEXO E - Grelhas de análise de 7 a 11 janeiro 2019.....	204
--	-----

ANEXO F - Grelhas de análise de 4 a 8 fevereiro de 2019.....	219
ANEXO G - Grelhas de análise de 4 a 8 março de 2019.....	236
ANEXO H - Dados sobre o programa de informação durante os períodos de análise..	254
ANEXO I - Lista de economias desenvolvidas, economias em transição e economias em desenvolvimento segundo a United Nations.....	255

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Categorias temáticas abordadas no período entre 1 e 5 de outubro de 2018.....	80
Gráfico 2	Categorias temáticas abordadas entre 5 e 9 de novembro de 2018	81
Gráfico 3	Categorias temáticas abordadas entre 3 e 7 de dezembro de 2018	82
Gráfico 4	Categorias temáticas abordadas entre 7 e 11 de janeiro de 2019	83
Gráfico 5	Categorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de fevereiro de 2019.....	84
Gráfico 6	Categorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de março de 2019	85
Gráfico 7	Subcategorias temáticas abordadas entre 1 e 5 de outubro de 2018	86
Gráfico 8	Subcategorias temáticas abordadas entre 5 e 9 de novembro de 2018.....	89
Gráfico 9	Subcategorias temáticas abordadas entre 3 a 7 de dezembro de 2018	90
Gráfico 10	Subcategorias temáticas abordadas entre 7 e 11 de janeiro de 2019.....	92
Gráfico 11	Subcategorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de fevereiro de 2019	93
Gráfico 12	Subcategorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de março de 2019	94
Gráfico 13	Países abordados no 360° entre 1 e 5 de outubro de 2018.....	98
Gráfico 14	Países abordados no 360° entre 5 e 9 de novembro de 2018.....	100
Gráfico 15	Países abordados no 360° entre 3 e 7 de dezembro de 2018	101
Gráfico 16	Países abordados no 360° entre 7 e 11 de janeiro de 2019	102
Gráfico 17	Países abordados no 360° entre 4 e 8 de fevereiro de 2019.....	102
Gráfico 18	Países abordados no 360° entre 4 e 8 de março de 2019	103
Gráfico 19	Dados globais sobre total de notícias transmitidas no 360° nos períodos de análise	107
Gráfico 20	Dados globais sobre tipos de notícias internacionais transmitidas no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019.....	108
Gráfico 21	Dados sobre número de teasers no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019.....	109
Gráfico 22	Dados globais sobre a natureza das notícias internacionais transmitidas no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019	110
Gráfico 23	Dados globais sobre o enquadramento das notícias internacionais transmitidas no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019.....	111
Gráfico 24	Dados globais sobre a forma das notícias internacionais transmitidas no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019	112

Gráfico 25 Duração global das notícias nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019	113
Gráfico 26 Total de horas de transmissão de cada tipo de notícia no 360º	115
Gráfico 27 Posicionamento das notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019.....	115
Gráfico 28 Dados globais sobre as notícias de abertura e fecho transmitidos no 360º entre os períodos de análise de outubro de 2018 e março de 2019	117
Gráfico 29 Valência das notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019	118

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 Dados globais relativos às categorias temáticas presentes no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019	86
Tabela 2 Dados globais sobre subcategorias temáticas dominantes no 360°	96
Tabela 3 Países dominantes no 360° nos períodos em análise	104
Tabela 4 Cruzamento das variáveis "Categoria temática" e "Espaço geográfico"	105
Tabela 5 Cruzamento das variáveis "Espaço geográfico" e "Valência" referentes às notícias internacionais transmitidas no 360° nos períodos de análise	118
Tabela 6 Critérios de noticiabilidade identificados nas notícias internacionais durante os períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019.....	120

INTRODUÇÃO

O mundo está cada vez mais próximo dos cidadãos através dos meios de comunicação social, sendo relevante a análise do papel dos agentes que dão a conhecer a realidade internacional. Atualmente, os produtos mediáticos facilitam-nos o conhecimento de novas realidades e culturas, presentes na cobertura de acontecimentos outrora longínquos. Isto deve-se ao fenómeno da globalização de informação, que tem vindo a ser analisado pelos estudos de comunicação desde o seu começo.

Um dos produtos mediáticos que nos possibilita o contacto com os acontecimentos internacionais é a notícia televisiva. Tendo em conta o *medium*, a televisão é, por vezes, o meio de eleição para os cidadãos, como meio de compreensão de um determinado acontecimento e visionamento deste, no caso de serem transmitidas imagens relativas a este. Ademais, a televisão pode ser destacada face à sua rapidez na transmissão de informação, quer de âmbito nacional, quer de âmbito internacional.

As notícias internacionais televisivas apresentam-se, deste modo, como uma das principais fontes de informação sobre o mundo que nos rodeia, com o qual podemos não ter contacto direto. Estas colocam-nos em contacto com comunidades diferentes, servindo também um propósito educacional.

Baseando-nos na ideologia de que a obtenção de conhecimento deve ser livre para todos os cidadãos, ideia base do funcionamento de uma organização de serviço público, é relevante perceber o destaque dado à informação de foro internacional por parte dos conteúdos informativos do canal de serviço público português. Neste caso, optou-se por analisar um programa de informação do canal RTP3 pois este dedica-se exclusivamente a uma programação composta por informação, podendo assim ser considerado um canal de informação “24 horas”.

Face a isto, o presente estudo ambiciona contextualizar o panorama das notícias internacionais num dos produtos de informação fornecidos pelo serviço público de televisão, o noticiário *360°* da RTP3. Assim, através do programa de informação selecionado, a investigação pretende responder a três questões de investigação: “Quais as subcategorias de notícias dominantes de âmbito internacional que existem no noticiário *prime-time 360°* da RTP3?”, “Quais os critérios que determinam a cobertura de notícias de âmbito internacional no noticiário *prime-time*” e “Quais os países dominantes nas notícias de âmbito internacional, ao longo de seis meses, no noticiário *prime-time 360°* da RTP3?”.

De forma a apresentar a temática abordada no presente relatório de estágio, foi delineada uma estrutura composta por cinco capítulos. Em primeira instância serão apresentados três capítulos referentes à revisão de literatura. No primeiro capítulo, intitulado “A televisão no panorama português”, será contextualizado o desenvolvimento da televisão em Portugal, partindo da criação do serviço público de televisão com a empresa RTP até ao panorama atual, marcado pela presença do meio de comunicação e respetivos produtos no ambiente digital.

Quanto ao segundo capítulo, intitulado “a informação e o jornalismo televisivo”, este focar-se-á no processo de construção de informação nos media e, em particular, na televisão. Deste modo, em primeiro lugar serão abordados temas como a definição de notícia e o respetivo processo de seleção de acontecimentos que serão transformados em notícia. Ademais, será contextualizado o processo de construção de informação televisiva, abordando noções como “informação-espetáculo”, e o processo de construção social da realidade através das imagens transmitidas pelo *medium* em estudo.

Entrando em detalhe sobre temas referentes às notícias internacionais, no terceiro capítulo, designado “O mundo nas notícias: os media e os acontecimentos internacionais”, serão abordadas temáticas como o processo de construção de notícias internacionais, tal como os respetivos constrangimentos que podem ocorrer neste processo. Ademais, será abordada a

teoria de “imperialismo mediático”, que guiará a discussão para a maior cobertura de países ocidentais nas notícias internacionais.

Terminada a revisão de literatura, apresenta-se no quarto capítulo o “Enquadramento da organização em estudo e memória descritiva do estágio”, no qual será contextualizada a empresa no qual o estágio curricular foi efetuado: a RTP. Posteriormente será descrita a experiência de estágio, que decorreu entre setembro e dezembro de 2018 e no qual foi possível integrar as editorias de “multimédia” e “política”.

Segue-se o quinto capítulo, no qual será apresentada a metodologia aplicada no presente estudo. Deste modo, serão abordados três pontos nesta secção: o objeto e objetivos de estudo; as questões de investigação; e a respetiva estratégia metodológica. Propõem-se para esta investigação três objetivos que guiarão a análise dos dados obtidos, sendo que, numa primeira instância, pretende-se averiguar quais as subcategorias temáticas presentes nas notícias transmitidas no programa de informação de horário-nobre 360º da RTP3. Ademais, a investigação conta com a identificação dos países dominantes nas notícias analisadas como um dos objetivos, tal como a identificação dos respetivos critérios de seleção das notícias internacionais do programa em análise.

Por último, o sexto capítulo será reservado para a análise dos dados recolhidos durante o processo de análise categorial. Deste modo, serão analisadas nesta secção as variáveis aplicadas às notícias internacionais em estudo.

CAPÍTULO I

A TELEVISÃO NO PANORAMA PORTUGUÊS

1 - A evolução da televisão em Portugal

A televisão em Portugal surge 29 anos depois do primeiro canal de televisão de serviço público europeu, *BBC One*, em 1926 (Fidalgo, 2005: 1). Quando é criado em contexto nacional, o modelo de serviço público era já conhecido em contexto europeu. Deste modo, para compreender o aparecimento da televisão em Portugal e do modelo televisivo adotado, é necessário contextualizar a evolução do *medium* na Europa.

A história da televisão na Europa começa nos anos pós-Primeira Guerra Mundial, com países como a Inglaterra, França e Alemanha a iniciar emissões experimentais e com a venda de televisores nos anos 20 do século XX (Carvalho, 2009: 25; Chapman, 2005: 177). Apesar do progresso a nível das tecnologias relacionadas com a transmissão de imagens verificado previamente ao começo do segundo conflito internacional, a consolidação do novo meio de comunicação dá-se apenas com o término da Segunda Guerra Mundial.

O fim do interregno provocado pela guerra trouxe consigo os primeiros passos do modelo de televisão escolhido pelos países europeus, o de uma televisão pública, contrastando com a televisão comercial que dominava o panorama norte-americano. No entanto, o desenvolvimento do modelo europeu foi pensado cuidadosamente, face ao sentimento de receio desencadeado pelo potencial uso do meio de comunicação como plataforma de propaganda, tal como havia sido utilizada a rádio no período do conflito mundial. A ambição por parte dos cidadãos europeus de alcançarem alterações a nível social, através da mudança de atitude face aos objetivos dos media, foi também tida em conta no desenvolvimento do meio (Wolton, 1994: 23; Chapman, 2005: 194).

Desta forma, surge a necessidade de criar um meio de comunicação como ferramenta que promova um “Estado Social”, lançando assim o mote para o desenvolvimento do modelo europeu de serviço público. Este modelo viria a ser “inicialmente definido pelo clássico tríptico ‘formar, informar, divertir’, que a BBC levaria aos quatro cantos do mundo” (Carvalho, 2009: 24).

Seguindo os ideais “formar, informar, divertir” da televisão europeia, surge assim em Portugal, a televisão de serviço público, dando origem a um período de monopólio, que se prolongou até ao início dos anos 90 do século XX, inicialmente marcado pela ideologia ditatorial nos seus conteúdos.

1.1. Os primeiros passos da televisão em Portugal

A primeira estação de televisão da “caixa que mudou o mundo” (Wolton, 2000: 55 *apud* Sobral, 2012: 144) chegou a Portugal após vários anos de experiências internacionais, iniciando as suas emissões regulares em 1957. No entanto, o panorama nacional viu também acontecer testes relacionados com o novo meio de comunicação que vinha a ser explorado nos países europeus previamente ao seu aparecimento.

Carvalho (2009: 7) explica que “a história da televisão em Portugal não começara apenas nos anos 50”. As experiências iniciaram-se em território nacional durante os anos 20 do século XX, quando um grupo de radioamadores “terá conseguido transmitir imagens animadas, embora de forma fugaz” (Bívar, 1967 *apud* Carvalho, 2009: 27).

Dois contributos para o estudo da implantação da televisão em Portugal seguiram a tentativa feita durante os anos 20. Em 1940, no Porto, surgiu um pedido, que foi recusado, por parte de um industrial para proceder à instalação de um posto experimental de televisão. Já em 1946, um funcionário da Emissora Nacional, elaborou um estudo sobre a possível instalação da televisão em Portugal (Carvalho, 2009: 27).

A última experiência que marcou o percurso da televisão até ao começo das emissões regulares ocorreu em novembro de 1954, quando foi pedida uma licença por uma firma portuense para instalar um emissor experimental, tendo esta licença acabado por ser suspensa (Carvalho, 2009: 27).

O passo final para o aparecimento da televisão em Portugal é dado um ano mais tarde, com a formação da empresa estatal Rádio e Televisão de Portugal (na altura designada “Rádio Televisão Portuguesa”), a 15 de dezembro de 1955. A televisão de serviço público deveria ser, de acordo com a visão da Comissão de Televisão, um “poderoso e completo instrumento educativo, cultural, recreativo e de informação dos povos, necessitando, como tal de ser orientada pelo próprio Estado”, cuja orientação deveria ocorrer também a nível da programação disponibilizada para que não fossem “deturpados ou, até, subvertidos princípios institucionais que a televisão deve servir e que o Estado tem o dever de salvaguardar” (Comissão de Televisão, 1955: 2-3 *apud* Carvalho, 2009: 31-32). A relação com o Estado, implícita nesta definição, marcará a empresa de serviço público em todo o seu percurso através dos seus conteúdos.

A RTP inicia as emissões experimentais apenas no ano seguinte à sua criação. Durante o período experimental eram transmitidos conteúdos como “filmes, telediscos e revistas filmadas” (Santos, 2007: 84). Um ano mais tarde, em 1957, estabelecem-se as emissões regulares, iniciando-se então o período de monopólio televisivo que viria a prolongar-se até aos anos 90 do século XX.

Vive-se a fase da “paleotelevisão”, termo que descreve o panorama audiovisual marcado pelo monopólio das televisões públicas. A televisão era vista como uma instituição, à qual estava associado um papel pedagógico, com o objetivo de “transmitir saberes” ao mostrar a realidade, que era conseguida através de conteúdos educacionais, informativos e de entretenimento (Casetti e Odin, 1990: 9; Scolari, 2009: 31).

Com estes objetivos em mente, a programação oferecida nesta fase era dividida em géneros televisivos, estruturada de forma regular para que os programas sucedessem conteúdos semelhantes. Os programas eram pensados para um público-alvo específico, público este que formava uma comunidade atenta ao que a televisão transmitia (Casetti e Odin, 1990: 9-10; Scolari, 2009: 31).

O canal estatal transmitia, ao seguir as linhas gerais da paleotelevisão, conteúdos essencialmente educativos. A presença do Estado era notória na programação da RTP. A visão de uma estação de televisão que cumprisse a sua função de “instrumento de mobilização da opinião pública” e estivesse em concordância com o regime em vigor era verificada nos conteúdos como “Conversas em Família”, programa de Marcelo Caetano, nos programas culturais e ainda nos programas de informação, nos quais a empresa “cumpria por inteiro nos noticiários a função de megafone do regime salazarista-marcelista” (Carvalho, 2009: 37; Torres, 2011: 49).

Continuando a delinear o percurso inicial da televisão nacional, é importante referir a data de 25 de Abril de 1974, dia no qual ocorreu a revolução que viria terminar o regime ditatorial vivido em Portugal. Ao enfrentar já uma crise de legitimidade e face ao crescente questionamento do modelo de televisão pública, seria de prever que, com a queda do regime do Estado Novo, surgissem alterações na televisão estatal. No ano seguinte a RTP viria a ser nacionalizada. No entanto, devido à falta de investimento privado, dá-se “a inevitável continuação do monopólio televisivo” (Carvalho, 2009: 69).

Apesar do panorama marcado pelo monopólio estatal parecer estar consolidado, sem qualquer oposição concorrencial, os anos seguintes viriam demonstrar uma procura por novos conteúdos e uma abertura do mercado às iniciativas privadas.

Os anos 80 trouxeram grandes mudanças no panorama televisivo português. Carvalho (2009) destaca a integração do país na Comunidade Económica Europeia, que levou o Governo a pôr em prática a “privatização da imprensa estatizada”. Por consequência, a privatização da imprensa conduziu à “criação de grupos económicos ligados à comunicação social, que a utilizam como fonte de receitas e de influência”. São os grupos económicos que introduzem a concorrência que viria provocar, anos mais tarde, o seu declínio. Acrescentando à criação destes grupos e à contestação ao modelo monopolista, em 1989 ocorreu a revisão constitucional que modificou a lei que previa o monopólio estatal da televisão (Carvalho, 2009: 69-70).

A revisão constitucional de 1989 alterou as regras do panorama televisivo e demonstrou-se fundamental na abertura aos canais privados. A alteração da lei previa que o Estado teria de fornecer um serviço público de televisão, mas que, para além do canal estatal, poderiam ser formadas empresas de operadores privados de televisão, mediante licença e concurso público. Quanto a esta licença, a Alta Autoridade para a Comunicação Social poderia dar um parecer prévio sobre o licenciamento (Carvalho, 2009: 99).

Destacam-se ainda as emissões piratas experimentais, com a primeira a ocorrer em fevereiro de 1984. Em conjunto com o acesso a canais internacionais, possibilitado pelos retransmissores, perto da fronteira, da TVE, canal televisivo espanhol, surgia assim a idealização dos canais privados portugueses. Ao apontar que o acesso a canais internacionais chegou a debate na Assembleia da República, Carvalho (2009) refere que, este conjunto de fatores, provocou uma mudança de pensamento dos portugueses, para os quais “era cada vez mais incompreensível que se pudesse ter à disposição um vasto conjunto de canais privados estrangeiros, mas não se autorizassem operadores privados em língua portuguesa” (Carvalho, 2009: 84-85).

O fim do monopólio do serviço público de televisão português chega então com o aparecimento do modelo concorrente: as televisões privadas. O aparecimento dos canais privados cria novos desafios à RTP, particularmente a nível da produção de conteúdos

inovadores e diversificados. Surge então a necessidade de se “conhecer os gostos e preferências do público espectador, ter em conta a programação dos concorrentes, assegurando o interesse e a fidelização da audiência”, de “conciliar a qualidade inerente ao serviço público com a popularidade que o legitime e assegure a sua influência no conjunto da oferta televisiva” e de “conjuguar os formatos televisivos destinados ao grande público” (Carvalho, 2009: 61-62). Deste modo, o canal público teria de renovar ou adaptar os seus conteúdos de forma a atrair as audiências que mudavam neste período para os canais privados, enquanto procurava manter a sua legitimidade ao apresentar-se como uma “alternativa”.

1.2. Os anos 90 do século XX: o aparecimento da concorrência ao serviço público

O monopólio televisivo, que começou nos anos 50, foi abalado pela chegada dos canais privados durante os anos 90 do século XX. Com o início da nova década e a introdução de novos canais privados e por cabo, a RTP viria a sofrer uma queda a nível do número de telespectadores, perdendo a “supremacia absoluta de audiências” (Torres, 2011: 51).

A televisão privada surge face ao desejo do público, notório nos últimos anos do monopólio estatal, por uma maior diversidade nos conteúdos e pela oferta de outros canais. As audiências ansiavam por “mais imagens na proporção do crescimento do parque televisivo” (Wolton, 1994: 27).

O primeiro canal privado português começa as suas emissões a 6 de outubro de 1992. A Sociedade Independente de Comunicação (SIC) trouxe ao panorama televisivo português a garantia de pluralidade na informação transmitida pelo *medium*. Três anos após o seu início, a SIC alcança a liderança do “parque televisivo”, mas apenas um ano mais tarde vê esta liderança consolidada, sendo 1996 o ano caracterizado por esta vitória do canal, pela “tentativa (falhada) para reencontrar a identidade e o equilíbrio das contas da RTP e de uma certa instabilidade na reestruturação financeira e na filosofia e programação do canal Quatro” (Lopes, 2007: 85).

A garantia do sucesso do canal de televisão deve-se à nova capacidade de encarar os conteúdos e a sua organização na grelha de programação. O canal privado oferecia, ao contrário da RTP, uma “grelha diversificada” composta por conteúdos informativos e de entretenimento, como “séries, telenovelas brasileiras, primeiro, e portuguesas, já no dobrar do século, concursos, *talk-shows* e *reality-shows*” (Santos, 2010: 97). A SIC assume ainda uma postura diferente nos noticiários, adotando o “modelo CNN, de reinventar notícias, criar histórias a partir de elementos menos visíveis dos acontecimentos e relevar os magazines de grande informação”, destacando informação relacionada com *fait-divers* (Santos, 2010: 93-95).

Face à perda de audiências e crescente dúvida sobre a sua legitimidade, a RTP tenta adotar novas estratégias de forma a argumentar a necessidade da sua existência num ambiente então marcado pela oferta privada. A empresa recorre assim a uma “programação mimética” (Santos, 2010: 155). Este mimetismo torna-se real através de conteúdos como os programas de humor, *sitcoms*, *reality shows*, concursos e novelas, seguindo desta forma a programação da SIC. Tal como Lopes (2007: 89-90) argumenta, “a RTP não revelou grande argúcia para descobrir conteúdos inéditos, optando várias vezes pelo mimetismo com a TV privada”.

O segundo canal privado português surge por iniciativa da Igreja Católica, em 1993. Nos primeiros anos no mercado, a TVI (então designada “4”) enfrenta uma crise financeira, ao não conseguir alcançar as audiências desejadas. Inicialmente, o quarto canal da televisão, para além de transmitir conteúdos de foro nacional, transmitia séries televisivas norte-americanas, filmes e jogos de futebol internacionais (Lopes, 2007: 127).

A crise do quarto canal perdura até ao fim dos anos 90. Com o objetivo de conquistar audiências, a TVI aposta em conteúdos que não representam uma programação mimética dos restantes canais generalistas, estratégia implementada no caso do canal de serviço público. A TVI criou uma “grelha alternativa que surpreendesse permanentemente os telespectadores”, dando início à ascensão à liderança de audiências (Lopes, 2007: 145). A entrada nos anos 2000 trouxe os *reality-shows* ao canal, com a grande aposta no “Big

Brother”. A chegada da “novela da vida real” (Lopes, 2007: 150) realçou o panorama vivido pelo canal ao longo dos anos anteriores, de um crescente uso do *infotainment*, destacando cada vez mais o entretenimento em detrimento da informação.

A primazia pelo entretenimento por parte dos canais privados é uma das imagens de marca desta fase da televisão, como pode ser verificado nos géneros de conteúdos oferecidos quer pela SIC, quer pela TVI. No caso do terceiro canal, a SIC assina um contrato de exclusividade com a Globo, estação de televisão brasileira responsável pela produção de novelas transmitidas no canal português, retirando assim a oportunidade à RTP de transmitir novelas brasileiras.

No contexto nacional, estamos perante a transição da “paleotelevisão” para a “neotelevisão”. Casetti e Odin (1990) descrevem a mudança no panorama audiovisual com o desenvolvimento dos canais privados. Segundo os autores, “a neotelevisão rompe com o modelo de comunicação pedagógica da paleotelevisão” (Casetti e Odin, 1990: 10).

Wolton (1994: 14) descreve o panorama televisivo experienciado com o aparecimento dos canais privados como um período marcado “pela contradança ideológica entre a televisão pública e a televisão privada. O mal de ontem, a televisão privada, tornou-se o bem de hoje, e reciprocamente: vilipendia-se agora a televisão pública identificada com o controlo político e sinónimo de arcaísmo”.

A principal mudança no panorama televisivo com a transição de fases prende-se deste modo com a perda da associação da televisão a um papel educativo. O meio de comunicação altera o foco até então promovido pelo serviço público de televisão, o de formar os cidadãos, para dar destaque ao entretenimento e abrir “um espaço de convívio”, tornando-se uma “televisão de massas” (Casetti e Odin, 1990: 11; Santos, 2010: 109). Trata-se de um espaço aberto às audiências através da multiplicação de canais, deixando para trás o canal único, tradicionalmente com ligações ao Estado.

A “neotelevisão” introduziu a interatividade e, conseqüentemente, fornece novos papéis ao telespectador, como “contratante”, “participante” e “avaliador”. Nesta nova fase da televisão, “o espectador é consultado, interpelado, incitado a intervir e a dar sua opinião”. No entanto, face ao panorama televisivo fragmentado devido ao aumento da oferta, as audiências deixam de ser vistas como uma comunidade para serem caracterizadas como “um conjunto de indivíduos” singulares (Casetti e Odin, 1990: 10; Scolari, 2009: 31-32).

Tendo em conta a programação característica da “neotelevisão”, a grelha é desenvolvida sem seguir uma estrutura rigorosa, tal como era verificado na paleotelevisão. Os programas são divididos por “um jogo de intervalos que nos dão chamadas dos programas que serão transmitidos durante o dia” (Casetti e Odin, 1990: 14).

Em suma, trata-se de uma televisão que procura representar a vida real, ao destacar os acontecimentos do dia-a-dia e ao trazer para cena o telespectador de forma a alcançar uma “relação de proximidade”, ao convidá-lo a “viver ou a vibrar com a televisão”. No entanto, através da mudança de modelo, a televisão perde a “dimensão de socialização”, ou seja, tornou-se num processo individualizado de cada espectador (Casetti e Odin, 1990: 12-19).

Para além da introdução dos canais privados, os anos 90 ficaram marcados pela criação da televisão por cabo em Portugal, através de empresas como a TV Cabo e a Cabovisão. A televisão por cabo permitiu a expansão do número de canais disponíveis, introduzindo os canais temáticos, como os canais SIC Notícias e RTP Notícias (atualmente RTP3).

1.3. A “hipertelevisão” e a era da convergência: a relação entre a televisão e a internet

A terceira fase da televisão é caracterizada pela convergência mediática, com a conjugação da televisão com a internet na transmissão dos seus conteúdos. No contexto nacional, em

termos da presença da televisão na internet, a história começa no início dos anos 90, com a fase da implementação, de acordo com a terminologia de Bastos (2009).

A RTP foi a primeira a marcar presença na internet, quando em 1993 registou o domínio do seu *website*, apesar de apenas dar início ao seu uso em 1995, com a página da RTP Internacional.

Quanto à TVI, o quarto canal começou a desenvolver conteúdos para o *website* “TVI Online” em 1996. Na sua plataforma era possível visualizar a programação do canal e aceder ao “Novo Jornal”, noticiário noturno do canal, com “um resumo das principais notícias do dia, ao áudio (através de Real Audio) integral do ‘Novo Jornal’ e a imagens representativas das notícias mais importantes”. Assim, a TVI tornou-se “no primeiro canal português a emitir diariamente um noticiário *online* numa rede global de informação”. O *website* “TVI Online” continha ainda a oportunidade de visitar as instalações da estação televisiva de forma interativa (Bastos, 2009: 2).

A SIC começa a sua atividade *online* durante a segunda fase, denominada “expansão”. Apesar de ter criado uma página não oficial em 1996, a SIC dá início ao *website* “SIC Online” em 2001, com a decisão do grupo Impresa de desenvolver estratégias “mais agressivas” para o *online* (Bastos, 2009: 2-5).

Bastos (2009) intitula a terceira fase do ciberjornalismo e relação dos meios de comunicação com a internet como “depressão e estagnação”, com os media a desinvestirem no *online*, com cortes no número de trabalhadores nas redações. No entanto, o autor afirma que durante esta fase surgiram “investimentos a contracorrente”, ou seja, alguns meios tradicionais continuavam a apostar no ambiente digital. Tendo em conta o caso da SIC, o canal começou em 2006 a produzir *podcasts* para o seu website e, em 2007, reforçou a aposta na convergência mediática ao priorizar a escrita das notícias para o *online* (Bastos, 2009: 5-9).

A internet não possibilita apenas a criação de *websites*, fornecendo à televisão novas formas de combater a sua proclamada “morte”. Com a convergência mediática as estações de televisão têm uma maior capacidade de interação com a audiência, com a construção de novos espaços de debate e ao fornecer ao espectador um poder opinativo (Torres, 2011: 33). As plataformas de redes sociais, por exemplo, são utilizadas como parte de uma estratégia para a promoção da interatividade, estando cada vez mais presentes nos conteúdos televisivos através da partilha da opinião dos telespectadores durante os programas e através do uso de conteúdos visuais fornecidos pelos mesmos (Canavilhas, 2012: 15-16).

A inserção da televisão e dos respetivos conteúdos na internet surge associada à criação de editorias específicas que cumprem este propósito. Com base no panorama mediático nacional no ano de 2015, Granado (2016: 67-69) argumenta que, apesar de produzirem “conteúdos originais para a Web”, as editorias online das estações de televisão assumem como o seu principal trabalho “colocar online os conteúdos produzidos no canal”. Para além disso, face à crescente importância das redes sociais, nas quais os canais ambicionam também marcar presença, são criados postos para gestores de redes sociais, estratégia que permite que “em todos os momentos do dia, há uma atenção especial ao que aí se passa”.

As ferramentas disponibilizadas pela internet não se limitam a promover a interatividade, sendo ainda úteis devido às seguintes características: a “instantaneidade”, pois permite uma constante atualização dos conteúdos; a agregação de conteúdos de diferentes media numa só plataforma, permitindo a acumulação de informação permanente, sem perder materiais; trata-se de “um meio económico e acessível, com linguagem própria”; e, por último, a “redução do constrangimento da distância” (Vidal, 2012: 112).

Ao longo dos anos, os canais têm vindo a desenvolver novas formas de interligar a televisão com as ferramentas disponibilizadas através da internet. Quanto à empresa de serviço público português, este dispõe nos dias de hoje vários *websites*, como o Ensina RTP e RTP Arquivos, incluindo uma plataforma de *streaming* e conteúdos *on-demand* dos vários canais

da RTP – RTP Play. A empresa foi inovadora em termos das plataformas de conteúdos *on-demand* em Portugal, ao introduzir no mercado o *website* gratuito de *streaming* em 2011.

A TVI seguiu o exemplo da RTP, ao desenvolver uma plataforma semelhante, lançada em 2015. Através desta plataforma, o quarto canal disponibiliza os diversos conteúdos que compõem a sua grelha de programação, tal como os que são transmitidos nos canais por cabo da empresa.

As plataformas de distribuição, como a RTP Play e a TVI Player, implementaram mudanças a nível dos consumidores de conteúdos audiovisuais. Surgem os *cord-cutters*, termo utilizado para caracterizar os consumidores que optam por cancelar subscrições de pacotes de televisão, tendo preferência pelas plataformas de conteúdos *online*, através das quais podem visualizar os produtos em vários tipos de dispositivos (Strangelove, 2015: 94).

A esta fase de convergência mediática podemos associar a noção de “hipertelevisão” ou “pós-televisão”. Enquanto existem autores que defendem o uso do último termo, que simboliza a transição dos conteúdos televisivos para outras plataformas, investigadores como Scolari (2009) discordam com o emprego do termo, pois este transmite a ideia do fim do meio de comunicação, propondo assim definir este período como “hipertelevisão” (Scolari, 2009: 33-34).

A “hipertelevisão” é apresentada como uma “configuração do sistema mediático”, não se tratando apenas de mais uma fase do panorama audiovisual. O conceito é caracterizado pelas “tentativas de mapear as mudanças complexas e rápidas da rede de formatos, ecrãs, narrativas, audiências, e práticas que compõem o ambiente televisivo contemporâneo” (Scolari, 2009: 34).

Desta forma, o “ambiente televisivo contemporâneo” é construído com a introdução de novas tecnologias e com o melhoramento das existentes, que conduziram a fenómenos como o *multiscreening*, ou seja, o uso de vários ecrãs, como por exemplo a utilização simultânea de um televisor e de um telemóvel, que proporciona a fragmentação de ecrãs.

Ao nível da programação e dos conteúdos televisivos produzidos, verifica-se um predomínio dos formatos de curta-duração, com a preferência dos espectadores por conteúdos “de 30 ou 60 minutos, períodos com que a TV historicamente os embalou”, e dos programas ao vivo. As alterações na programação dos canais promoveram ainda um “consumo assíncrono” que “não necessita ser linear”, com a possibilidade de gravação dos conteúdos para uma visualização posterior à sua transmissão. Para além disso, os conteúdos devem ser produzidos a pensar nas diversas plataformas onde estarão disponíveis, como os *websites* dos canais ou em plataformas móveis, pois “um conteúdo televisivo tem hoje vida própria, além da televisão”. (Scolari, 2009: 35-39; Torres, 2011: 36-37).

Quanto aos conteúdos disponibilizados nos *websites*, Vidal (2012) refere que é notório, no caso dos canais portugueses, um predomínio da informação, secção que é vista como um “instrumento de fidelização dos utilizadores”. Os *websites* contêm ainda “espaços de pesquisa” relacionados com o arquivo dos canais e áreas destinadas ao entretenimento (Vidal, 2012: 113-114).

Em suma, a televisão atravessa três fases de desenvolvimento até chegar ao período atual, no qual é caracterizada pela relação de interatividade com o telespectador, que enfrenta um consumo cada vez mais fragmentado. Deste modo, a televisão transitou de um aparelho com um papel educativo e de socialização para uma televisão distante, com audiências individualistas.

Vivemos na era da personalização, dos conteúdos feitos à medida, do acesso gratuito a um vasto leque de produtos através da internet que competem com a televisão linear. A televisão

deve, portanto, assumir uma postura inovadora, ao trabalhar em prol de garantir a sua sobrevivência como um meio tradicional perante os novos media. Os conteúdos devem ser pensados para uma nova geração de telespectadores, cada vez mais distanciados do *medium*, fazendo a transição entre o seu papel como “um medium de canais (e de zapping) para um medium de conteúdos (e de busca)” (Torres, 2011: 43).

2 - O Serviço Público de Televisão

De líder de audiências à crise de identidade, o serviço público de televisão português percorreu várias fases até chegar ao período atual, no qual enfrenta a problematização da sua legitimação no ambiente mediático. Assim, face à temática do relatório e à empresa em análise, é relevante estender a explicação sobre os princípios do modelo público e quais os desafios que este enfrenta nos dias de hoje.

2.1. O modelo de Serviço Público de Televisão e o seu papel no panorama audiovisual

O modelo de televisão pública surge como um método de transmissão necessário no panorama audiovisual e persiste nos dias de hoje face a esta mesma necessidade de garantir o pluralismo no ambiente televisivo, podendo ser encarado como “uma forma de regular positivamente a oferta”, contrabalançando com a oferta dos canais privados, e como uma “instituição da sociedade” (Pinto, 2005: 15; Vasconcelos, 2003: 48).

O conceito de serviço público sofreu alterações ao longo das várias fases da televisão, anteriormente mencionadas, tornando-se cada vez mais complexo. A definição do modelo público modificou-se com a “proliferação dos media”, ou seja, com a entrada de novos meios e a sua propagação. O modelo de serviço público de televisão adaptou assim a sua missão e o seu significado no ambiente mediático, sendo atualmente associado a uma “multiplicidade de significações” (Santos, 2013: 3; Sondergaard, 1999: 22).

O serviço público de televisão segue, segundo Rumphorst (2007), três ideais: é “feito para o público”, “financiado pelo público” e “controlado pelo público”. Assim, o modelo de televisão pública deverá focar-se nos cidadãos, cumprindo a sua missão inicial de “distrair, informar e educar”, pela qual se continua a reger, sendo esta impossível de ser realizada sem a existência do mesmo (Fidalgo, 2005: 15; Lopes, 2005: 82; Rumphorst, 2007: 1-2).

Hoje em dia discute-se uma nova definição associada ao modelo público. Com a adaptação da televisão ao ambiente multimédia surge a noção de serviço público de media (Bardoel e Lowe, 2007: 9), introduzindo uma nova forma de pensar a televisão face aos desenvolvimentos implementados com a convergência mediática que marcou o terceiro período da sua história.

Pautando-se pela excelência desde os seus primórdios, o modelo representado em Portugal pela RTP possui várias características próprias que lhe permite ser bem-sucedido na sua missão. Destacam-se o “carácter de referência e de exemplaridade”, “profissionalismo” e “exigência”, a “universalidade” no acesso aos conteúdos, a “diversidade” na programação, o “financiamento público” e a “independência” face ao Estado e às empresas que detêm o canal público (Fidalgo, 2005: 2; Pinto, 2005: 16).

Para além de se reger de acordo com as características apontadas, o serviço público de televisão segue cinco princípios: de “continuidade”, ou seja, espera-se que a emissão seja regular pois, caso contrário, o telespectador é “privado daquilo que quer ver e que ajudou a custear através dos seus impostos”; de “mutabilidade”, pois o serviço público de televisão visa providenciar aos cidadãos conteúdos do seu interesse, estando assim em permanente adaptação; de “igualdade”, cujo princípio está relacionado com o livre acesso aos conteúdos televisivos; de “neutralidade”, através do qual o serviço público pretende “satisfazer apenas o interesse geral, não cedendo a interesses particulares”; e, por último, o princípio da “participação dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos” (Lopes, 2005: 85-86).

Quanto à programação que é representativa deste modelo, a televisão procura garantir uma oferta diversificada e inclusiva para todos os cidadãos. Desta forma, a programação dos canais de serviço público deve ser “global, integrada, com uma linha condutora própria e objetivos bem definidos”, com uma oferta “universalmente acessível”, que seja “atenta ao país que somos e ao mundo em que vivemos, apreciadora das pessoas e dos grupos sociais” e que vise proporcionar um espaço aberto também às minorias (Fidalgo, 2005: 16-18; Pinto, 2005: 17).

A grelha de programação deve ainda ter presente os valores dos operadores de serviço público de televisão, relacionados com a “qualidade dos programas”, a “diversidade”, a “identidade cultural” e o “distanciamento face às fontes de financiamento”. Através do seguimento destes valores, pressupõe-se que a televisão de serviço público forneça aos cidadãos produtos com “capacidade de gerar debates de relevância social” e que sejam inovadores. Os conteúdos devem ao mesmo tempo promover a diversidade de temas e de realidades culturais, com a promoção da identidade nacional e de outras culturas, permitindo o aumento do conhecimento da audiência sobre o panorama internacional (Lopes, 2005: 86-88; Rumphorst, 2007: 2).

Como consequência da missão da televisão de serviço público e os respetivos valores, Lopes (2005) identifica as áreas, no campo da informação e do entretenimento, nas quais a televisão pública se deve focar. Dentro do campo da informação, a autora refere que deve ser dada uma atenção especial à “informação diária”, à “realidade regional”, às “reflexões sobre a atualidade”, à “informação desportiva”, ao “conhecimento de áreas-chave da sociedade”, à “descoberta de novos intervenientes sociais”, à “voz dos cidadãos”, à “televisão que se auto-explica”, às “(novas) formas de reter a memória coletiva” e, por fim, às “grandes transmissões” (Lopes, 2005: 92-96). Para além disso, a informação televisiva do canal de serviço público deve comprometer-se a contextualizar a informação tendo em conta “a relevância para o cidadão e a sociedade” e deve “explicar o mundo em toda a sua variedade, riqueza e diversidade, e ajudar a população a compreender o novo ambiente”, com o objetivo de criar “cidadãos verdadeiramente informados” (Rumphorst, 2007: 3).

Quanto ao campo do entretenimento, Lopes (2005) argumenta que devem ser destacados os conteúdos de ficção nacional ou internacional, os “concursos”, os “magazines e talk-shows”, a “programação infantil” e “artes do espetáculo” (Lopes, 2005: 100-105).

Ao cumprir os seus propósitos, o serviço público de televisão assume um conjunto de responsabilidades. Face à sua missão de “informar e educar”, o espectador não deve considerar a televisão pública como uma “instituição escolar”, apesar do dever da televisão de se associar a “outras instituições socioculturais, projetos e iniciativas que respondam a necessidades e prioridades da vida pública”, fornecendo aos indivíduos a informação necessária. Relacionado com esta missão está ainda a necessidade do serviço público de garantir a participação dos cidadãos, sendo esta uma das suas responsabilidades (Pinto, 2005: 17-18).

As responsabilidades do serviço público de televisão prendem-se ainda com os valores enunciados anteriormente. Desta forma, a televisão pública deverá ter “em consideração as lacunas e debilidades do sistema de formação e educação”, ao mesmo tempo que fornece conteúdos que respeitem as “disparidades sociais e regionais”, a “riqueza do património histórico e cultural” e a “diversidade das expressões culturais regionais e locais”, visando assim proteger e divulgar a identidade cultural (Pinto, 2005: 52).

Em suma, o serviço público de televisão surgiu como uma necessidade para proporcionar o debate cívico e para abrir o espaço público a todos os cidadãos, sendo feito para eles com a missão de “distrair, informar e educar”.

2.2. Os desafios ao modelo de serviço público no século XXI

O serviço público de televisão enfrenta hoje em dia vários desafios relacionados com a falência do modelo da televisão pública face às televisões privadas, causando uma crise de

legitimação, e com a proliferação dos media. Estes desafios deram origem ao debate sobre a relevância do serviço público no século XXI, logo, é relevante contextualizar os problemas experienciados que conduziram ao panorama atual.

A queda do modelo de serviço público de televisão teve início ainda nos anos 90. A primeira crise enfrentada tratou-se de uma crise de legitimidade, com “redefinição das fronteiras entre privado e público” (Santos, 2013: 8). Com o aparecimento dos canais privados, o primeiro canal de serviço público apresentou uma estratégia de mimetismo face aos conteúdos apresentados pela concorrência. Para além de deter uma “grelha de programação que mais parece um clone dos canais privados”, o operador de serviço público, no caso português, enfrentava problemas financeiros, com a “acumulação de dívidas” (Lopes, 1999: 1).

Deste modo, o serviço público de televisão colocou em causa a sua identidade, caracterizada pela garantia de uma programação diversificada e diferente da oferecida pelos canais privados. Fidalgo (2005), face a este panorama, questiona se existirá “necessidade de ter apenas ‘mais do mesmo’ à custa do dinheiro dos contribuintes” (Fidalgo, 2005: 14). Tendo em conta a coexistência de ambos os modelos de televisão, Detoni (2015) refere que ambos apresentam uma “preocupante lacuna”, que consiste na falta de disponibilização de um espaço para “debate das questões coletivas e o incentivo à participação cidadã”, podendo este argumento ser utilizado contra os gastos no serviço público de televisão (Detoni, 2015: 22).

Em virtude destas questões, o serviço público de televisão procurou novas formas de as combater, ao aproveitar as inovações tecnológicas para desenvolver novos produtos e para os disponibilizar, sendo este “o grande desafio dos *media* de serviço público” (Santos, 2013: 75), e novas formas de se manter relevante no panorama audiovisual, ao procurar ampliar a interação com os espectadores (Detoni, 2015: 35).

Com a transição para o ambiente digital dos meios tradicionais de serviço público, rádio e televisão, criaram-se plataformas de distribuição e novos serviços. Consequentemente, surge um novo tipo de audiência associada ao panorama digital, cada vez mais fragmentada devido à quantidade de conteúdos oferecidos através destas plataformas (Esch e Carvalho, 2016: 119-120).

Ademais, a transição para o ambiente digital deu origem a um novo significado para o serviço público, sendo este “serviço público de media”. O serviço público de media apoia-se nos novos media para estabelecer o contacto com as audiências e nos conteúdos disponibilizados *online* a partir de plataformas de distribuição ou *websites* das estações de televisão ou rádio, opções que permitem ao serviço público “facilitar e ampliar a prestação dos serviços” e “desempenhar melhor o seu papel” (Paulino et al., 2016: 67; Jakubowicz, 2010: 18). O conceito é associado à lógica descrita por Jakubowicz (2010) de que o serviço público de media é composto por “PSB [*Public Service Broadcasting*] + todas as plataformas relevantes + Web 2.0” (Jakubowicz, 2010: 14).

O percurso de serviço público de televisão para serviço público de media constitui um dos desafios enfrentados pelo modelo público no século XXI, ao implicar uma nova lógica para o modelo de televisão e uma redefinição da sua missão (Bardoel e Lowe, 2007: 9). De acordo com Bardoel e Lowe (2007), a missão do serviço público de media está relacionada com o desenvolvimento de uma visão centrada no público, ou seja, o objetivo do serviço público de media é satisfazer os interesses e necessidades do público (Bardoel e Lowe, 2007: 22).

Face a um panorama comunicacional atual a ser caracterizado pela “instantaneidade”, “amplitude” e pela “velocidade de alcance das informações” (Esch e Carvalho, 2016: 121), as televisões procuram adaptar-se para fornecerem cada vez mais conteúdos aos seus telespectadores. Assim, surgem argumentos a favor do desenvolvimento dos setores multimédia das estações de televisão, com a produção de conteúdos “*cross-media*” e “*cross-genre*” (Bardoel e Lowe, 2007: 9), ou seja, conteúdos aptos a serem partilhados em várias plataformas e que não sejam especificamente só de um género televisivo.

Esch e Carvalho (2016) defendem que a secção de multimédia “necessita ser incrementada de maneira ampla, articulada, sustentável e vigorosa sob pena das entidades perderem o trem da história virtual”, no entanto estas secções devem ser planeadas com base no conhecimento das audiências e das funções que o ambiente digital disponibiliza, desenvolvendo uma “consciência virtual/digital” (Esch e Carvalho, 2016: 122).

Abordando as estratégias da empresa de serviço público de televisão, Esch e Carvalho (2016) referem que o *website* da RTP pode ser caracterizado como estando perante uma “situação de convergência ‘em evolução’”, pois disponibiliza os vários conteúdos produzidos pelos diferentes canais da empresa, quer em direto quer *on-demand*, tal como plataformas e aplicações móveis através das quais é possível aceder a esses conteúdos. Estas plataformas fornecem ainda um espaço aberto para a participação dos cidadãos, através das redes sociais e comentários (Esch e Carvalho, 2016: 129).

Esta transição para o modelo de serviço público de media introduz novas dúvidas que dão continuidade à crise de legitimidade do modelo. A dúvida passa a ser se o serviço público terá capacidade de “se manter universal, acessível e gerador de inclusão” com esta transição (Santos, 2013: 97). Face a estas dúvidas, surge a necessidade de implementar medidas de forma a garantir a legitimidade do serviço público de televisão no contexto digital.

Jakubowicz (2007) propõe um modelo composto por seis passos, cuja aplicação garante “a sobrevivência e a viabilidade futura e desenvolvimento do Serviço Público de Media”. O primeiro passo é composto pela eliminação de “objeções ideológicas”, ao não contestar o papel do serviço público de media perante os cidadãos. Em segundo lugar, o serviço público de media deve garantir que continua relevante entre a oferta que marca o panorama audiovisual. De seguida, a autora aconselha o uso dos termos “serviço público de media” ou “serviço público de conteúdos” ao invés do tradicional “serviço público de televisão”. Jakubowicz revela ainda que o termo “serviço” deverá ser reforçado. O quinto passo prende-se com as possíveis soluções financeiras para este modelo. Por último, a autora propõe que

deverá existir uma remodelação na forma como a relação com o público e os serviços prestados para estes são pensados (Jakubowicz, 2007: 30).

Apesar do serviço público de media ser apresentado como a evolução do conceito tradicional e como a opção viável para a continuação do modelo, Jakubowicz (2007) argumenta que este irá apenas triunfar caso “mobilize o apoio público para a instituição e para o seu programa de transformação” (Jakubowicz, 2007: 44).

Face às dificuldades enfrentadas pelo serviço público de televisão, certos autores defendem a existência do modelo, justificando que este é ainda necessário. As razões prendem-se com a programação garantida, que deve conter “alternativas à programação estereotipada das estações privadas” (Richeri, 1994 *apud* Lopes, 1999: 7). Para além disto, o serviço público de televisão deve manter-se ativo no panorama audiovisual pois representa uma instituição cultural, política e social, e, perante a fragmentação das audiências e o crescente aumento nos conteúdos disponibilizados, o modelo de televisão pública é visto como um promotor da cultura de um país, reforçando a identidade nacional (Blumer e Hoffman-Riem, 1992 *apud* Lopes, 1999: 7; Rumphorst, 2007: 9).

Quanto a sugestões para o futuro do serviço público de televisão, Jakubowicz (2010) sugere uma mudança na forma de pensar o modelo de televisão pública, ao manter a sua missão inicial. Acrescenta ainda que deverá ser feita uma aproximação do modelo à sociedade, reforçando o seu papel perante esta e ao permitir a participação dos cidadãos (Jakubowicz, 2010: 17-18).

Por outro lado, Cádima (2015) reitera que uma redefinição da missão do serviço público é necessária face ao panorama televisivo atual, marcado pela fragmentação das audiências, e que deve ser colocada em prática uma “adequação dos princípios estabelecidos para o serviço público *online* versus serviço público tradicional” (Cádima, 2015: 70).

No contexto nacional exige-se uma reforma do modelo de televisão pública. Torres (2011) sugere alterações na empresa RTP, propondo o encerramento de canais regionais ou temáticos, como a RTP3, anteriormente RTPN, da RTP Memória, RTP Açores, RTP Madeira e RTP África, ao justificar que o serviço público de televisão deve abandonar a faceta “expansionista” e implementar uma “filosofia da primazia dos conteúdos” (Torres, 2011: 89-91).

Para além do encerramento de alguns dos canais da empresa de serviço público de televisão, sugere-se que deve ser adaptado em Portugal um modelo de “serviço público de conteúdos”, seguindo a lógica do serviço público de media, proposta também por Jakubowicz para os canais de serviço público europeus (Torres, 2011: 104; Jakubowicz, 2010: 18). Deste modo, a reforma do modelo de serviço público português deverá focar-se num “sistema multiplataforma” com uma oferta de conteúdos que complementem a dos canais privados, ao promover a “identidade” e “herança cultural” nacional e ao abandonar “entretenimento light” (Cádima, 2015: 64).

A aposta no “sistema multiplataforma” implica ainda que exista uma “redefinição do investimento público” nos conteúdos e uma “reconfiguração do modelo de *public service media*”, sendo que os conteúdos deverão ser orientados numa lógica de promoção da identidade e cultura portuguesa. Ademais, este sistema pressupõe que sejam tidos em consideração a “convergência estratégica” dos conteúdos, o “modelo de gestão e orçamental”, “a formação e os recursos humanos” (Cádima, 2015: 65).

Em suma, os desafios enfrentados pelo serviço público de televisão no século XXI estão relacionados com a crise de legitimidade, que perdura desde o aparecimento dos canais privados, e com a redefinição da sua missão num ambiente caracterizado pela convergência mediática. Deste modo, para fazer face aos problemas levantados, a televisão pública deverá transformar-se em serviço público de media, adaptando-se ao panorama digital, progresso verificado na fase denominada da “hipertelevisão”.

CAPÍTULO II

A INFORMAÇÃO E O JORNALISMO TELEVISIVO

1 - A informação nos media

Os media criam um espaço público de partilha de ideias e de transmissão de conhecimentos, cumprindo estes objetivos através de conteúdos como as notícias, que possibilitam o debate por parte das audiências acerca dos acontecimentos (Schudson, 2003: 29). Seguindo esta ideia, é possível afirmar que, hoje em dia, uma sociedade informada é originada através dos diversos meios de comunicação e, particularmente, através do jornalismo, que desempenha um papel significativo na criação de cidadãos cientes dos acontecimentos que marcam a atualidade no seu país e no mundo.

No entanto, nem toda a informação sobre o mundo que nos rodeia chega aos media, devido ao grande volume de informação disponível diariamente. Assim, face à subjetividade do que é considerado notícia, o jornalista apresenta-se como um *gatekeeper*, ao selecionar os acontecimentos relevantes para a sociedade que serão transformados em notícias (Silva, 2005: 97).

1.1. Dos factos à notícia: os acontecimentos noticiosos e a sua construção

Diariamente ocorrem acontecimentos por todo mundo que nos são apresentados pelos diversos programas que compõem o panorama audiovisual informativo. Estes chegam a nós em forma de notícia, dando-nos a conhecer o contexto em que ocorreram os eventos e as imagens que os caracterizam.

A definição de notícia possui um carácter mutável, sendo-lhe associada várias características que dependem da perspetiva de quem a produz. Apesar da subjetividade inerente à sua produção, é possível identificar o principal objetivo das notícias, comum em todos os meios. Assim, a finalidade das notícias é a de dar a conhecer “aquilo a que nós não assistimos

diretamente”, surgindo este propósito face à “necessidade invariante de relatos do inobservado” e à “capacidade de informar os outros” (Molotch e Lester, 1993: 34).

As notícias são, então, um “reflexo da realidade que tinha que se relatar, explicar e interpretar” de forma a proporcionar a formação da opinião pública fundamentada por parte dos cidadãos (Fontcuberta, 1999: 13). Tratam-se do conector “entre um dado acontecimento e um sistema simbólico” (Brandão, 2008: 28), com o objetivo de dar a conhecer “informações essenciais”, ao apresentar “as várias faces de um acontecimento”, procurando sempre transmitir a informação sob um olhar objetivo (Vizeu, 2009: 79).

As características inerentes ao acontecimento e ao enquadramento posteriormente dado nas notícias permitem elaborar a distinção entre *hard* e *soft news*. Enquanto as *hard news* correspondem às notícias que abordam temas “com alto nível de noticiabilidade” e que “exigem publicação imediata”, as *soft news* tratam da informação que “não necessita de uma publicação atempada e tem um baixo nível de valor informativo substantivo” (Lehman-Wilzig e Seletzky, 2010: 37-38).

Para além das duas categorias tradicionalmente associadas à tipologia de notícias, Lehman-Wilzig e Seletzky (2010: 47-48) definem uma nova categoria, situada entre as *hard* e *soft news*: as notícias “gerais”. Esta categoria representa a informação sobre acontecimentos que “não necessitam de publicação imediata”. As notícias gerais focam-se nos acontecimentos de foro económico, social e cultural, que contêm “dados demográficos importantes, relatórios académicos, descobertas científicas ou invenções tecnológicas”. Este grupo de notícias inclui também notícias sobre acontecimentos que se demonstram pertinentes para um determinado grupo, “notícias importantes que não estão presentes na agenda pública atual” e “informação pessoal útil para o leitor”.

Tendo em conta o papel do jornalista na transmissão de conhecimento através das notícias, Traquina (2002: 171-172) propõe duas perspectivas: a “minimalista” e a “simplista”.

Partindo de uma visão simplista, as notícias são descritas como algo que o “jornalista relata, capta, reproduz ou retransmite”, sendo o jornalista “um espelho que reflecte a realidade”. Quanto à perspectiva minimalista, esta encara o profissional como um mediador com papel reduzido.

Assim, o jornalista apresenta-se como o elo de ligação entre a realidade e a audiência. O seu trabalho vai desde a pesquisa de informação até à sua construção, de forma a fornecer aos cidadãos uma interpretação objetiva dos acontecimentos. Portanto, o papel do jornalista consiste em “interpretar a realidade social e mediar os que fazem parte do ‘espetáculo mundano’ e o público” (Vizeu, 2009: 78).

Face ao objetivo de informar os cidadãos, os jornalistas implementam técnicas que facilitam a construção das notícias. Uma das principais estratégias é obter respostas às seguintes questões: “o quê”, “quem”, “quando”, “onde”, “porquê” e “como” (Fontcuberta, 1999: 60). Através das respostas a estas perguntas, obtidas por intermédio das fontes de informação, as notícias fornecem os elementos fundamentais sobre o acontecimento.

O processo de construção de notícias é, numa primeira fase, dependente das fontes de informação, sendo estas relevantes pois “facilitam a informação de que os meios de comunicação necessitam para elaborar notícias”. Estas podem ser “pessoas, instituições e organismos de todo o tipo” e assumem diferentes tipos de fontes, estando esta tipologia relacionada com o seu comportamento. Consequentemente, a fonte de informação pode ser caracterizada como sendo “resistente”, “aberta”, “espontânea”, “ansiosa” ou “compulsiva” (Fontcuberta, 1999: 46-47).

O papel dos jornalistas na construção de notícias está ainda relacionado com a construção de uma narrativa, ou seja, da abordagem que pretendem dar ao acontecimento através de “técnicas de construção” que “constituem dispositivos de enquadramento destinados a recortar a ‘notícia’ da amálgama informe de elementos que compõem o acontecimento”

(Gradim, 2016: 25). No entanto, a interpretação dos acontecimentos não ocorre apenas ao nível do profissional, visto que o cidadão elabora também ele uma interpretação pessoal. Deste modo, as notícias “são sempre produto de duplas interpretações: as dos emissores/jornalistas e as dos receptores/audiências” (Cardoso e Neto, 2010: 67).

Regressando às características das notícias, estas são compostas por acontecimentos jornalísticos. Estes tratam-se de “acontecimentos de natureza especial”, que rompem com “a rotina da atualidade” ou que podem representar “uma transgressão em relação à quotidianidade e às normas habituais da sociedade”, sendo assim únicos face a um “número indeterminado dos acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditada pela lei das probabilidades” (Correia, 2018: 179; Rodrigues, 1993: 27).

Os acontecimentos jornalísticos possuem características essenciais de forma a serem transformados em notícia. As três características prendem-se com a atualidade, pois a informação deve “ser recente”, “ser imediata” e “que circule”, ou seja, “que acabe de se produzir (ou que acabe de ser descoberta), que se dê a conhecer no mínimo espaço de tempo possível, e que esse conhecimento circule num público vasto e massivo” (Fontcuberta, 1999: 18).

Dentro dos acontecimentos jornalísticos, podemos analisar ainda a sua valência, ao destacar os acontecimentos negativos, que cada vez mais marcam o panorama informativo. Estes acontecimentos possuem um “carácter chocante”, “fogem à rotina quotidiana, à norma”, o que gera maior “interesse pelas audiências dos media” (Brandão, 2016: 41).

Tendo em conta as suas características, podemos ainda realçar três tipos de acontecimento, sendo estes o “meta-acontecimento”, o “não-acontecimento” e o “pseudo-acontecimento” (Correia, 2018: 180; Fontcuberta, 1999: 22; Rodrigues, 1993: 27-30).

No caso do meta-acontecimento, este surge com os acontecimentos imprevisíveis, ou seja, “são acidentes que irrompem no seio da ordem regular do funcionamento das coisas, das pessoas e das instituições” e têm como objetivo a “visibilidade” e a “encenação” (Rodrigues, 1993: 30).

Quanto ao não-acontecimento, este é associado às notícias “inventadas”, “falsas” ou “especulativas”, pois “envolvem explicitamente uma não-informação no sentido jornalístico” que “rompe com a ideia de actualidade” (Fontcuberta, 1999: 22-23).

Correia (2018: 180-202) considera os acontecimentos que não são naturais, que “têm relações ambíguas com a verdade dos factos”, que “procuram a difusão imediata e máxima” e que podem ainda “depender da encenação” ou serem inventados “de raiz” como pseudoacontecimentos. Estes podem ter origem em três circunstâncias, ao assumirem-se como: pseudoacontecimentos “dos média”, ao procurarem a “exclusividade”, “alargar a audiência” e “encontrar um eco nos outros média”; pseudoacontecimentos “dos poderes”, ao focarem-se nos acontecimentos que favorecem os “poder(es)” e os “meios dirigentes provenientes do mundo político, económico, social, cultural e desportivo”; e “dos excluídos”, que visam transmitir uma mensagem sobre os “excluídos do poder” ou “minorias ativas” e “utilizar os média como agentes de desestabilização”.

O último ponto a abordar sobre os acontecimentos é a possibilidade destes representarem “mecanismos de distorção de informação”. As técnicas de construção de notícias implementadas pelos jornalistas visam “atrair leitores” ao “seduzir, chocar, impressionar”, destacando as “proezas individuais”, os “pormenores sensacionais”, o “insólito” e o “extraordinário”. Estas escolhas conduzem a que seja o próprio acontecimento a fazer a informação, no processo que Correia intitula de “acontecimentização” (Correia, 2018: 177-178).

Em suma, é através das notícias que ficamos a conhecer os diversos acontecimentos que marcam a atualidade no mundo, transmitindo “decisivas interpretações sobre como compreender a vida quotidiana” (Brandão, 2016: 35), ao mesmo tempo que fornecem informação para o debate no espaço público.

1.2. Os critérios de seleção de informação

As notícias são uma “representação do mundo”, ao contrário de um “espelho da realidade”, justificando, desta forma, a necessidade de existirem pessoas encarregues da seleção de informação (Schudson, 2003: 33). Neste caso, os jornalistas empregam critérios de seleção de informação, ou valores-notícia, que compõem um guia sobre os acontecimentos que serão transformados em notícia.

Este processo é guiado por três premissas base, que estão relacionadas com a prestação de informação aos cidadãos. Assim, a seleção de acontecimentos é motivada pela “procura de informação pelo público”, pelo “interesse do meio em dar a conhecer ao seu público determinados factos” e pelo “objetivo de sectores da sociedade de, através dos meios, informar o público sobre determinados factos que servem os seus interesses” (Fontcuberta, 1999: 34).

Tendo em conta este processo, os acontecimentos selecionados pelos jornalistas devem então cumprir critérios de noticiabilidade, sendo noticiabilidade neste caso “todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia” (Silva, 2005: 96). Estes fatores que agem na construção das notícias estão relacionados com o “ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação” e o “ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas” (Wolf, 2006: 190).

Os critérios de noticiabilidade podem partir de três origens distintas. Em primeiro lugar, podem tratar-se de critérios na “origem dos factos”, inerentes às características do evento. Podem surgir também “no tratamento dos factos”, sendo estes critérios que têm em conta

“fatores inseridos dentro da organização, [...] como também fatores extra-organizacionais direta e intrinsecamente vinculados ao exercício da atividade jornalística”. Por último, podem ser originados “na visão dos factos”, ou seja, os critérios surgem com base nos “fundamentos éticos, filosóficos e epistemológicos do jornalismo” (Silva, 2005: 96).

Os critérios de seleção são dependentes de fatores adicionais, resultando da “longa história da informação” em cada país, “das condições culturais, sociais e políticas” e do “‘espírito do tempo’ de uma época” (Correia, 2018: 28). Existem em complementaridade com outros fatores que determinam o que receberá cobertura, ou seja, “são as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícia, que ‘recomendam’ a selecção de um facto” (Wolf, 2006: 195-196).

Relacionada com a ideia de que os critérios de seleção dependem do panorama cultural, social e político de um país está a noção de noticiabilidade proposta por Shoemaker (2010: 26-33), na qual a noticiabilidade de um acontecimento está intrinsecamente relacionada com a desviância do evento e com a significância social, sendo que esta última tem em consideração os “efeitos da evolução cultural”. É através da significância social que compreendemos “se um item noticioso se refere a acontecimentos, instituições ou pessoas que são consideradas importantes ou que têm impacto numa determinada colectividade social”.

Ademais, os critérios ou valores-notícia detêm um carácter “dinâmico”, “mudam no tempo” e “não permanecem sempre os mesmos”. O carácter mutável destes surge face “às características substantivas das notícias”, “à disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo”, “ao público” e, por último, “à concorrência” (Wolf, 2006: 198-200).

O processo de escolha dos acontecimentos depende então de vários fatores que condicionam o produto final. Desta forma, é possível argumentar que se trata de um processo “objetivo”,

face à “regularidade temática”, e “subjetivo”, pois está relacionado com “a qualidade e o tipo de pessoas que em cada dia trabalham na redação” e com “os fatores de contingência com que o jornalismo se confronta” (Cardoso e Neto, 2010: 39).

No entanto, os critérios que determinam a escolha dos acontecimentos não estão apenas presentes no processo de seleção. Wolf (2006: 196) argumenta que os “valores/notícia” não fazem parte exclusivamente do processo de seleção, mas estão “espalhados ao longo de todo o processo de produção” e “participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente”.

Conseqüentemente, os critérios ou valores-notícia assumem duas posições: como critérios substantivos, associados aos valores-notícia de seleção; e critérios relativos aos determinantes que têm a capacidade de influenciar o produto final (Wolf, 2006: 200-217).

Quanto aos critérios substantivos, estes procuram determinar a “importância” e o “interesse da notícia”. Tendo em conta o fator “importância”, este envolve quatro componentes: “grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento”; “impacte sobre a nação e sobre o interesse nacional”; “quantidade de pessoas que o acontecimento (de facto ou potencialmente) envolve”; e, por último, “relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação” (Wolf, 2006: 201-204).

O segundo grupo de critérios é referente aos fatores que influenciam o produto final, tal como os critérios relativos ao produto, ao meio de comunicação, ao público e à concorrência. Os critérios relativos ao produto são alusivos à “disponibilidade de materiais e às características específicas do produto informativo”. Tendo em conta os “relativos ao meio de comunicação”, estes englobam “a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento”, através dos valores-notícia relacionados com o acontecimento e com “a sua apresentação como notícia”. Quanto aos critérios relativos ao público, estes surgem consoante a “imagem que os jornalistas têm do público”. Por último, a concorrência entre meios de comunicação influencia também os critérios, ao resultar, por exemplo, na seleção de acontecimentos com

base na previsão de que estes receberão cobertura por parte dos outros meios (Wolf, 2006: 206-214).

Partindo da perspectiva de Wolf (2006), Traquina (2002: 186-198) divide a sua proposta sobre os critérios em dois grupos – os valores-notícia de seleção e os valores-notícia de construção. Deste modo, o primeiro grupo de critérios é composto pelos seguintes valores-notícia: “morte”, critério relacionado com “o negativismo do mundo jornalístico”; “notoriedade do agente principal do acontecimento”; “proximidade” cultural e geográfica; “relevância”; “novidade”; “tempo” ou atualidade”; “notabilidade”; “inesperado”; “conflito” ou “controvérsia”; “disponibilidade”; “equilíbrio” na “quantidade de notícias sobre esse evento”; “visualidade”; “concorrência” entre meios de comunicação; e, por fim, “o dia noticioso”.

Quanto aos valores-notícia de construção, Traquina (2002: 198-200) explica que estes se referem aos “critérios de selecção dos elementos dentro do acontecimento”, incluindo neste grupo os valores-notícia: “simplificação”, ou seja, que a notícia não seja “ambígua”; “amplificação” do acontecimento; “relevância”; “personalização” do acontecimento, relacionado com a capacidade de um acontecimento poder ser “personalizado” ao permitir “a identificação do acontecimento em termos ‘negativo’ ou ‘positivo’”; “dramatização”; e, por último, “consonância”, que determina a relação do acontecimento com uma “‘narrativa’ já estabelecida”.

Acrescentando aos critérios mencionados até este ponto, outras investigações delinearão os principais critérios utilizados pelos meios de comunicação. No caso da investigação de Harcup e O’Neill (2017), com enfoque na cobertura mediática em jornais britânicos, os autores propõem 15 critérios que complementam os anteriormente referidos. Desta forma, os autores apontam os seguintes valores-notícia: “exclusividade”, notícias com teor negativo, “conflitos”, “surpresa”, “audiovisuais”, “*shareability*”, “entretenimento”, “drama”, “acontecimentos *follow-up*”, “elite de poder”, “relevância”, “magnitude”,

“celebridades”, notícias positivas e “agenda do meio de comunicação” (Harcup e O’Neill, 2017: 1482).

À semelhança do estudo anterior, Correia (2018: 28-65) listou 14 critérios de seleção de notícias. Assim, a lista é composta pelos seguintes critérios: “critério temporal”; “critério geográfico”; “critério psicoafectivo”, referente às informações de interesse humano; “critério cultural”; “critério histórico”, relacionado com as relações entre países; “critério político-ideológico”; “critério social”, ligado às características socioculturais e socioprofissionais dos cidadãos; “critério económico”, “critério celebridade”; “critério justaposição”, que destaca “um facto ou uma personagem menor”; “critério insólito”; “critério emulação”, através do qual são produzidas notícias sobre acontecimentos transmitidos noutros meios; “as especificidades do média”; e, por fim, as “contingências internas do média”.

Face aos critérios apresentados, podemos elaborar um levantamento dos critérios de seleção em comum entre os autores, considerando-os como os critérios essenciais para a escolha dos acontecimentos. Deste modo, destacam-se: a “atualidade” ou “critério temporal”, que determina a relevância do acontecimento no dia noticioso; a “proximidade”, quer cultural, quer geográfica; a notoriedade do agente no acontecimento; o conflito; o “inesperado” ou “novidade”; e, por último, a “relevância”.

Em conclusão, o processo de escolha e construção de uma notícia tem em consideração vários fatores, quer inerentes ao acontecimento, quer externos, que determinam uma forma de hierarquizar a informação de forma a servir o interesse do público. Devemos ainda ter em consideração que os critérios não são apenas aplicados no processo de seleção, mas também durante a produção da notícia.

2 - O jornalismo televisivo

Vivemos numa época de imediatismo, onde o jornalismo promete cumprir as demandas dos cidadãos por informação rápida. Entre os vários meios de comunicação, a televisão surge como um dos meios que nos transporta, com rapidez, para o acontecimento em direto.

O poder da sua imagem permite-nos visualizar os acontecimentos da atualidade e desenvolver as nossas próprias conclusões sobre os acontecimentos. O jornalismo televisivo e, conseqüentemente, as imagens televisivas possibilitam uma ligação à realidade que nos rodeia. Desta forma, a televisão e, em particular, o jornalismo televisivo assumem um papel relevante na “crescente responsabilidade social dos media”, relacionada com a construção social da realidade, sendo esta possível devido à “influência, representação e visibilidade” da televisão (Brandão, 2005: 201-202).

No entanto, este poder tem vindo a ser contestado face à crescente presença da “dramatização” da informação, uma estratégia utilizada para captar mais audiência. Cada vez mais assistimos a “informação-espectáculo” na televisão e nos seus noticiários, caracterizada por se tratar de uma “informação assente em valores negativos, que acentuam os acontecimentos espetaculares, geradores de notícias dramáticas e cheias de emoção” (Brandão, 2005: 201). Face a isto, cabe às estações de televisão, especialmente a de serviço público, encontrar estratégias de combate a este tipo de informação.

2.1. A informação na televisão

Apesar dos avanços tecnológicos e do aparecimento dos novos media ditarem tradicionalmente a “morte” da televisão, o *medium* “continua a ser o lugar onde milhões, se não biliões, em todo o mundo investem uma grande parte do seu tempo e atenção” (Cushion, 2012: 3).

A televisão pode ser analisada como um “instrumento de verdade” face ao seu papel como transmissora de informação, ao reforçar a importância dos acontecimentos na sociedade. É através deste meio de comunicação que temos acesso às imagens do dia-a-dia, dos acontecimentos, quer positivos, quer negativos, à “recomposição rotineira, ritualizada, dos acontecimentos” (Cádima, 2010: 97).

Focando-nos na informação transmitida pela televisão, as notícias possuem um papel importante perante a audiência, pois, por um lado, “continuam a ser o ponto de contacto da maioria das pessoas quando estas procuram compreender o que está a acontecer atualmente no mundo”. Por outro lado, face à constante presença da televisão no dia-a-dia das pessoas, “o seu jornalismo conecta-se mais regularmente e de forma convincente com as audiências do que o produzido pela maioria dos outros meios de comunicação” (Cushion, 2012: 3).

A importância da informação televisiva prende-se também com o facto de ser transmitida num “lugar” que proporciona uma experiência coletiva entre a audiência, pois a televisão representa “uma espécie de arena colectiva onde se partilha um mundo comum ou aquilo que, a partir dessa visibilidade mediática, passa a integrar o espaço público contemporâneo” (Lopes, 2007: 19).

Um dos principais produtos televisivos utilizado para a transmissão de informação na televisão é o telejornal. Os noticiários podem ser caracterizados como “uma *table d’hôte*, uma colecção de ‘estórias’ seleccionadas e organizadas de modo a serem vistas integralmente por todo o espectador”. Visto que apresentam apenas um determinado número de “estórias”, os noticiários não transmitem tantas notícias como, por exemplo, um jornal. Assim, estes produtos televisivos dão-nos a conhecer “menos ‘estórias’”, mas estas “são cuidadosamente escolhidas devido ao seu interesse e equilíbrio e são apresentadas como um pacote relativamente coerente e integrado” (Weaver, 1993: 297).

Tendo em conta a hierarquização da informação nos telejornais, esta é organizada consoante os seus temas, sendo apresentada por categorias temáticas. É através das categorias temáticas elaboradas que conseguimos “aferir quais os assuntos dominantes em cada noticiário” (Lima, 2011: 172).

As categorias temáticas mais abordadas pelos programas de informação variam consoante os valores editoriais dos canais. Num estudo sobre os telejornais de horário-nobre dos canais generalistas portugueses, Brandão (2005: 227-238) aponta 28 categorias temáticas, sendo estas: “política nacional”; “assuntos militares e policiais”; “política internacional”; “problemas sociais”; “tribunais e justiça”; “ordem interna”; “sindicatos e organizações profissionais”; “greves e protestos”; “acidentes e catástrofes”; “economia e negócios”; “comércio e indústria”; “transportes e trânsito”; “saúde e serviços sociais”; “ciência e tecnologia”; “população”; “educação”; “habitação e obras públicas”; “ambiente”; “energia”; “função pública”; “desporto”; “artes e cultura”; “cerimónias, festividades e solidariedade”; “comunicação”; “moda e beleza”; “casos diversos”; “religião”; e, por último, “tempo”.

Regressando à informação televisiva, Weaver (1993: 298) descreve a televisão como um “*headline service* que deve contentar-se com sumários estereotipados das ‘estórias’ mais importantes do dia”, levando a que a sua informação, por vezes, não vá “além da superfície dos acontecimentos para evidenciar as tendências e os significados dos assuntos da actualidade”.

Nos dias de hoje assistimos a uma informação televisiva com o foco no “grande público e assente numa visão da informação-choque”. Os telejornais são elaborados através de “factos seleccionados pelo interesse do público, menosprezando o interesse público dos acontecimentos” (Brandão, 2005: 129). Estes produtos televisivos devem procurar incorporar “imagens geradoras de catástrofes e escândalos noticiados”, pois é através destas que “chamarão a atenção dos telespectadores” (Brandão, 2016: 81).

Surge associado a esta ideia um novo tipo de jornalismo televisivo, caracterizado pelo *storytelling*, visível através do uso de “estratégias comunicativas de narração”. O “jornalismo televisivo de *storytelling*” ambiciona “contar histórias, elaborar um enredo e utilizar o potencial dramático do *medium*”. Partindo destes objetivos, o “jornalismo televisivo de *storytelling*” mantém o foco da sua produção em “transformar eventos reais em boas histórias”, ou seja, criar notícias que “cativem o espectador/ouvinte” (Ekström, 2000: 473).

A utilização de narrativas nas notícias televisivas pode ser encarada como uma forma de tornar “as notícias televisivas mais fáceis de lembrar e entender”. Esta técnica é caracterizada por três elementos: o “narrador”, ou seja, quem determina que um evento é “digno de notícia”; a “narrativa”; e o “processo de narrar”, que pode ser dividido em “histórias autónomas”, “narração seriada” e “narração explicativa” (Machill, Köhler e Waldhauser, 2007: 191-200).

Consequentemente, assistimos a uma crescente presença de “informação-espectáculo”. Este é um tipo de informação que conduz à “espectacularização da notícia”, com o “domínio da observação sobre a explicação”. Desta forma, a informação-espectáculo destaca o “insólito”, o “excepcional” e o “chocante”, através da “selecção de dramas humanos”, de reportagens “tirando partido da emoção oferecida pelo repórter”, da “dramatização” e dos “efeitos visuais” (Canavilhas, 2001: 4-5).

Tendo em conta o facto de os jornalistas procurarem transmitir um lado emotivo, Pantti (2010: 172), ao abordar a percepção dos jornalistas da presença da emoção nas notícias televisivas, refere que estes seguem três argumentos para justificar o fenómeno. Os profissionais utilizam, desta forma, os seguintes argumentos: o “argumento da realidade”, que explica a presença de emoções como algo “essencial para o jornalismo” tal como são “essenciais para a vida quotidiana das pessoas”; o “argumento do *medium*”, através do qual a televisão é apresentada como “um meio de emoção”; e, por último, o “argumento da funcionalidade” que “destaca a importância da emoção na narração de notícias”.

Associada à “informação-espectáculo” está a visão “mercantil” da notícia, ou seja, procura-se transmitir, particularmente na “televisão comercial”, “imagens de forte impacto social, de sensacionalismo, privilegiando aspectos supérfluos” (Herrerros, s/d: 122-137 *apud* Brandão, 2005: 101). Para além de atrair os telespectadores, através das técnicas do uso dos diretos e da transmissão de informação de uma forma que procura maximizar a emoção, a “informação-espectáculo” procura “criar um maior envolvimento com o espectador” (Brandão, 2002: 89).

É possível argumentar, face a este pensamento, que a imagem dita hoje em dia a informação que obtemos. Assim, esta lógica “mercantil” conduz a uma “realidade mediática” que “vive da abundância da imagem televisiva”. Por sua vez, esta “abundância” provoca uma mudança de perspectiva consoante o acontecimento a relatar, ao dar prioridade à representação deste “como um espectáculo de imagens geradas que gerem, sobretudo, uma intensa visão ficcionada, onde a imagem possa prevalecer sobre tudo o resto” (Brandão, 2016: 61).

O poder das imagens transmitidas entra então em jogo na construção de uma notícia televisiva mais aliciante, resultando na dramatização dos acontecimentos, na colocação destes “em cena” ou ainda no tratamento dos acontecimentos “como epifenómenos de fenómenos mais latos ou ideias que são o verdadeiro foco temático”. Assim, a informação televisiva “entra, por baixo, ou para lá do acontecimento em si para se fixar em algo mais”, ou seja, “qualquer outra coisa que pareça um tema adequado na circunstância” (Weaver, 1993: 299).

Face ao foco na dramatização da informação, surgem vários argumentos em oposição ao uso da “informação-espectáculo”. Um dos pontos realçados é o facto de transmitir informação com base em noções associadas ao “sensacionalismo”, ou seja, informação que “faz subir audiências”. O facto de procurar transmitir informação constantemente em direto é também apontado como um defeito da “informação-espectáculo”, pois através dos diretos procura-se obter uma “maximização da emoção” e, face à transmissão imediata dos acontecimentos, os diretos provocam uma “uniformização” dos comentários sobre o assunto. Por último, é

possível argumentar que as notícias com foco no “espectáculo” conduzem a “efeitos perversos”, ao provocar um “juízo ‘à priori’” sobre os acontecimentos (Canavilhas, 2001: 8-9).

Ademais, através destas características, a informação-espectáculo conduz a uma aproximação ao modelo de “infotainment”, com os noticiários a colocar o espectador “em tensão permanente para que não mude de canal” (Brandão, 2005: 147).

Perante este tipo de informação, caracterizada pelo “modo dramático” e pelas emoções, é sugerido um foco no “interesse público” e na “informação contextualizada” que não se rege apenas de forma a garantir “imagens carregadas de emoção e dramatização” (Brandão, 2005: 137). Relacionado com esta sugestão está a ideia de que o serviço público de televisão deve apresentar a informação sobre os acontecimentos da atualidade de forma a proporcionar “o debate e a autenticidade”, ao contrário dos canais privados que transmitem informação caracterizada por “efeitos espetaculares e dramáticos, como forma de manter a atenção e o interesse dos seus telespectadores” (Brandão, 2010: 36).

É possível, em suma, argumentar que o panorama informativo na televisão procura cada vez mais integrar estratégias de entretenimento nos noticiários, de forma a tornar mais apelativa a informação e a gerar mais audiências. No entanto, modelos como o de serviço público de televisão devem apresentar conteúdos que combatam a dramatização da informação, ao procurar servir o interesse do público através de “informação contextualizada”.

2.2. A televisão e a construção social da realidade

A informação, independentemente do meio de comunicação, fornece aos cidadãos uma forma de construir a sua perceção da realidade. É através do jornalismo que temos acesso a uma forma organizada do mundo, sendo o jornalismo percebido, conseqüentemente, como “um lugar de mediação” e de “orientação de homens e mulheres na contemporaneidade” (Vizeu, 2009: 80).

Consequentemente, a televisão influencia também o processo de construção social da realidade. É através da televisão que, diariamente, temos acesso a imagens que nos permitem conhecer um acontecimento próximo ou distante, ao mesmo tempo que nos fornece a informação essencial para formar a nossa opinião sobre este. Desta forma, o poder da televisão não se prende apenas com a imagem, mas também com os significados produzidos através do enquadramento dos acontecimentos. A televisão cria, então, “o efeito de real”, ao conseguir “fazer ver e fazer crer no que faz ver” e, posto isto, mobilizar a audiência a acreditar em certas ideias (Bourdieu, 2001: 14).

Os conteúdos que marcam o panorama televisivo trazem até ao ecrã histórias da sociedade e do mundo, quer sejam programas de informação, entretenimento ou de ficção. No entanto, é através dos programas de informação que construímos a nossa percepção da realidade em que vivemos. É a informação “que principalmente desenha os contornos da realidade” (Brandão, 2010: 148). Ao mostrar os acontecimentos relevantes para a formação da opinião pública, são os programas informativos que “reúnem, à partida, maiores potencialidades para dar múltiplas e pertinentes visões de variados assuntos” (Lopes, 2007: 37).

A capacidade da informação televisiva de mostrar o “‘mundo objectivo’ tal como ele é” conduz à mobilização do “espectador como cidadão”, ou seja, esta “obriga o espectador a ver o mundo e a interessar-se minimamente pela marcha dessa história de que ele é, a maior parte do tempo, excluído como protagonista” (Wolton, 1994: 74-75).

Reforçando a ideia de mobilização dos cidadãos através da televisão, Bourdieu (2001: 14-15) argumenta que as notícias conseguem produzir “sentimentos fortes, muitas vezes negativos” e que “o facto de relatar, *to record*, como repórter, implica sempre uma construção social da realidade capaz de mobilizar (ou de desmobilizar) indivíduos ou grupos”.

A capacidade de mobilização/desmobilização deve-se também ao facto das notícias proporcionarem “mapas de significado de diferentes esferas da vida social”, através dos quais estas determinam a realidade social e tornam-se “um produto dessa mesma realidade, através dos enquadramentos que realizam aos acontecimentos transformados em notícias” (Brandão, 2016: 35-36).

Face à relevância da informação televisiva na construção social da realidade, é necessária uma atenção acrescida ao tipo de informação que é escolhida para ser transmitida, visto que é através das notícias que se origina “uma noção partilhada do que é atual e do que é relevante na sociedade”. Desta forma, o tratamento dado aos acontecimentos que se transformam em notícia deve ser com um foco na realidade, especialmente na televisão de serviço público, e não com um foco na espectacularização da informação (Brandão, 2010: 151).

Ademais, não devemos encarar a informação televisiva como a transmissão da realidade tal como aconteceu. Tendo em conta a informação em geral, esta “produz a sua própria realidade, coincidente ou não com a realidade do que aconteceu”, sendo que as notícias que resultam dos acontecimentos são apenas “uma concretização da história informativa” (Cebrián Herreros, 1988: 78).

Em suma, os media e, neste caso, a televisão representam espaços que contribuem para as representações acerca dos vários intervenientes na sociedade e para a formação da opinião pública, ao dizer-nos “o que devemos pensar” através da “produção de sentido como um trabalho permanente, de modo a tornar mais perceptível a realidade social” (Brandão, 2005: 203). A televisão, em particular, constitui uma ferramenta de construção social da realidade pois “determina, em grande medida, os valores e os quadros de referência dos cidadãos” (Brandão, 2010: 129).

CAPÍTULO III

O MUNDO NAS NOTÍCIAS: OS MEDIA E OS ACONTECIMENTOS INTERNACIONAIS

1 - A cobertura de notícias internacionais

O fenómeno da globalização abriu as portas para o mundo. Independentemente da nossa localização geográfica, temos constantemente acesso às notícias sobre as várias regiões do planeta. Temos acesso a outras culturas, a conflitos políticos, guerras, catástrofes, entre outros assuntos. Assim, “a globalização está a fundir as agendas de notícias nacionais e estrangeiras. O que acontece no exterior tem um maior impacto direto nas nossas vidas do que nunca” (Sambrook, 2010: 59).

No entanto, este acesso não seria possível sem os meios de comunicação, que tratam da informação até esta chegar ao cidadão, pois “o mundo que vemos, lemos e ouvimos nas notícias é um produto dos valores-notícia e do sistema global de recolha e distribuição de notícias” (Wu, 2000: 111). Assim, os jornalistas focam-se em transformar os acontecimentos em notícias, dando-lhes por vezes enquadramentos distintos. Neste caso, face ao âmbito internacional das notícias, poderá ser elaborada uma cobertura focada apenas no contexto no qual ocorreu o evento, através de uma visão essencialmente internacional, ou focada nos possíveis efeitos ou relações que resultam do acontecimento, sendo esta uma perspetiva global do assunto (Berglez, 2008: 849).

1.1. As notícias internacionais

Atualmente vivemos cada vez mais conectados com o mundo exterior. Fenómenos como as migrações, negócios e conflitos geopolíticos conduzem a uma procura de informação sobre o panorama internacional. Assim, as notícias de âmbito internacional, disponíveis nos vários meios de comunicação, surgem como uma ligação ao estrangeiro e como fonte de conhecimento sobre a relação entre o nosso país e os outros. Ademais, este produto informativo possibilita uma contextualização do papel do cidadão perante os acontecimentos

mundiais, permitindo elaborar conclusões sobre estes e, por vezes, encorajar a criação de iniciativas relacionadas com estes.

A definição do que consiste uma notícia de âmbito internacional varia consoante a localização na qual esta é produzida. Larson (1979: 136) define como notícias internacionais, no contexto norte-americano, todas as notícias “que mencionem um país sem ser os Estados Unidos” e que abordem qualquer temática. Deste modo, o foco das notícias – nacional ou internacional – pode ser identificado através da “localização de um evento” e do “envolvimento de um país no evento” (Cohen et al., 2013: 6).

Partindo da contextualização do que são consideradas notícias internacionais, é possível indicar duas abordagens distintas: a internacional e a global. O relato dos acontecimentos que ocorrem noutros países é geralmente associado ao jornalismo especializado no panorama internacional, que assume a denominação de “jornalismo internacional”. Trata-se de um tipo de jornalismo que “separa a realidade social em eventos e processos separados” (Berglez, 2006: 147-8 *apud* Berglez, 2008: 849).

Apesar de ambas as abordagens se focarem em acontecimentos que ocorrem no exterior, a vertente global relata as “relações entre pessoas, lugares, e as suas ações” (Roosvall, 2005: 322 *apud* Berglez, 2008: 849). Assim, o jornalismo global procura estabelecer ligações entre as diferentes realidades que caracterizam o mundo, surgindo da “crescente conectividade, ausência de fronteiras e mobilidade no mundo” introduzida com o fenómeno da globalização (Berglez, 2008: 855).

Esta abordagem é verificada nas notícias que assumem uma perspetiva de “espaço global”, ou seja, com foco no mundo como um só espaço “no qual um ‘evento’ e uma notícia poderiam ter lugar em várias localizações simultaneamente no mundo”. Um segundo ponto que permite a identificação de uma notícia “global” é a descrição de poderes económicos e políticos como “transnacionais” e globais, que possuem um “potencial para influenciar todo

o mundo”. O foco na identidade e, particularmente, na identidade política segue a lógica do enquadramento dos poderes económicos e políticos, pois assume uma visão transnacional e global. Tendo em conta a identidade, esta encontra-se presente nas notícias sob a forma de “luta de identidade global”, representações do “público global ou das pessoas (em termos da defesa dos interesses da humanidade)” e através da junção de “pessoas com identidades semelhantes” (Berglez, 2008: 850-852).

A cobertura de acontecimentos internacionais apresenta-nos o mundo mas, independentemente da sua importância, esta pode ser considerada “limitada”. Esta caracterização está relacionada com o facto de as notícias fornecerem os dados necessários para a compreensão da realidade vivida no exterior ao aplicarem estratégias que têm como objetivo “reduzir a complexidade” do mundo. No entanto, a reduzida representação de certos países ou temáticas nas notícias traduz-se no fenómeno “*tip-of-the-iceberg*”. Deste modo, as notícias internacionais são associadas a uma cobertura superficial, tornando o “mundo das notícias internacionais incomparavelmente mais fragmentado” tendo em conta as notícias de foro doméstico (Hafez, 2011: 485-486).

Apesar de superficial, a cobertura de notícias internacionais detém a capacidade de influenciar a sociedade. As notícias, em geral, transmitem aos cidadãos representações da sociedade em que habitam e do mundo que permitem a construção social da realidade, tal como foi abordado no capítulo anterior.

Tendo em conta os impactos das notícias internacionais a nível político e a nível da sociedade, Hafez (1999: 55-56) argumenta que estas, ao seguirem uma determinada visão “particular”, como por exemplo uma perspectiva local ou nacional da notícia, podem provocar os seguintes efeitos: a “estabilização do Estado-nação”, através do destaque dado às “imagens e enquadramentos nacionais da cobertura internacional”; o “reforço dos conflitos internacionais políticos e económicos”, com a transmissão de acontecimentos focados essencialmente em “crises e conflitos”; o “reforço de conflitos culturais internacionais”; e, por último, o “reforço de conflitos nacionais interculturais e étnicos”, ou seja, as notícias

internacionais têm a capacidade de influenciar a forma como os cidadãos veem as minorias étnicas.

É relevante ainda prestar atenção à valência das notícias internacionais, pois estas possuem a capacidade de influenciar negativamente as opiniões dos indivíduos tendo em conta os países onde ocorrem os acontecimentos. Ao analisar o contexto mediático norte-americano, Wanta, Golan e Lee (2004: 374) concluem que é possível verificar efeitos da valência das notícias internacionais na percepção dos indivíduos. As notícias com teor negativo surgem como as que demonstram ter um efeito mais relevante nos cidadãos, sendo que os autores argumentam que os efeitos na formação de opinião não foram verificados no caso das notícias com valência positiva ou neutra.

Quanto ao processo de produção de notícias internacionais, este enfrenta cada vez mais obstáculos. Os custos económicos são frequentemente apontados como uma das causas para não cobrir um determinado acontecimento. No entanto, é possível indicar outros fatores que têm impacto na cobertura e consumo das notícias de âmbito internacional, sendo estes: os custos adicionais associados à aprendizagem sobre um país por parte do repórter, por exemplo, através da sua presença no local, e por parte do cidadão/consumidor, ao necessitar de aprender os básicos sobre o contexto cultural e político de outros países; o impacto da relação indireta com os assuntos internacionais, ou seja, o facto de não ter contacto direto com a realidade vivida por um país afeta a capacidade dos cidadãos compreenderem os impactos no seu país na totalidade; por último, o idioma apresenta-se como um problema pois pode conduzir à incapacidade do repórter cobrir um determinado assunto num idioma que não domina, tal como pode conduzir a uma oferta de conteúdos que não seja do interesse de todos os cidadãos, particularmente dos cidadãos de outra nacionalidade (Hamilton, 2010: 653-654).

O papel dos cidadãos como consumidores deste produto informativo pode ser, como é referido acima, apontado como um dos entraves a uma maior cobertura de assuntos internacionais. Em destaque está o interesse pelas notícias internacionais manifestado por

estes, que é relativamente baixo. O fraco interesse está, por vezes, relacionado com o facto de os cidadãos acreditarem “que não têm experiência suficiente para acompanhar as notícias internacionais” e “que as mesmas coisas acontecem a toda a hora e nada muda” (Hanitzsch et al., 2013: 187).

No entanto, quando estas se focam em “acidentes e desastres naturais”, as notícias internacionais apresentam-se como as “mais interessantes” para os espectadores. Ademais, o interesse por esta categoria de notícias aumenta caso os cidadãos “procurem informação sobre o mundo e, em menor grau, acreditem que as notícias forneçam tópicos para conversas sociais”, como o caso das notícias que incluam o envolvimento de “cidadãos dos seus próprios países” (Hanitzsch et al., 2013: 177-186).

Outros fatores podem ser apontados como determinantes do interesse da audiência. Elvestad (2009: 112-119) argumenta que o género, educação, idade e laços comunitários são inerentes ao interesse por notícias internacionais. Assim, os homens apresentam-se como mais “interessados por notícias internacionais”, tal como os cidadãos com um maior nível de educação. Quanto à idade, a classe adulta demonstra um maior interesse por notícias em geral, quer de âmbito nacional, quer de âmbito internacional. Por último, a ligação dos cidadãos com a sua comunidade é também percebida como um fator determinante.

O interesse das audiências pelos acontecimentos internacionais pode ser despoletado através de estratégias adicionais, sem que sejam sempre seleccionadas notícias internacionais de valência negativa. Uma das estratégias possíveis é a domesticação dos acontecimentos, ou seja, “a procura de um ponto de vista local através do envolvimento de nacionais ou interesses nacionais”. A domesticação pode ocorrer por meio da intervenção de cidadãos “locais” nos acontecimentos internacionais, através do “ênfase do impacto local dos assuntos estrangeiros ou do envolvimento nacional nos eventos estrangeiros” e do “ênfase de semelhanças ou diferenças com as condições locais” (Mujica e Hanitzsch, 2013: 220-221).

A ideia de domesticação das temáticas tem vindo a ser alterada com a globalização, ao ser descrita agora como “domesticação invertida”. Esta vertente da estratégia aplicada às notícias internacionais traduz-se na “ligação feita entre o país de origem dos meios de comunicação transnacionais e o país relatado”, ou seja, procura transmitir as notícias “para as audiências em todo o mundo” e estabelece “um ângulo nacional claro” através da qual o acontecimento é abordado (Atad, 2016: 4).

Para além da domesticação dos conteúdos, uma estratégia adicional para conduzir o público nacional ao consumo de notícias internacionais é a introdução de elementos que possibilitem uma aproximação cultural. O processo pode ser feito através do uso de duas técnicas: “*culture peg*” e “link cultural”. Quanto ao método intitulado “*culture peg*”, este consiste na “escolha de tópico ou conteúdo de uma história internacional que fornece aos leitores elementos culturais que eles conseguem facilmente identificar como algo que surge dessa cultura”. Já a segunda técnica, a utilização de um link cultural, traduz-se na “escolha de tópico ou conteúdo de uma história internacional que inclui elementos da cultura ou pessoa(s) do país de origem do leitor” (Tanikawa, 2015: 2).

A identidade nacional do jornalista está também presente na cobertura e no processo de seleção de notícias, através da escolha dos jornalistas tendo em conta a abordagem que vão por em prática na construção da notícia. Ao analisar o caso das notícias internacionais sobre violência política, Nossek (2004: 344-350) argumenta que os jornalistas enfrentam a escolha entre o acontecimento ser “deles” ou “nosso” e, tendo em conta estas perspetivas, que os “jornalistas e editores ‘utilizam um par de óculos domésticos’ quando tratam de notícias internacionais”.

Focando-nos, por último, no panorama televisivo nacional, as notícias internacionais representam uma minoria quando comparadas com as de âmbito nacional, panorama verificado em vários contextos internacionais. Belo e Sendin (2013: 310-311) argumentam que os noticiários portugueses representam um dos grupos com uma menor percentagem de notícias internacionais, com estas a representar 18% das peças televisivas. Dentro desta

percentagem incluem-se, acima de tudo, notícias com foco em países com alguma proximidade cultural ou geográfica e também relações históricas. No leque de países abordados nas notícias produzidas nacionalmente encontram-se Espanha, Brasil, Timor Leste, Moçambique, Estados Unidos e o Reino Unido. Quanto às temáticas que nos chegam através das notícias televisivas dos canais generalistas portugueses, destacam-se as categorias de “política internacional”, “acidentes e catástrofes”, “assuntos do desporto”, “casos diversos” e “assuntos militares e policiais” (Brandão, 2005: 171).

Em suma, as notícias internacionais apresentam-se como um produto informativo essencial para conhecermos o mundo que nos rodeia, tal como para conseguirmos elaborar conclusões sobre os assuntos que o marcam. Deste modo, o interesse por estas, apesar de baixo, deve fundamentar-se nestes pressupostos, com o objetivo de tornar cada vez mais relevante esta categoria de notícias, particularmente no contexto nacional.

1.2. Os critérios de seleção para a cobertura de notícias internacionais

À semelhança do caso das notícias de âmbito nacional, os critérios de seleção são utilizados para guiar a escolha de acontecimentos internacionais. No entanto, alguns dos critérios delineados em investigações científicas são apenas aplicados no contexto internacional, sendo estes os que serão abordados nesta secção.

Um dos primeiros estudos que lista os critérios de seleção das notícias internacionais é o de Galtung e Ruge (1965). Ao analisar os eventos mundiais e as suas características, os autores concluem que os acontecimentos devem cumprir os seguintes critérios: “frequência”; “amplitude”; não deve ser ambíguo; “significância”; “consonância”; “imprevisibilidade”; “continuidade”; “composição”, ou seja, o acontecimento é destacado face ao seu valor perante as notícias selecionadas previamente; ser focado nas elites, quer sejam nações ou pessoas; “personalização” do acontecimento; e por último, apresentar uma valência “negativa” (Galtung e Ruge, 1965: 66-70).

Tendo servido como base para estudos sobre os valores-notícia e o processo de construção de notícias, várias foram as investigações desenvolvidas ao longo dos anos sobre estas temáticas. Partindo destas, é possível abordar 15 critérios de seleção de notícias internacionais.

Um dos principais critérios que determina a cobertura de acontecimentos no estrangeiro é a proximidade entre o país no qual a notícia é produzida e o país no qual o evento ocorre. Dentro do critério “proximidade”, é possível distinguir entre “proximidade cultural” e “proximidade geográfica”.

A proximidade geográfica consiste no critério de seleção que valoriza a distância entre países, ou seja, a distância “entre o local do evento (ou a capital do país do evento) e o local de publicação da notícia do evento” (Rosengren, 1970:103 *apud* Chang, Shoemaker e Brendlinger, 1987: 404). Deste modo, subentende-se que quanto menor seja a distância entre países, maior a probabilidade do país de origem do acontecimento receber cobertura. Esta probabilidade prende-se com o facto de os países serem “geralmente mais afetados por uma mudança de política nos países vizinhos do que por aqueles mais distantes” (Mujica e Hanitzsch, 2013: 217).

A proximidade geográfica pode, no entanto, criar uma lacuna na cobertura entre países desenvolvidos e em desenvolvimento. Wu (2003: 17) desenvolve a perspetiva na qual os países em desenvolvimento recebem menos cobertura devido a este critério. Desta forma, a relevância da distância geográfica, que se traduz numa cobertura limitada no caso dos países em desenvolvimento, pode estar conectada com o facto de estes países “estarem menos preparados em tecnologias de comunicação e infraestrutura, mais ligados à região, ou simplesmente menos interessados em cobrir localidades remotas”.

Quanto à proximidade cultural, ou “afinidade cultural”, esta relaciona-se com o facto de “países com origens culturais semelhantes comunicam melhor” (Wu, 1998: 499). A transmissão de notícias sobre países com culturas semelhantes prevê-se maior, como pode ser verificado no caso da proximidade geográfica. Um dos componentes que representa a proximidade cultural é o idioma, pois “os países ‘que falem a mesma língua ou línguas

semelhantes podem ser vistos como culturalmente menos distantes do que os países que falam línguas de todo ou parcialmente diferentes” (Rosengren, 1970: 103 *apud* Chang, Shoemaker e Brendlinger, 1987: 405).

Seguindo a lógica da “proximidade cultural”, outro critério apontado na seleção de notícias internacionais é a “afinidade histórica”. Tal como o critério mencionado anteriormente, a relação histórica entre países torna os acontecimentos no estrangeiro “mais atrativos e fáceis de explicar aos telespectadores” (Mujica e Hanitzsch, 2013: 217).

Os traços nacionais de um país são também incluídos na discussão sobre os critérios de seleção. Dentro deste grupo apontam-se o “valor do PNB de um país, população, tamanho ou a sua posição no sistema mundial” (Wu, 1998: 501), tal como o nível de liberdade de imprensa do país que receberá cobertura (Chang, Shoemaker e Brendlinger, 1987: 405-406).

Começando pelo panorama económico, o poder económico de um país influencia o foco dado a este nos media. Neste critério o destaque é dado a detalhes como o PIB do país e o comércio. Associado ao PIB de um país está a ideia de que “quanto maior o PIB de um país, mais notícias este consegue gerar na imprensa dos países desenvolvidos”. Quanto às trocas comerciais, estas representam um fator relevante na seleção de acontecimentos internacionais devido aos interesses económicos entre países. No caso da cobertura efetuada nos países desenvolvidos, estes “tendem a cobrir os seus concorrentes poderosos e os locais com oportunidades lucrativas de negócios” (Wu, 2003: 17-20).

O sistema político do país é considerado um dos critérios de seleção pois, tal como se prevê que a partilha de uma cultura semelhante influencie positivamente a cobertura dos acontecimentos, o mesmo ocorre com a partilha de ideologia. Isto deve-se ao facto das “nações dentro do mesmo campo político ou grupo ideológico parecerem interagir mais frequentemente” (Wu: 1998: 499).

É possível relacionar o sistema político com determinados conflitos que ocorrem nos países a nível internacional e que, conseqüentemente, recebem cobertura devido a estes. Caso um país enfrente um período de conflitos estes são também considerados como fatores

determinantes da cobertura noticiosa. Partindo da análise da cobertura *online* dos países internacionais, Segev (2015: 424) conclui que os conflitos são exemplos de determinantes “da noticiabilidade dos países”. No entanto, entre os vários países, destacam-se os conflitos no Médio Oriente como os que atraem mais atenção mediática.

Os traços nacionais de um país podem ainda conduzi-lo a assumir-se na ordem mundial como um país dominante ou de “elite”, permitindo assim um maior destaque de um determinado país com este estatuto face aos restantes (Wu, 1998: 501). Um dos países que aparece com maior frequência nas notícias internacionais são os Estados Unidos da América, país caracterizado pelo seu “estatuto de *superstar* imbatível” (Wu, 2000: 126).

Os acontecimentos internacionais podem ter impacto a nível nacional, conduzindo assim ao critério “significância”. A “significância” compõe o grupo de critérios utilizados para guiar a seleção de acontecimentos internacionais. Este critério é alusivo às “consequência reais ou potenciais de um evento” (Mujica e Hanitzsch, 2013: 215).

A “desviância” é, tal como nos acontecimentos nacionais, tida em conta no processo de escolha de notícias. Chang, Shoemaker e Brendlinger (1987: 403-404) estabelecem a distinção entre dois tipos de desviância: “potencial para o desvio da mudança social” e “desvio normativo”. Quanto ao primeiro, este traduz-se no facto de “o evento ameaçar o status quo no país em que o evento ocorre”. Tendo em conta o desvio normativo, este surge no contexto norte-americano analisado pelos autores, ou seja, está presente nos eventos que sejam contraditórios face às “normas dos EUA”. Assim, é possível argumentar que este critério é aplicado no contexto nacional caso os acontecimentos quebrem as normas aplicadas em Portugal.

O interesse da audiência, manifestado através dos “*ratings*” e as “imagens e emoção” proporcionadas pelos acontecimentos internacionais podem ser apontados como critérios de escolha. Cada vez mais se procuram formas de captar o interesse da audiência com o objetivo de que esta consuma os produtos mediáticos. Assim, os *ratings* das estações de televisão são percecionados como um critério de seleção de notícias internacionais (Mujica e Hanitzsch, 2013: 216-217)

Quanto às “imagens e emoção”, é possível estabelecer uma ligação com o interesse da audiência pelas notícias, pois representam uma das estratégias aplicadas na informação de forma a captar a atenção dos cidadãos, tal como foi mencionado no capítulo anterior. Deste modo, estes dois elementos são utilizados como guia na escolha de acontecimentos internacionais, tendo em consideração que “a presença de ‘boas imagens’ consegue explicar a seleção e destaque atribuído a eventos que podem não ter grande valor em termos de significância ou desviância” (Mujica e Hanitzch, 2013: 218-219).

Tendo em conta a relação entre os vários meios de comunicação, surge desta um critério de seleção de notícias internacionais, relacionado com o *agenda-setting* entre media. O fenómeno de “*intermedia agenda-setting*” está relacionado com “a influência que as agendas dos meios de comunicação de massa têm umas sobre as outras” (Du, 2012: 21). Guo e Vargo (2017: 514) propõem que os países com maior poder na ordem mundial são capazes de “definir a agenda dos media dos países periféricos e semiperiféricos”.

Apesar dos critérios mencionados acima serem igualmente relevantes na escolha de acontecimentos internacionais, podemos destacar a importância da presença de agências de notícias no país de origem do acontecimento e a presença de correspondentes no local.

As agências de notícias estão distribuídas em vários pontos do mundo, sendo que a presença destas em certas regiões determina a cobertura de notícias sobre essas mesmas. É através das agências de notícias que os media obtêm maioritariamente a informação que receberá cobertura. Estas desempenham “um papel-chave no processo de informação das nossas sociedades, na *escolha* e na *entrada em circulação* [mise em circulation] das notícias pelo mundo fora” (Correia, 2018: 67).

Sendo as grandes responsáveis pela obtenção de informação atualizada sobre os acontecimentos a nível mundial, as agências assumem o papel de “*agenda-setters*”, ou seja, estas decidem os eventos que recebem cobertura televisiva, especialmente os acontecimentos provenientes dos países em desenvolvimento. Neste processo, as agências de notícias para a televisão estão ainda encarregues de “reunir imagens gravadas em vídeo e informação de

som e história continuamente”. Para além disso, as agências “editam os seus próprios ‘pacotes’ de histórias que consistem em vídeo e som ‘natural’” (Paterson, 1998: 79-82). No entanto, a cobertura feita pelas agências de notícias pode ser considerada imparcial, ou seja, trata-se de “uma cobertura circunstanciada por múltiplas tensões e controvérsias, notadamente pelas escolhas editoriais ligadas às superpotências mundiais” (Esperidião, 2011: 124).

As agências de notícias podem ser distinguidas entre seis grupos: as “agências de informação escrita”, nas quais se englobam as agências mundiais, como por exemplo a *Reuters* e a *Agence France-Presse*, transnacionais, regionais e nacionais, como a *Lusa*; as “agências de informação especializada”, que se focam num “setor da atualidade”. No grupo especializado encontram-se as agências “ecofin”, “de informação europeia”, “de informação religiosa” e “de ‘peças’ e de jogos”; as “agências de fotografias”, compostas por agências “de telefotografias ditas por fio” e “de fotografias propriamente ditas”; as “agências áudio(fónicas)”; as “agências de imagens”, que incluem as agências de “trocas de imagens”, como a *Eurovision*, “de imagens propriamente ditas” e “de atualidade magazine (não imediata)”; e, por último, as “agências de infografia” (Correia, 2018: 68-136).

À semelhança das agências de notícias no exterior, a presença de correspondentes no estrangeiro é também assinalada como um fator que determina a cobertura. A noção de correspondente no estrangeiro tem vindo a evoluir ao longo dos anos, sendo que as transformações nos media trouxeram novos impactos para a profissão.

Apesar do seu destaque como um dos fatores que proporciona a escolha de um determinado acontecimento, as inovações tecnológicas e mudanças no panorama mediático conduzem ao argumento de que não são necessários correspondentes no estrangeiro. Face a isto, surgem estratégias como a utilização de correspondentes “paraquedas”, ou seja, jornalistas que são enviados para o local do acontecimento, apesar de, por vezes, não possuírem uma contextualização sobre o país (Sambrook, 2010: 18-19).

Hamilton e Jenner (2004: 313-314) propõem uma “nova tipologia de correspondentes no estrangeiro”, na qual são apresentados oito tipos: “correspondente no estrangeiro tradicionais”; “jornalista paraquedas”; “correspondente estrangeiro no estrangeiro”, ou seja, um jornalista estrangeiro que seja correspondente, no contexto norte-americano analisado pelos autores, num órgão de comunicação americano; “correspondentes no estrangeiro locais”, grupo composto por correspondentes que cobrem os acontecimentos no local onde trabalham”; “correspondente local estrangeiro” sendo este um correspondente “não-americano que trabalha e reporta para uma organização de notícias estrangeira cujas notícias estão disponíveis em todo o mundo através da Internet ou via satélite”; “correspondente interno”; “correspondente no estrangeiro de serviço *premium*”, um tipo de correspondente que produz informação específica sobre um determinado tema; e “correspondente amador”, papel associado aos cidadãos que não têm formação jornalística.

Em suma, é possível listar 15 critérios de seleção aplicados na escolha dos acontecimentos internacionais. Deste modo, de forma a serem apresentados em forma de notícia, deve ser verificado um dos seguintes critérios de seleção: proximidade geográfica; proximidade cultural; afinidade histórica; poder económico do país perante os restantes ou relação económica entre países; poder político ou semelhança no sistema político; conflitos; tratar-se de um país elite; liberdade de imprensa do país; significância do evento; desviância do evento; interesse da audiência perante o acontecimento; imagens e emoção proporcionadas com o acontecimento; *intermedia agenda-setting*; presença de agências de notícias no país; e, por último, a presença de correspondentes no estrangeiro.

2 - A globalização de informação e o mundo nos media

A globalização introduziu novas questões relacionadas com a informação e as culturas que habitam as várias regiões do mundo. Os media fazem agora parte de uma “arena de notícias global”, sendo esta “constituída por uma grande variedade de media e novas formas de jornalismo que operam e se orientam para além das fronteiras do Estado-nação” (Reese, 2008: 245).

É através desta arena de notícias que obtemos informações sobre todos os cantos do mundo. No entanto, apenas uma pequena percentagem dos acontecimentos chega aos cidadãos, sendo esta essencialmente sobre os países ocidentais, visto que “as notícias do mundo refletem o poder e a posição global dos países economicamente e politicamente influentes” (Segev, 2017: 3).

Deste modo, é possível relacionar o fenómeno da globalização com conceitos como o “imperialismo” e o “imperialismo mediático”, que representam as relações de domínio através dos media que, conseqüentemente, representam uma discrepância na transmissão das várias nações. Assim, considera-se relevante para a análise das notícias internacionais, foco do presente relatório, a compreensão dos desafios impostos pela globalização, como o imperialismo mediático e a cobertura díspar entre países.

2.1. Os desafios da globalização de informação na cobertura entre os países desenvolvidos e em desenvolvimento

A globalização de informação abriu portas para um acesso aos acontecimentos mundiais. No entanto, esta trouxe consigo o reforço de relações de dominância, com os sistemas mediáticos a serem maioritariamente geridos por países desenvolvidos face aos em desenvolvimento.

Posto isto, a relação de dominância é percecionada através de conteúdos quer informativos, especialmente nos noticiários televisivos, quer de entretenimento, visto que estes destacam com maior frequência os países ocidentais. Assim, a desigualdade entre a presença dos países desenvolvidos e em desenvolvimento nos media tem vindo a ser abordada por vários autores ao longo dos anos, sendo um fenómeno que está relacionado com “a época colonial, na qual os países desenvolvidos impunham os seus valores nos países em desenvolvimento” (Ngwu, 2018: 185).

Uma das principais teorias que estabelece a ligação entre este fenómeno e a época colonial é a teoria do “imperialismo”, que conseqüentemente desenvolve uma abordagem sobre o “imperialismo mediático”. O foco da teoria do “imperialismo” centra-se nas diferenças entre as nações centrais e periféricas e na “forma como a nação central tem poder sobre a nação periférica”. Assim, esta teoria propõe que o mundo é composto por nações centrais, as quais detêm poder na “relação de dominância entre coletividades” (Galtung, 1971: 81-83).

O conceito de “imperialismo” pode desenvolver-se em cinco vertentes, sendo estas a “económica”, “política”, “militar”, “comunicacional” e “cultural”. Galtung propõe uma interação entre a vertente “comunicacional” e a “cultural”, na qual analisa a comunicação de notícias entre países centrais e periféricos. Esta relação pressupõe que os países centrais têm um maior destaque nas notícias, sendo que “as notícias do Centro ocupam uma proporção maior nos media da Periferia do que vice-versa” (Galtung, 1971: 91-93).

A relação entre as vertentes proposta por Galtung (1971) está relacionada com a noção de “imperialismo mediático”. Este termo é utilizado para “descrever os processos pelos quais os meios de comunicação modernos operaram para criar, manter e expandir sistemas de domínio e dependência em escala mundial” (Fejes, 1981: 281).

Boyd-Barrett (2015: 1) argumenta que este conceito “implica que certas formas de imperialismo estão diretamente relacionadas com os media de alguma forma”, propondo três formas possíveis de verificar esta relação. Tendo em conta estas, o autor sugere que os media têm a capacidade de pôr em prática os “processos de imperialismo”, tal como os media “produzem e distribuem significados” influenciados por “processos contínuos de construção e manutenção de impérios”. Para além disso, consideram-se os comportamentos mediáticos e como estes podem ser caracterizados como “imperialistas”.

Deste modo, podemos considerar os meios de comunicação como um dos veículos de acentuação das disparidades entre nações. Assim, partindo das noções de “imperialismo” e

“imperialismo mediático”, é possível analisar o panorama mediático atual, cujo manifesta ainda diferenças entre os tipos de cobertura associados aos países desenvolvidos e aos países em desenvolvimento.

Atualmente é possível argumentar que o domínio da corrente de notícias por parte dos países ocidentais persiste, sendo que a discrepância entre as regiões tem vindo a aumentar (Ngwu, 2018: 190). É possível verificar uma maior presença de notícias sobre países ocidentais, por exemplo, sobre os Estados Unidos, que são “colocados sob os holofotes mais brilhantes no palco do mundo das notícias” (Wu, 2000: 126), em oposição a uma reduzida cobertura de notícias de países “periféricos”.

Ao analisar a cobertura efetuada pela agência Reuters numa conferência da *World Trade Organization*, Chang (1998: 540-557) conclui que, apesar de quase todos os países a nível mundial terem sido abordados nesta, as notícias favoreceram as “nações centrais do sistema mundial”, como por exemplo os Estados Unidos da América e os países da União Europeia. Ademais, a investigação revela uma relação de dependência entre os países periféricos ou em desenvolvimento e os países centrais. Caso os periféricos apareçam juntamente com os centrais num determinado acontecimento, é prevista uma maior probabilidade de receberem cobertura nas notícias, sendo que esta relação de dependência conduz aos “países periféricos serem frequentemente marginalizados”.

Tendo em conta a televisão e a respetiva cobertura em programas de informação, esta revela um destaque semelhante dado aos países centrais. Wilke, Heimprecht e Cohen (2012: 319) concluem que “não há praticamente nenhuma indicação de que a geografia das notícias se tenha tornado menos ‘eurocêntrica’”, ao apontar que, ao todo, as regiões mais abordadas nas notícias são a Europa, América do Norte e Médio Oriente. O estudo indica ainda um padrão que caracteriza o processo de escolha de notícias internacionais, dando destaque, em primeira instância, à “importância do regionalismo”, seguido do “domínio da superpotência” e da “atenção para as regiões onde as crises são virulentas”.

Conseqüentemente, os restantes países surgem apenas depois de serem cumpridos estes parâmetros.

A desigualdade na representação das regiões tem efeitos na forma como conhecemos o mundo. Este fenómeno produz uma visão do mundo “extremamente limitada no escopo” e “fragmentada”. Assim, podemos argumentar que conhecemos parcialmente o mundo e os acontecimentos que o marcam, pois é dado um privilégio aos países ocidentais em detrimento de outros. Este problema está relacionado com o facto de uma grande parte dos acontecimentos de outros países “não são considerados *newsworthy*”, recebendo apenas atenção em períodos de “guerras ou crises violentas” (Hafez, 2011: 485).

Existem fatores que contribuem para o reforço desta desigualdade, sendo estes a cobertura das agências de comunicação e o interesse dos cidadãos. Tendo em conta o estudo de Chang (1998), no qual analisa a cobertura efetuada pela *Reuters*, podemos indicar como um fator que permite a continuação da discrepância entre regiões nos media o facto das maiores agências de comunicação serem ocidentais. Face às ferramentas a que os países ocidentais têm recurso, às quais os países em desenvolvimento não têm acesso, o domínio do ocidente persiste. Assim, os países em desenvolvimento “não têm outras opções sem ser aceitar o que recebem destas poderosas agências transnacionais de notícias” (Ekeanyanwu, 2007: 17). Ademais, as agências focam a sua cobertura nos países ocidentais ou industrializados pois “esses países estabeleceram-nas e (principalmente) pagam pelas notícias” (Paterson, 1998: 84).

No entanto, o desequilíbrio na cobertura dos países prende-se também com o interesse das audiências por determinadas regiões. Von Pape et al. (2013: 196-202) concluem no estudo sobre os países de interesse para os cidadãos que os Estados Unidos são o “país mais frequentemente mencionado”, seguidos do Reino Unido, França e Alemanha, justificando a escolha destes últimos como estando relacionada com o “seu estatuto geral como economias importantes e porque, no caso do Reino Unido e da França, os países estão fortemente ligados a outros países em todo o mundo por meio de laços históricos e idioma”. A

importância de laços históricos está também presente na investigação, sendo que o caso português é referido devido ao interesse dos cidadãos estar direcionado para países vizinhos, como Espanha, tal como para “outros países economicamente e politicamente relevantes na Europa”.

Com a abertura ao mundo, facilitada pelo processo de globalização, os media assumiram-se como responsáveis na transmissão de outras culturas, detendo assim a capacidade de influenciar a forma como percebemos os países. No entanto, os media ocidentais ao não transmitirem uma grande quantidade de notícias sobre os países em desenvolvimento e ao utilizarem “visões distorcidas do Sul” têm a capacidade de “afetar a compreensão do mundo em desenvolvimento no Norte e entre os países do Sul” (Thusu, 2004: 54). Para além de não serem representados da mesma forma que os países ocidentais, os países em desenvolvimento são apresentados nas notícias através de uma abordagem negativa, diferença que é reforçada devido ao domínio da “corrente de notícias global” por parte dos países desenvolvidos (Ngwu, 2018: 182).

Apesar da desigualdade nos media persistir, podem ser aconselhadas estratégias com o objetivo de a reduzir. Uma das estratégias de combate face a este fenómeno é proposta por Ngwu (2018: 190), ao reforçar que “os governos das nações de terceiro mundo devem encorajar o investimento no setor de comunicação”, o que permitirá alcançar uma “imagem positiva” e “quebrar a dependência dos media globais”.

Em suma, é possível argumentar que, com a globalização da informação, assistimos a uma “cobertura mundial desequilibrada”, que “não apenas reflete uma certa ordem mundial, mas também a reforça” (Segev, 2017: 2). Apesar de estarmos cada vez mais conectados aos vários pontos do mundo através dos meios de comunicação, a desigualdade na sua cobertura permanece um fator que dificulta o conhecimento de regiões “periféricas”. Assim, a atenção dos cidadãos é maioritariamente conduzida para os países do ocidente, deixando de parte os países em desenvolvimento, ao afetar a construção de imagens sobre o mundo.

CAPÍTULO IV

ENQUADRAMENTO DA ORGANIZAÇÃO EM ESTUDO E MEMÓRIA DESCRITIVA DO ESTÁGIO

1 - Contextualização da organização – RTP

Face à experiência no estágio curricular, que será descrita no próximo ponto, é relevante proporcionar em primeira instância um enquadramento da empresa de acolhimento (RTP) no panorama mediático nacional.

A RTP, inicialmente intitulada “Rádio Televisão Portuguesa”, surgiu em 1955, como uma “sociedade anónima de responsabilidade limitada com capital do Estado e de vários outros acionistas” (Sobral, 2012: 145). Esta “sociedade por ações” foi criada por iniciativa do Governo, face ao “interesse primeiramente manifestado pelo Rádio Clube Português e também pela Philips holandesa em constituírem empresas de televisão” (Torres, 2011: 181).

Dada a criação da empresa, em 1956 começaram as primeiras emissões experimentais, sendo que estas foram realizadas a partir da feira popular de Lisboa” (Sobral, 2012: 145). Apesar do começo das emissões experimentais em 1956, as emissões regulares da RTP começaram apenas a 7 de março de 1957.

Tal como ficou detalhado pela Comissão de Televisão, os conteúdos transmitidos pela empresa de serviço público deveriam assumir-se como “um poderoso e completo instrumento educativo, cultural, recreativo e de informação dos povos, necessitando, como tal de ser orientada pelo próprio Estado” (Comissão de Televisão, 1955: 2-3 *apud* Carvalho, 2009: 31-32).

Apesar de inicialmente pertencer ao estado e a acionistas, a RTP passa por um processo de nacionalização após a revolução de abril de 1974. Este processo conduziu à “transformação em empresa pública” (Martins, 2006: 92).

O monopólio da RTP termina com a entrada nos 90 do século XX, com a criação da SIC, o primeiro canal privado português. Acrescentando a outros condicionantes, a chegada dos canais privados ao panorama televisivo português conduziu a uma crescente queda nas audiências da RTP, que procurou estratégias de forma a manter-se relevante no mercado.

Atualmente, a RTP marca presença em várias plataformas, ao manter como missão a oferta de conteúdos com “qualidade e diversidade” e “de todos e para todos”.¹ No panorama televisivo, a RTP oferece uma grande variedade de canais, sendo possível assistir aos seus conteúdos em qualquer parte do mundo. A RTP disponibiliza os produtos a partir de dez canais: RTP1, RTP2, RTP3, RTP Memória, RTP África, RTP Internacional, RTP Açores, RTP Madeira, RTP Internacional América e RTP Internacional Ásia.

Para além da presença no pequeno ecrã, a empresa mantém presença *online*, cujo início se deu com a RTP online em 1997, através da qual “está a prestar um verdadeiro serviço público ao disponibilizar informação de Portugal e feita em Portugal para utilizadores em todo o mundo” (Torres, 2011: 217). Assim, a RTP tem lugar na internet através do website “RTP Notícias”, disponível também em forma de aplicação para dispositivos móveis, e através dos websites “Ensina RTP”, “RTP Arquivos”, “RTP Arena eSports”, “RTP Lab” e “RTP Desporto”.

A RTP disponibiliza ainda plataformas como a “RTP Play”, na qual são colocados os conteúdos transmitidos, possibilitando o visionamento *on-demand* ou em direto. Para além

¹ Informação disponível em: <http://media.rtp.pt/empresa/rtp/missao/>

desta aplicação móvel, a RTP oferece a *app* Zig Zag Play, destinada ao público infantil, e ainda a *app* RTP Arquivos.

A oferta da empresa passa também pela rádio, ao possuir as seguintes estações: Antena 1, Antena 2, Antena 3, RDP África, RDP Internacional, RDP Açores (Antena 1), RDP Madeira (Antena 1) e RDP Madeira (Antena 3).

A RTP é liderada desde 2015 por Gonçalo Reis. Tendo em conta os locais onde a empresa marca presença, esta conta com a sede em Lisboa, sendo que tem outras instalações em vários pontos do país: Porto, Faro, Açores e Madeira.

2 - Memória descritiva do estágio

Perante a escolha de elaborar um relatório de estágio como trabalho de obtenção do grau de mestre, surgiu a oportunidade de efetuar o estágio na redação de informação da RTP. O principal objetivo para o estágio era entrar em contacto com o mundo do jornalismo televisivo, uma das áreas abordadas na minha especialização de Mestrado em Comunicação, Televisão e Cinema.

Face a esta oportunidade, o estágio curricular teve início a 4 de setembro de 2018 e a sua conclusão foi a 28 de dezembro de 2018. O primeiro dia de estágio ficou marcado, na parte da manhã, pela receção aos estagiários no centro de formação, na qual a Dra. Carla Gracioso, membro dos recursos humanos, nos mostrou as instalações e encaminhou-nos aos respetivos departamentos dentro da RTP. Deste modo, como estagiária da vertente de jornalismo, fui colocada na redação de informação.

Visto que o meu estágio seria na redação de informação, fui colocada na secção “Multimédia”, na qual o meu orientador de estágio foi o jornalista Alexandre Brito. A editoria de “multimédia” gere a plataforma online *RTP Notícias*, tal como a respetiva

aplicação para dispositivos móveis, e é coordenada pelos editores Ana Sofia Rodrigues, Carlos Neves e António Louçã. A equipa de jornalistas que compõem esta secção produzem artigos e reportagens para este site sobre os vários temas da atualidade de âmbito nacional e internacional.

Os primeiros dias de estágio ficaram marcados pelo treino de escrita de artigos para o *online*, sendo que no fim da primeira semana de estágio, tive a oportunidade de publicar o meu primeiro artigo na plataforma RTP Notícias.

Para além de artigos sobre os temas da atualidade, pude através do estágio em multimédia produzir também reportagens acompanhadas de entrevistas em vídeo. Na terceira semana de estágio, acompanhei o jornalista Nuno Patrício, juntamente com outro estagiário, na cobertura da sessão de lançamento da aplicação móvel *Youtube Kids*. Durante a cobertura do evento pude filmar planos do evento e ainda assistir às entrevistas feitas pelo jornalista. Após o regresso à redação, foi-nos dada a oportunidade de redigir uma reportagem em conjunto sobre o evento, tal como selecionar as respostas dadas nas entrevistas que seriam incluídas em vídeo na reportagem.

Durante os dois meses iniciais em “multimédia” escrevia cerca de dois artigos por dia e, por vezes, elaborava galerias de fotografias relacionadas com temas da atualidade para o site. Estes eram sobretudo sobre acontecimentos de âmbito internacional e, dentro desta categoria, sobre política, ambiente, ciência, entre outros. Foram também elaborados artigos de âmbito nacional, como por exemplo sobre o caso do roubo de Tancos. Para além disso, pude produzir artigos sobre os prémios Nobel “em atualização”, ou seja, no momento do anúncio dos vencedores.

Ao fim de dois meses, foi-me dada a oportunidade de experienciar um mês numa outra secção, sendo que optei pela secção de Política, esta já relacionada com a informação televisiva. A escolha desta secção prendeu-se com o facto de, numa primeira instância, o tema do relatório de estágio focar-se apenas nas notícias de política internacional e na

respetiva análise categorial destas notícias no programa *360°* da RTP3, o que, mais tarde, foi alterado para um estudo em geral das notícias internacionais.

Por conseguinte, o terceiro mês de estágio ficou marcado pela oportunidade de integrar a editoria de “política”. A secção “política” é composta por sete jornalistas, contando com a jornalista Luísa Bastos como editora da secção. A experiência na secção “política” foi enriquecedora, pois, face à falta de experiência prévia na área de jornalismo televisivo, nesta secção pude aprender técnicas de escrita para televisão, assim como de construção de peças televisivas. A equipa de “política” mostrou sempre disponibilidade em ajudar-me e deu-me também a oportunidade de os acompanhar aos eventos, assim como assistir à edição das peças.

Visto que era a primeira experiência na área da televisão, procurei, acima de tudo, aprender mais sobre a construção de peças televisivas, incluindo sobre o processo de edição destas. Consequentemente, as minhas tarefas durante o estágio foram essencialmente a produção de textos e seleção de imagens sobre os eventos aos quais pude acompanhar os jornalistas, que eram depois visualizados pela editora Luísa Bastos. Foi através da editora de “política” que consegui, com as suas correções e dicas, obter conhecimentos sobre a produção de notícias para a televisão.

Com o acesso às imagens gravadas nos locais dos eventos, consegui aprender a seleccionar quais as imagens mais apelativas para cada peça noticiosa e quais as que melhor se inseriam no contexto do evento no caso do uso de imagens de arquivo. Assim, aprendi a construir um produto visual que complementasse o texto escrito sobre o evento. Quanto ao segundo elemento, aprendi ainda a desenvolver textos, ou *voz off*, com frases curtas e objetivas, tal como criativas, de forma a apelar ao conteúdo de forma original e prender a atenção do telespectador.

Para além destas atividades, visto que a secção “política” se localiza no estúdio onde vários noticiários são gravados, tive ainda a oportunidade de ver a preparação para o principal noticiário de horário-nobre do canal, o “Telejornal”, exibido às 20h na RTP1, e ainda ver a gravação em direto do noticiário “Zoom África” do canal RTP África e do programa de informação “Portugal em Direto”, apresentado pela jornalista Dina Aguiar.

Após a conclusão do mês de estágio na secção “política”, foi-me dada novamente a oportunidade de mudar de secção, sendo que optei por regressar à secção “multimédia” face à experiência positiva nos meses passados e pelo crescente interesse na produção de artigos para o *online*. Neste último mês de estágio pude produzir mais artigos para o site da RTP Notícias, essencialmente focados em notícias internacionais.

Para além da escrita de artigos para a plataforma *online*, foi-me dada novamente a oportunidade de produzir uma reportagem, na qual pude também entrevistar, juntamente com o jornalista Nuno Patrício, o astronauta Andreas Mogensen e jovens que assistiam à palestra com o astronauta no Pavilhão do Conhecimento. Para esta reportagem tive também a oportunidade de editar os vídeos das respetivas entrevistas que acompanharam o texto.

É possível afirmar que, através do estágio na empresa RTP, consegui desenvolver novas competências e obter experiência no mundo profissional. Através deste estágio consegui experienciar o dia-a-dia da profissão e observar o dia-a-dia dos profissionais na cobertura dos acontecimentos noticiosos. Para além disso, foram-me disponibilizados os meios para desenvolver uma aprendizagem enriquecedora sobre o jornalismo digital e o jornalismo televisivo.

Quanto ao estudo, tal como referi anteriormente, inicialmente o relatório de estágio iria focar-se apenas nas notícias televisivas de política internacional e nas suas subcategorias. No entanto, face a constrangimentos no período inicial da análise categorial, foi alterado o

tema para um estudo sobre as notícias internacionais em geral, abordando assim as várias temáticas que compõem estas notícias.

O interesse para o estudo destas notícias surgiu face ao período na secção “multimédia”, pois os artigos produzidos durante os três meses incidiram maioritariamente sobre notícias de foro internacional. O visionamento da gravação em direto do noticiário “Zoom África” proporcionou também o desenvolvimento de questões acerca das notícias sobre os países africanos e como é que estas eram inseridas nos restantes programas de informação dos canais da RTP, surgindo assim o interesse em analisar os países dominantes nas notícias internacionais. Deste modo, o estágio curricular na RTP serviu como ponto de partida para o desenvolvimento do presente relatório de estágio.

CAPÍTULO V

METODOLOGIA

1 - Proposta de estudo e objetivos de pesquisa

No presente relatório de estágio propõe-se o estudo das notícias internacionais no programa de informação *360º* da RTP3. Este estudo surge como resultado da experiência na redação de informação da RTP e como resultado do interesse, a nível académico, de analisar as estratégias de transmissão de acontecimentos internacionais no contexto português, particularmente num canal de serviço público de televisão.

O serviço público de televisão tem como missão informar e educar os cidadãos, dando-nos a conhecer os acontecimentos que marcam a atualidade. Partindo deste propósito, considera-se relevante analisar um programa de informação, de forma a contextualizar como são transmitidos para a audiência portuguesa os acontecimentos internacionais, com os quais muitos não têm contacto direto.

Deste modo, tendo em conta a empresa de serviço público portuguesa e os seus respetivos canais, foi selecionado para o presente estudo o canal RTP3. Este trata-se de um canal temático de informação, sendo um canal em sinal aberto, apesar de anteriormente estar apenas disponível como um canal pago.

Consequentemente, escolheu-se como programa em análise o noticiário *360º*. Este é um programa de informação transmitido em horário-nobre, geralmente entre as 21:00 e as 23:00, tendo sido prolongado o tempo de exibição do programa no início de 2019. O *360º* é apresentado pela jornalista Ana Lourenço. O programa de informação procura apresentar um desenvolvimento das notícias da atualidade, o que se torna possível através da inclusão de uma secção de comentário, na qual os convidados discutem os assuntos que marcam o dia. O propósito de desenvolver as notícias da atualidade encontra-se explícito na sinopse do

programa: “A notícia vista de todos os ângulos e de todos os pontos de vista. No 360º aprofundamos e descodificamos os acontecimentos. Não basta saber o que se passa é preciso compreender a realidade à nossa volta”².

Assim, esta investigação pretende analisar as notícias internacionais, as respetivas temáticas, países intervenientes e fatores que determinam a sua cobertura, no programa de informação 360º da RTP3, canal temático da empresa de serviço público. Partindo da definição de notícias internacionais proposta por Larson (1979), entende-se neste estudo como notícias internacionais todas as notícias que abordem países sem ser Portugal e que abordem as várias categorias temáticas em que se inserem os acontecimentos noticiosos.

Tendo em conta o objeto de estudo proposto para o relatório, propõe-se o cumprimento de três objetivos, um principal e dois complementares, de forma a guiar a investigação. Deste modo, é definido como objetivo principal a identificação das categorias temáticas e respetivas subcategorias presentes nas notícias internacionais transmitidas no programa de informação *prime-time* da RTP3. Através deste objetivo é proposto um foco nos temas que caracterizam as notícias internacionais do programa em análise, de forma a contextualizar a que tipo de informação sobre o exterior têm os telespectadores acesso e qual o foco dado pelo noticiário.

Os objetivos complementares delineados para o estudo prendem-se com os restantes elementos que se procuram analisar no relatório: os países dominantes nas notícias internacionais e os critérios de seleção dos acontecimentos internacionais. Deste modo, o segundo objetivo de estudo consiste na identificação dos países dominantes nas notícias internacionais do programa 360º, através do qual se tenciona averiguar a existência ou não de um domínio de países ocidentais nas notícias do 360º e de uma possível cobertura de acontecimentos desigual entre países desenvolvidos e países em desenvolvimento. Quanto

² Sinopse disponível em: <https://www.rtp.pt/programa/tv/p32158>

ao terceiro e último objetivo, este prende-se com a identificação dos critérios de seleção que determinam os acontecimentos internacionais que recebem cobertura no 360°.

2 - Questões de investigação

Partindo dos objetivos formulados para o estudo, através dos quais se direciona a investigação para a identificação das temáticas e subcategorias, países dominantes e critérios de seleção das notícias internacionais, são propostas três questões de investigação.

Com o objetivo de averiguar as temáticas das notícias internacionais, com um maior foco nas respetivas subcategorias, elaborou-se a primeira questão de investigação:

- Questão de investigação 1: Quais as subcategorias de notícias dominantes de âmbito internacional que existem no noticiário *prime-time 360°* da RTP3?

Relacionadas com os restantes objetivos propostos para o estudo, foram desenvolvidas duas questões adicionais:

- Questão de investigação 2: Quais os países dominantes nas notícias de âmbito internacional, ao longo de seis meses, no noticiário *prime-time 360°* da RTP3?
- Questão de investigação 3: Quais os critérios que determinam a cobertura de notícias de âmbito internacional no noticiário *prime-time 360°* da RTP3?

Através da segunda questão pretende-se averiguar quais os países que recebem cobertura no 360°, possibilitando a listagem dos países dominantes nas notícias internacionais e a elaboração de conclusões acerca de fenómenos como a crescente presença de países ocidentais e falta de representação de outros países.

A terceira questão de investigação será aferida através da análise de variáveis como “espaço geográfico”, “categorias temáticas” e “subcategorias temáticas”. Assim, pretende-se

averiguar os critérios de seleção que são utilizados para determinar a cobertura de notícias internacionais e caso existam critérios dominantes neste processo.

3 - Estratégia metodológica

Com o objetivo de analisar as notícias internacionais no noticiário *prime-time* da RTP3, propõe-se para o presente relatório de estágio a utilização de um método qualitativo. A seleção de um método qualitativo, neste caso a utilização de uma análise categorial, para o desenvolvimento da análise das notícias internacionais no *360º* prende-se com o facto de estes métodos proporcionarem uma análise interpretativa, que por sua vez é mais detalhada. Os métodos qualitativos permitem a “descrição dos fenómenos e a sua respetiva explicação, ou o fornecimento de elementos para a sua compreensão” (Pocinho, 2012: 58).

A técnica empregue no estudo consiste na análise de conteúdo temática, através do método de análise categorial. Este tipo de análise permite “comparar as frequências de certas características (na maior parte das vezes, os temas evocados) previamente agrupadas em categorias significativas” (Quivy e Campenhoudt, 2013: 228).

Posto isto, esta técnica é utilizada no presente relatório de estágio de forma a analisar as notícias internacionais no programa de informação *360º*. Particularmente, esta técnica será utilizada com o objetivo de identificar os temas ou subcategorias dominantes nas notícias internacionais transmitidas no noticiário *prime-time* da RTP3. Nesta análise são excluídos elementos como a secção de comentário que compõe o programa de informação, os diaporamas apresentados no fim do noticiário e a secção “*Spam Cartoon*”. A exclusão destes elementos é justificada pelo facto de não se tratarem de conteúdos informativos e factuais.

Assim, para a aplicação do método de análise categorial, foram delineadas grelhas de análise, nas quais se procura obter informação consoante as variáveis estabelecidas para o estudo. A formulação das variáveis a analisar foi guiada pelos modelos propostos por Larson (1979), que estuda as notícias internacionais televisivas no contexto norte-americano, por Brandão

(2005), que utiliza o modelo de análise categorial de forma a analisar as notícias dos noticiários de horário-nobre dos canais generalistas portugueses, e por Lima (2011), que aplica também o modelo de análise categorial na investigação sobre os noticiários *prime-time* da RTP1 e da TVI.

Deste modo, foram definidas dez variáveis para a análise:

1. Categorias temáticas: Esta variável permite identificar a temática na qual a notícia se insere, possibilitando a elaboração de conclusões sobre as temáticas dominantes nas notícias internacionais.

No contexto da presente investigação, foram tidos em consideração os estudos acima mencionados por Brandão (2005) e Lima (2011) na criação da denominação de cada categoria temática. Ademais, foram incluídas no processo de criação dos nomes das categorias as terminologias associadas às notícias nacionais na plataforma “RTP Notícias”, aplicando-as às notícias internacionais (“Desporto”; “Política”; “Economia” e “Cultura”), tal como as respetivas designações das secções que compõem a redação de informação televisiva (“Sociedade”; “Política”; “Desporto”; “Economia”; “Internacional”; “Cultura”).

Ao todo, estes fatores permitiram a criação das denominações das categorias temáticas. Assim, foi efetuada a divisão da categoria “Internacional” nas seguintes categorias temáticas: 1.1. Sociedade; 1.2. Ciências; 1.3. Tecnologias; 1.4. Política; 1.5. Economia; 1.6. Desporto; 1.7. Cultura; e, por último, 1.8. Acidentes e desastres. Através das categorias temáticas será possível identificar as subcategorias temáticas nas quais os acontecimentos se inserem, o que possibilita a identificação do foco da notícia.

Consequentemente, foram delineadas as seguintes subcategorias:

1.1. Sociedade

- a. Direitos Humanos
- b. Justiça
- c. Manifestações
- d. Migrações

- e. Outros
- f. Problemas sociais
- g. Saúde
- h. Tempo

1.2. Ciências:

- a. Ambiente
- b. Conferências
- c. Espaço
- d. Inovação científica
- e. Outros
- f. Prêmios

1.3. Tecnologia:

- a. Cibercrime
- b. Cimeiras
- c. Inovação tecnológica
- d. Internet
- e. Outros

1.4. Política:

- a. Cimeiras
- b. Crise política
- c. Eleições
- d. Governo
- e. Intervenção militar
- f. Justiça
- g. Organizações internacionais
- h. Outros
- i. Relações internacionais

1.5. Economia:

- a. Crimes financeiros

- b. Crise económica
- c. Empresas
- d. Guerras comerciais
- e. Outros
- f. Sanções económicas

1.6. Desporto:

- a. Competições futebolísticas
- b. Competições internacionais (outras modalidades)
- c. Declarações
- d. Justiça desportiva
- e. Outros
- f. Transferências

1.7. Cultura:

- a. Arte
- b. Cinema
- c. Fotografia
- d. Literatura
- e. Media
- f. Música
- g. Outros
- h. Prémios

1.8. Acidentes e desastres:

- a. Acidentes
- b. Balanço de dados
- c. Desastres – outros
- d. Desastres naturais

2. Espaço geográfico: Esta variável permite identificar a localização do acontecimento retratado na notícia. Deste modo, possibilita a identificação dos países dominantes nas

notícias de âmbito internacional, ao responder à questão de investigação complementar que incide sobre os países que recebem mais cobertura ao longo dos seis meses em análise. Caso não seja identificado o local no qual o acontecimento ocorreu, será tida em consideração a nacionalidade do interveniente ou organização em destaque na notícia para a determinação do espaço geográfico.

3. Tipo de notícia: Através desta variável pretende-se identificar caso a notícia se insere num dos seguintes tipos: história, ou seja, “uma notícia que vale por si”; *teaser*, que se trata de um pequeno trecho da notícia que pretende “levar o telespectador a continuar nesse noticiário televisivo” (Brandão, 2005: 156); e *flash*, categoria introduzida por Lima (2011: 173), que se traduz nas “notícias que são apresentadas pelo *pivot* sem o acompanhamento de uma reportagem previamente produzida por um jornalista”, apesar de serem transmitidas imagens do acontecimento.
4. Natureza da notícia: Esta variável indica caso a notícia se trata de *hard news*, *soft news* ou notícias gerais, este último termo proposto por Lehman-Wilzig e Seletzky (2010).
5. Enquadramento: Com a utilização desta variável pretende-se verificar o enquadramento dado na cobertura dos acontecimentos internacionais, seguindo a definição de “jornalismo internacional” e “jornalismo global” proposta por Berglez (2008), ou seja, pretende-se determinar caso se trata de um enquadramento internacional ou global do acontecimento.

Ademais, serve como base para a análise do enquadramento das notícias o método delineado no estudo de Cohen (2013: 8), no qual são propostos quatro tipos de critérios de classificação de notícias: “notícias domésticas”, “notícias internacionais”; “notícias domésticas com envolvimento internacional”, ou seja, notícias cujo o acontecimento “tem lugar no país de transmissão, mas com uma referência específica a pelo menos um outro país” e “notícias internacionais com envolvimento doméstico”, relativas aos acontecimentos que ocorrem “noutro país, mas com uma referência específica feita ao país de transmissão”. De acordo com o estudo do presente relatório de estágio, serão empregues na variável “enquadramento” os últimos dois critérios, assumindo as seguintes denominações: “doméstica com envolvimento internacional” e “internacional com envolvimento doméstico”. Apesar de serem os dois considerados na variável “enquadramento”, serão apenas tidas como notícias de âmbito internacional aquelas que se enquadrem no grupo “internacional com envolvimento doméstico”.

6. Forma: Com o objetivo de analisar a forma da notícia transmitida, foi efetuada a distinção entre quatro formas de cobertura, semelhante à distinção efetuada em estudos como os de Larson (1979: 137) e Brandão (2005: 155-156). Assim, a variável “forma” encontra-se dividida em: “relato de estúdio”, ou seja, quando a notícia é transmitida pelo pivot; “relato misto”, no caso de a notícia ser transmitida através da junção de uma peça televisiva seguida de um direto no local ou do correspondente que produziu a peça; “direto”, caso a cobertura da notícia seja efetuada no local do evento; e, por último, “diferido”, quando a notícia é transmitida através de uma peça televisiva.
7. Duração: Esta variável permite identificar o tempo que cada notícia ocupa no noticiário, tal como identificar as possíveis diferenças em termos de duração entre notícias nacionais e internacionais, o que reflete o destaque dado aos acontecimentos.
8. Posicionamento: Esta variável identifica a posição que a notícia ocupa no noticiário, ou seja, se esta pertence à primeira ou segunda parte e se é notícia de abertura ou de fecho. Esta poderá ainda ser utilizada para abordar a importância de um determinado acontecimento para o canal.
9. Valência: Esta variável indica caso uma notícia é abordada de uma perspectiva “neutra”, “positiva” ou “negativa”. Tal como Brandão (2005: 158) explica, esta variável é empregue de forma a determinar no que consistem “notícias neutras”, “notícias boas” e “notícias más”.
10. Crítérios de noticiabilidade: Com esta variável pretende-se identificar os possíveis critérios de seleção por detrás dos acontecimentos internacionais transmitidos no programa de informação em análise, seguindo os critérios propostos por autores indicados nos capítulos II e III.

Na análise desta variável serão tidos em consideração os seguintes critérios: “atualidade”, no qual se enquadram acontecimentos que ocorreram no dia de transmissão do programa e que exigem cobertura no próprio dia; “proximidade”, ao englobar a proximidade cultural e geográfica, no qual se enquadram as notícias referentes a países geograficamente próximos, como por exemplo Espanha e França, tal como as notícias referentes a países semelhantes a nível cultural, como por exemplo o Brasil; “*follow-up*”, que enquadra as notícias que surgem como continuação de um assunto transmitido nos dias anteriores; “traços nacionais”, que enquadra os acontecimentos provenientes de determinados países que recebem cobertura devido à sua “posição no sistema mundial”

(Wu, 1998: 501) ou devido à sua situação económica ou política; “afinidade histórica”, que enquadra as notícias sobre os países com relações históricas com Portugal; “relevância”, que enquadra os acontecimentos que têm “significado em termos do que podem implicar para o leitor ou ouvinte” (Galtung e Ruge, 1965: 67); “exclusividade”, que enquadra as notícias transmitidas exclusivamente pela RTP; e, por último, “negatividade”, que enquadra os acontecimentos predominantemente negativos.

Quanto ao universo temporal da análise categorial, estabeleceu-se o período de seis meses, entre outubro de 2018 e março de 2019. Durante este horizonte temporal, foram analisadas apenas as primeiras semanas completas de dias úteis (segunda a sexta-feira) de cada mês, possibilitando a análise de um total de 30 noticiários, ao formar um mês completo, e que corresponde na análise de 499 notícias ao todo. A seleção deste período de tempo permite, por um lado, prever alguns dos temas que marcam o mês que se inicia na semana de análise e, por vezes, fazer uma retrospectiva de temas que marcaram o mês transato.

Consequentemente, o horizonte temporal da análise consiste nas seguintes datas:

- 1 a 5 de outubro de 2018
- 5 a 9 de novembro de 2018
- 3 a 7 de dezembro de 2018
- 7 a 11 de janeiro de 2019
- 4 a 8 de fevereiro de 2019
- 4 a 8 de março de 2019

Em suma, para a recolha dos dados em estudo recorre-se à técnica de análise categorial aplicada às notícias de âmbito internacional do programa de informação 360°, através da qual será possível responder às questões de investigações propostas.

CAPÍTULO VI

ESTUDO DE CASO: AS NOTÍCIAS INTERNACIONAIS NO NOTICIÁRIO *PRIME-TIME 360° DA RTP3*

1 - Análise categorial do noticiário *prime-time 360°* da RTP3

Partindo da estratégia metodológica desenvolvida no Capítulo V, prossegue-se nesta secção para a análise categorial das notícias transmitidas no horizonte temporal selecionado para observação, procurando obter respostas para as questões de investigação. Consequentemente, a informação analisada será apresentada consoante as variáveis estudadas.

1.1. As categorias e subcategorias temáticas das notícias internacionais

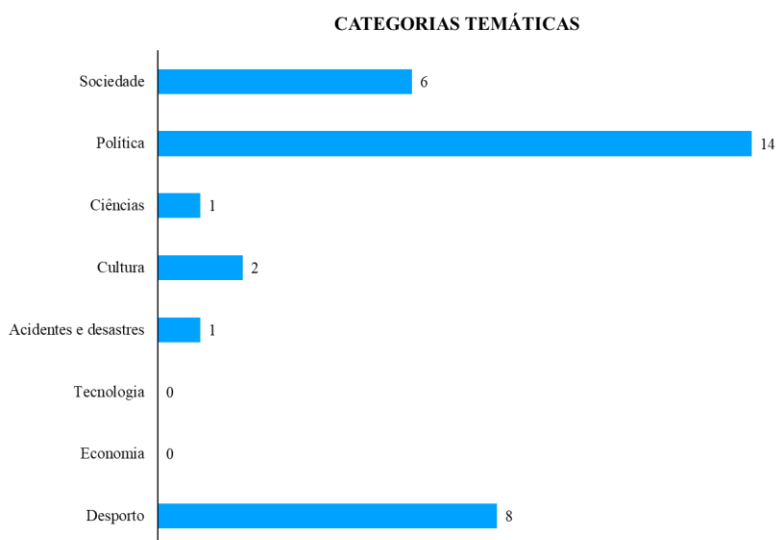
Quanto à variável “categoria e subcategorias temáticas”, esta foi analisada apenas no contexto das notícias de âmbito internacional, de forma a responder à questão de investigação “Quais as subcategorias de notícias dominantes de âmbito internacional que existem no noticiário *prime-time 360°* da RTP3?”. Deste modo, apenas foram delineadas categorias e subcategorias associadas a estas (ver *anexo A*). Assim, consideram-se em análise oito categorias temáticas: “sociedade”, “política”, “ciências”, “cultura”, “acidentes e desastres”, “tecnologia”, “economia” e “desporto”. Em análise estão também 52 subcategorias temáticas.

1.1.1. Categorias temáticas

Segmentando a análise e começando pelo mês de outubro, cujo período estudado foi de 1 a 5 de outubro de 2018, é possível identificar três categorias temáticas dominantes entre as 32 notícias de âmbito internacional transmitidas (ver *gráfico 1*). Em primeiro lugar encontra-se a categoria temática “política”, a representar 44% das notícias internacionais da semana em análise. Destaca-se em segundo lugar a categoria “desporto”, correspondendo a 25% das notícias internacionais transmitidas neste período. A terceira categoria dominante entre 1 e

5 de outubro foi “sociedade”, representando 19% das notícias analisadas. Em quarto lugar surge a categoria “cultura”, representada através de duas notícias (6%).

Gráfico 1 Categorias temáticas abordadas no período entre 1 e 5 de outubro de 2018



Fonte: Elaboração própria

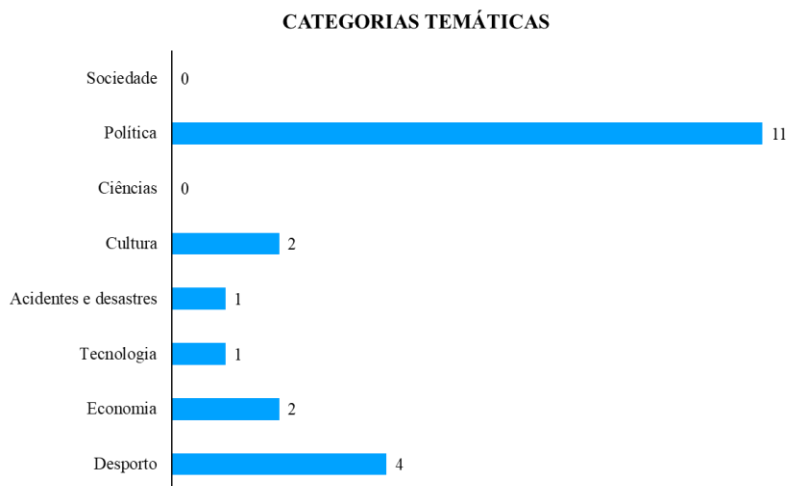
Quanto às restantes categorias mencionadas através de acontecimentos internacionais, seguem-se, representando ambas 3% das notícias internacionais no período em estudo, as categorias “ciências” e “acidentes e desastres”.

Apesar de quase todas as categorias temáticas desenvolvidas no presente estudo terem sido abordadas por pelo menos um acontecimento internacional, as categorias “tecnologia” e “economia” não foram representadas no programa de informação 360º no período em destaque.

Quanto ao segundo período de análise, entre 5 e 9 de novembro de 2018, destacam-se duas categorias temáticas dominantes (*ver gráfico 2*). Correspondendo a 52% das notícias internacionais transmitidas no 360º neste período, a categoria temática “política” encontra-

se novamente em primeiro lugar, tal como no mês transato. Em segundo lugar encontra-se a categoria “desporto”, a representar 19% das notícias de âmbito internacional.

Gráfico 2 Categorias temáticas abordadas entre 5 e 9 de novembro de 2018



Fonte: Elaboração própria

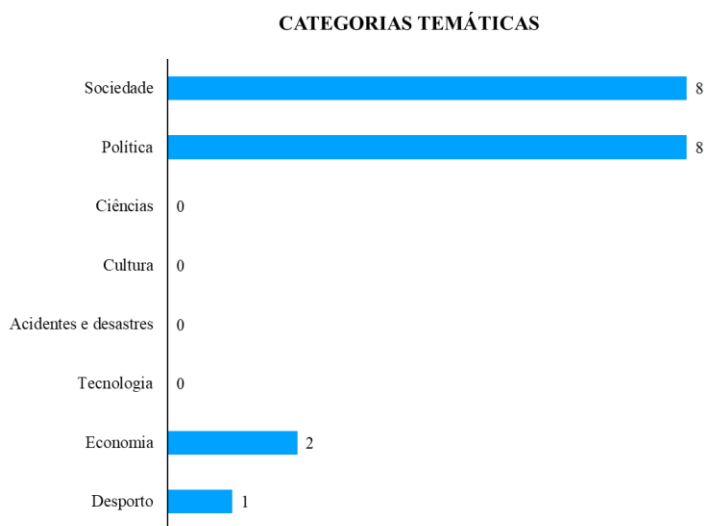
As categorias temáticas “cultura” e “economia” surgem em terceiro lugar, representando cada uma 10% das notícias em estudo. O quarto lugar é ocupado também por duas categorias temáticas, sendo estas “acidentes e desastres” e “tecnologia”, correspondendo cada uma a 5% das notícias internacionais transmitidas.

Semelhante ao período de análise do mês de outubro, duas categorias temáticas não foram representadas no programa de informação de horário-nobre da RTP3, sendo estas “sociedade”, uma das categorias mais abordadas no mês transato, e “ciências”.

O terceiro período em análise, composto pelos dias 3, 4, 5, 6 e 7 de dezembro de 2018, demonstra uma prevalência no domínio da categoria temática “política” (*ver gráfico 3*), semelhante aos meses de outubro e novembro de 2018. No entanto, o lugar de categoria dominante no mês de dezembro é partilhado com a categoria temática “sociedade”,

representando esta 42% dos 19 acontecimentos de âmbito internacional que receberam cobertura no 360º.

Gráfico 3 Categorias temáticas abordadas entre 3 e 7 de dezembro de 2018



Fonte: Elaboração própria

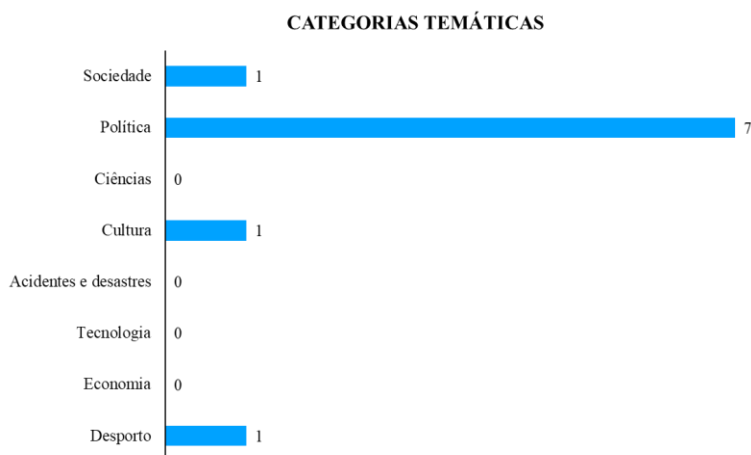
A categoria temática “economia” surge em segundo lugar, representando 11% das notícias transmitidas. O terceiro e último lugar é ocupado pela categoria “desporto”, sendo que esta marcou presença através de apenas uma notícia (5%).

A falta de representação de determinadas categorias acresce no período de análise de dezembro quando comparado com os meses de outubro e novembro. Deste modo, as categorias temáticas que não marcaram presença no programa de informação foram as seguintes: “ciências”, “cultura”, “acidentes e desastres” e “tecnologia”. Quanto às categorias “ciências” e “tecnologia”, o período de análise do mês de dezembro representa o segundo mês no qual estas não foram representadas através de acontecimentos internacionais, tendo “ciências” não sido representado em novembro e “tecnologia” no mês de setembro.

O mês de janeiro apresenta um panorama semelhante quanto às categorias temáticas mais abordadas. A categoria temática dominante é novamente “política”, representando 70% das

dez notícias internacionais transmitidas no período entre 7 e 11 de janeiro de 2019 (ver gráfico 4).

Gráfico 4 Categorias temáticas abordadas entre 7 e 11 de janeiro de 2019



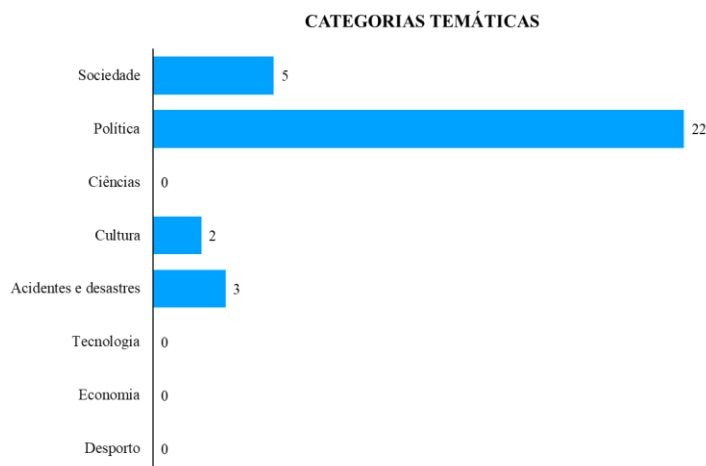
Fonte: Elaboração própria

A segunda posição de categoria dominante é composta por três categorias representadas cada uma com apenas uma notícia no período de análise de janeiro. Deste modo, as categorias “sociedade”, “cultura” e “desporto” constituem cada uma 10% das notícias internacionais deste horizonte temporal.

Para além da semelhança face à categoria dominante, o período de análise respetivo ao mês de janeiro demonstrou-se idêntico ao mês de dezembro considerando o número de categorias temáticas não representadas no programa de informação. Com exceção da categoria “economia”, encontram-se novamente neste grupo as categorias “ciências”, “acidentes e desastres” e “tecnologia”.

Tendo em conta o período de análise entre 4 e 8 de fevereiro de 2019, “política” apresentou-se novamente como a categoria dominante pela quinta vez consecutiva, representando 69% das 32 notícias internacionais transmitidas no 360º na primeira semana completa de dias úteis em fevereiro (ver gráfico 5).

Gráfico 5 Categorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de fevereiro de 2019



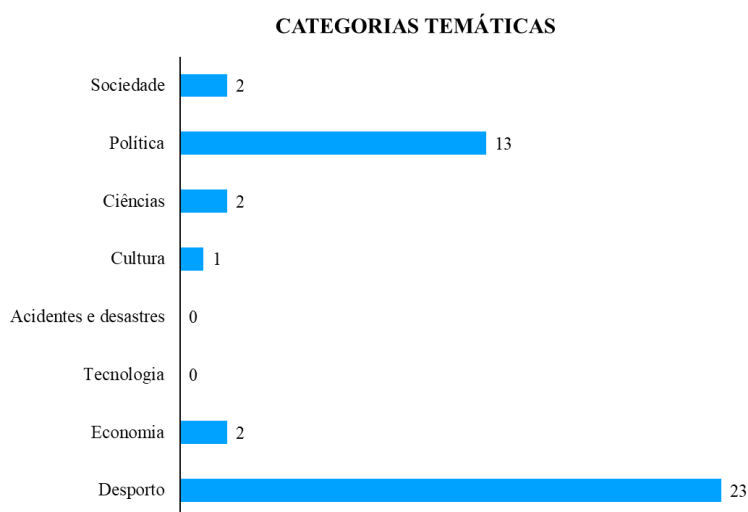
Fonte: Elaboração própria

A segunda categoria temática mais abordada neste período foi “sociedade”, constituindo 16% das notícias internacionais. “Acidentes e desastres” ocupa a terceira posição no mês de fevereiro, representando 9% dos acontecimentos transmitidos, e, de seguida, “cultura” encontra-se em quarto e último lugar, com apenas duas notícias (6%) a serem transmitidas no espaço de cinco dias.

Semelhante aos meses transatos, o período de análise de fevereiro de 2019 demonstrou a falha da cobertura de notícias referentes às categorias temáticas “ciências”, “tecnologia”, “economia” e, pela primeira vez, “desporto”.

Quanto ao último período em análise, composto pelos dias 4, 5, 6, 7 e 8 de março de 2019, este revelou um domínio da categoria temática “desporto”, representando 53% das 43 notícias internacionais transmitidas no 360º (ver gráfico 6). Em segundo lugar encontra-se a categoria “política”, constituindo 30% das notícias internacionais. Março representa o primeiro mês no qual esta categoria não se encontra em primeiro lugar, tendo em conta os períodos de análise propostos para o presente estudo.

Gráfico 6 Categorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de março de 2019



Fonte: Elaboração própria

Com diminuta representação quando comparada com as duas categorias dominantes neste período de análise, as categorias “ciências” e “economia” ocupam o terceiro lugar entre as temáticas abordadas no 360º, correspondendo cada uma a 5% das notícias internacionais transmitidas. Por último, a categoria “cultura” destaca-se em quarto lugar, tendo sido representada por apenas uma notícia (2%) num período de cinco dias.

Conforme os meses analisados anteriormente, existem categorias temáticas que não marcaram presença no programa de informação no período de análise entre 4 e 8 de março de 2019. Neste caso, as categorias “acidentes e desastres” e “tecnologia” foram as categorias não mencionadas, sendo que março representa o quinto de seis períodos de análise no qual “tecnologia” não é representada.

Face aos dados obtidos através da observação da variável “categoria temática” é possível listar as categorias dominantes pela seguinte ordem (*ver tabela 1*): 1) Política; 2) Desporto; 3) Sociedade; 4) Cultura; 5) Economia; 6) Acidentes e desastres; 7) Ciências; 8) Tecnologia.

Tabela 1 Dados globais relativos às categorias temáticas presentes no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019

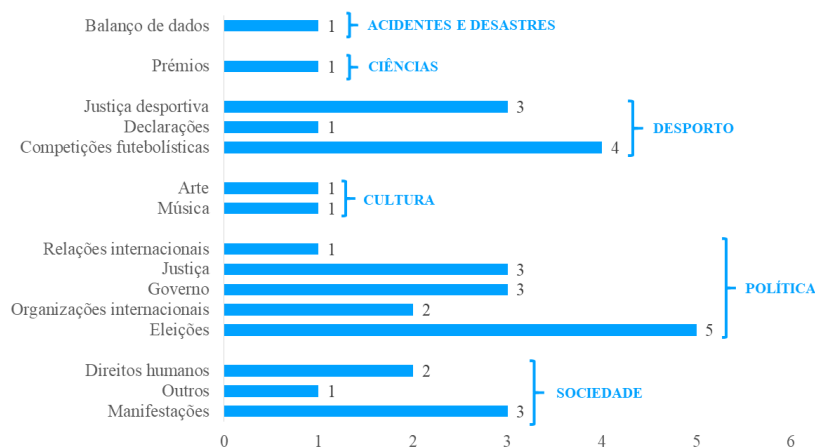
Categorias temáticas	Total
Política	75
Desporto	37
Sociedade	22
Cultura	8
Economia	6
Acidentes e desastres	5
Ciências	3
Tecnologia	1

Fonte: Elaboração própria

1.1.2. Subcategorias temáticas

Tendo em conta a primeira semana em análise, de 1 a 5 de outubro de 2018, verifica-se uma predominância de notícias relacionadas com as subcategorias “Eleições”, representando 36% das notícias da respetiva categoria temática “Política” (ver gráfico 7). A presença dominante desta subcategoria, que caracteriza os eventos de política internacional, prende-se com o facto do Brasil, o país dominante na categoria “Política” no período de análise, enfrentar um período de próximo das eleições presidenciais, cuja primeira fase ocorreu a 7 de outubro de 2018. Assim, os acontecimentos retratados nas notícias do programa de informação 360º focavam-se em demonstrar as campanhas eleitorais dos candidatos Fernando Haddad e Jair Bolsonaro, tal como as perspetivas dos cidadãos sobre os candidatos.

Gráfico 7 Subcategorias temáticas abordadas entre 1 e 5 de outubro de 2018



Fonte: Elaboração própria

Em segundo lugar encontra-se a subcategoria “competições futebolísticas”, referente à categoria “desporto”. Neste caso, as notícias do período de análise do mês de outubro de 2018 referem-se à competição Liga dos Campeões, contando com notícias sobre os jogos a nível internacional e com declarações dos treinadores.

A terceira posição de subcategoria dominante é ocupada por quatro temáticas, sendo duas referentes à categoria “política”, uma referente a “desporto” e uma pertencente à categoria “sociedade”: “governo”, “justiça”, “justiça desportiva” e “manifestações”. No caso da subcategoria temática “governo”, esta marcou presença através de acontecimentos referentes a atividades governamentais ou períodos de instabilidade a nível político experienciado pelos países internacionais. O tema dominante nesta subcategoria foi o *Brexit*, sendo frequentemente abordada a situação de instabilidade política vivida no Reino Unido face à saída da União Europeia, com a discórdia entre partidos e membros destes sendo retratada, e a proposta de um modelo de saída.

Tendo em conta a subcategoria “justiça”, verificou-se a transmissão de acontecimentos provenientes exclusivamente dos Estados Unidos da América. Neste caso, o mês de outubro ficou marcado pela votação no dia 6 para o cargo de juiz do Supremo Tribunal norte-americano, cujo protagonista das notícias foi Brett Kavanaugh. Face às acusações de alegada conduta sexual imprópria que Kavanaugh enfrentou, as duas notícias internacionais referentes ao juiz focaram-se neste tópico, abordando as acusações e as respetivas audiências que resultaram destas. Ademais, a subcategoria “justiça” é composta por uma notícia referente ao Presidente dos EUA, Donald Trump, na qual o foco é a investigação por parte do jornal norte-americano *The New York Times* sobre um possível envolvimento do Presidente num esquema de fraude fiscal.

A subcategoria “justiça desportiva” marcou presença no programa de informação através de três notícias sobre a acusação de alegada violação de Cristiano Ronaldo, cujas notícias se focaram em contextualizar o caso.

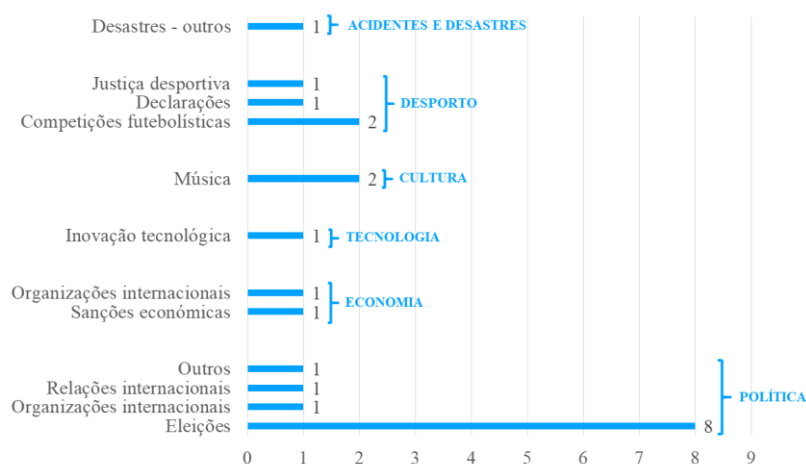
Quanto à subcategoria “manifestações”, da categoria temática “sociedade”, esta viu-se representada através de acontecimentos referentes aos protestos na Catalunha, Espanha. Deste modo, as notícias focaram-se nas manifestações por parte dos catalães, no mês em que se celebrou um ano do referendo independentista catalão.

O quarto lugar é ocupado pelas subcategorias temáticas abordadas em duas notícias cada uma. Deste modo, enquadram-se nesta posição as subcategorias “direitos humanos” [Sociedade] e “organizações internacionais” [Política]. No primeiro caso, as duas notícias incidem sobre o prémio Nobel da Paz e os respetivos galardoados. Quanto à subcategoria “organizações internacionais”, os acontecimentos abordados foram referentes à Comissão Europeia e ao orçamento italiano proposto para 2019.

Representadas apenas com uma notícia cada e, conseqüentemente, ocupando o quinto lugar na lista de subcategorias dominantes, encontram-se as seguintes subcategorias: “balanço de dados” [Acidentes e desastres], cuja notícia se focou no período posterior ao tsunami que ocorreu a 28 de setembro de 2018 na Indonésia; “prémios” [Ciências], referente à peça sobre os vencedores do prémio Nobel da medicina; “declarações” [Desporto], cuja notícia remete para declarações por parte do treinador do clube Vorskla Poltava; “outros” [Sociedade], relacionada com o fecho encerramento e conseqüente despedimento de funcionários das lojas Central, em Moçambique. Para além disso, enquadram-se na quinta posição as subcategorias: “relações internacionais” [Política], referente à acusação da NATO do desenvolvimento de novos mísseis nucleares por parte da Rússia; e as subcategorias “música” e “arte” [Cultura], sendo que a primeira está relacionada com a notícia sobre a morte do músico Charles Aznavour e a segunda está relacionada com a exposição do primeiro artista português no Centro Pompidou, em França.

Quanto ao período entre 5 e 9 de novembro de 2018, destaca-se novamente como subcategoria temática dominante a temática “eleições”, pertencente à categoria “Política” (ver gráfico 8). Esta subcategoria representou 73% das 11 notícias de política internacional. Ao contrário do mês transato, no qual as notícias que se enquadravam nesta subcategoria eram provenientes do Brasil, no período de análise de novembro estas foram provenientes dos Estados Unidos da América, face à realização das eleições intercalares a 6 de novembro de 2018. O destaque do país na respetiva subcategoria foi verificado pelo maior número de notícias internacionais dedicadas ao assunto, tal como foi possível verificar no noticiário de dia 7 de novembro de 2018, cujas notícias se focaram apenas nas eleições norte-americanas.

Gráfico 8 Subcategorias temáticas abordadas entre 5 e 9 de novembro de 2018



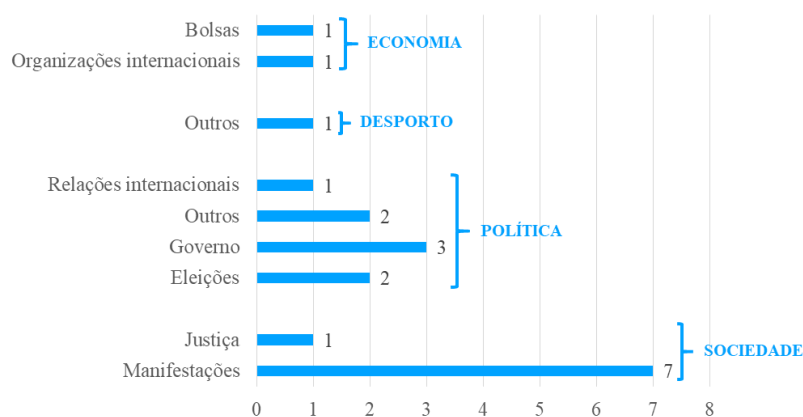
Fonte: Elaboração própria

Com um número significativamente menor quando comparado com a subcategoria temática dominante, surgem em segundo lugar as temáticas “competições futebolísticas” [Desporto] e “música” [Cultura], sendo que cada uma foi representada por duas notícias no período de cinco dias. Quanto à subcategoria temática “competições futebolísticas”, as notícias abordaram a competição Liga dos Campeões. A subcategoria referente a cultura abordou temas relacionados com música, sendo uma das notícias sobre a celebração dos 50 anos do disco *White Album* dos The Beatles e a segunda notícia referente à entrevista realizada à banda Muse.

As restantes subcategorias temáticas mencionadas no período de análise delineado para o mês de novembro de 2018 foram todas representadas por apenas uma notícia. Assim, neste grupo enquadram-se as seguintes subcategorias temáticas: “desastres – outros” [Acidentes e desastres], abordando um tiroteio que ocorreu nos Estados Unidos da América; “justiça desportiva”, abordando a detenção do presidente do clube Mónaco, Dmitri Rybolovlev, e “declarações” [Desporto], cuja notícia abordou as declarações do treinador do clube Ajax relativamente ao jogo frente ao Benfica; “inovação tecnológica” [Tecnologia], cuja notícia relatou a experiência efetuada na China com a utilização de pivôs virtuais num noticiário; “organizações internacionais”, abordando o orçamento do Estado italiano, e “sanções económicas” [Economia], cujo foco foi para as sanções aplicadas por parte dos Estados Unidos contra o Irão; e, por último, “outros”, que abordou as celebrações do centenário do armistício em França, “relações internacionais”, cuja notícia se focou na relação de Donald Trump com França, contextualizando a sua participação nas celebrações do centenário do armistício, e “organizações internacionais” [Política], cuja subcategoria enquadrou a notícia referente à posição da Comissão Europeia face ao orçamento do Estado italiano.

Partindo para a análise do período entre 3 e 7 de dezembro de 2018, verifica-se neste horizonte temporal um domínio da subcategoria temática “manifestações”, pertencente à categoria “Sociedade” (ver *gráfico 9*). Dentro da subcategoria “manifestações” foram abordados os protestos dos Coletes Amarelos em França e os protestos na Catalunha por parte de grupos independentistas.

Gráfico 9 Subcategorias temáticas abordadas entre 3 a 7 de dezembro de 2018



Fonte: Elaboração própria

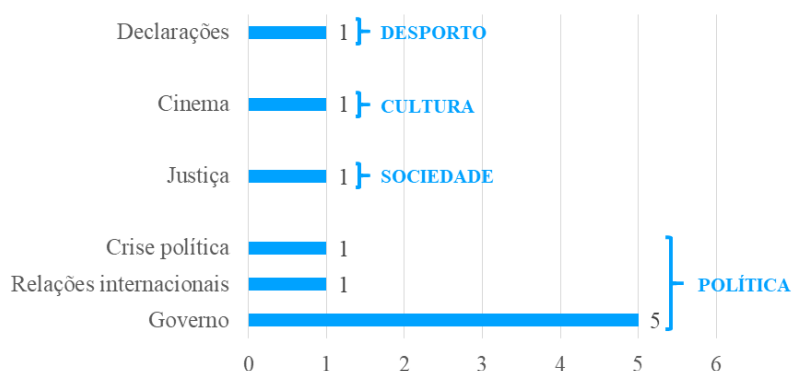
Em segundo lugar surge a subcategoria temática “governo”, do conjunto que forma a categoria “Política”. As três peças televisivas que compõem esta subcategoria na semana de dezembro abordam o *Brexit*, ou seja, a saída do Reino Unido da União Europeia e a crise vivida em França que conduziu aos protestos acima mencionados e as medidas tomadas pelo governo francês.

A terceira posição é ocupada por duas subcategorias temáticas da categoria “Política”, sendo estas “outros” e “eleições”. Neste caso, a subcategoria “outros” focou-se na cerimónia fúnebre do antigo presidente norte-americano George H. W. Bush e no anúncio de Annegret Kramp-Karrenbauer como nova líder da CDU alemã. Quanto à subcategoria temática “eleições”, nesta enquadram-se as notícias sobre as eleições regionais na Andaluzia.

Por último, com apenas uma notícia cada, surgem as subcategorias “bolsas” e “organizações internacionais” [Economia], “outros” [Desporto], “relações internacionais” [Política] e “justiça” [Sociedade]. Quanto aos acontecimentos transmitidos nas subcategorias referentes a “Economia”, a primeira enquadrou a notícia referente ao impacto da detenção da administradora financeira da empresa Huawei nas bolsas, enquanto a segunda abordou a reforma da União Económica e Monetária da Zona Euro. A subcategoria “outros”, pertencente a “Desporto”, abordou o evento de entrega de prémios *Bola de Ouro*. A subcategoria “relações internacionais” caracterizou a notícia de foro político sobre as opiniões de deputados sobre o *brexit*. Por último, a subcategoria “justiça” enquadrou a notícia referente à morte de um cidadão português na Venezuela.

Quanto à primeira semana completa de dias úteis do ano de 2019, entre 7 e 11 de janeiro, esta demonstrou um domínio da subcategoria temática “governo” [Política] (ver *gráfico 10*). Nesta subcategoria incluíram-se notícias referentes à votação do acordo de saída da União Europeia pelo parlamento britânico, à paralisação do governo norte-americano e ao governo de Andaluzia.

Gráfico 10 Subcategorias temáticas abordadas entre 7 e 11 de janeiro de 2019



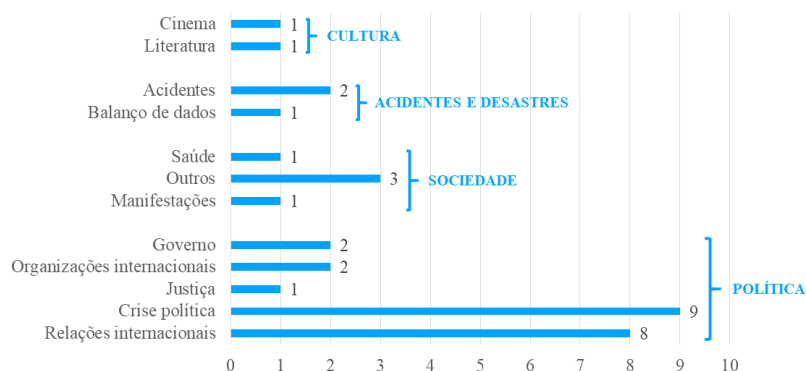
Fonte: Elaboração própria

As restantes subcategorias temáticas abordadas no período entre 7 e 11 de janeiro de 2019 foram representadas por apenas uma notícia cada uma. Deste modo, verificou-se a presença das seguintes subcategorias temáticas no programa *360º*: “declarações” [Desporto], que caracterizou a notícia sobre as declarações do treinador do clube Al-Hilal; “cinema” [Cultura], referente ao evento dos *Globos de Ouro*; “justiça” [Sociedade], referente ao período de violência vivido no Brasil; “crise política” [Política], cuja subcategoria enquadrou a notícia referente à situação política da Venezuela; e, por último “relações internacionais” [Política], que caracterizou a peça sobre as relações entre Portugal e Venezuela.

O período entre 4 e 8 de fevereiro de 2019 trouxe novamente uma subcategoria temática dominante proveniente da categoria “Política” (ver *gráfico 11*). Assim, surge como subcategoria dominante “crise política”, que caracterizou as nove notícias sobre a situação

enfrentada na Venezuela, incluindo os impactos na sociedade venezuelana e acontecimentos relacionados com o autoproclamado presidente interino do país.

Gráfico 11 Subcategorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de fevereiro de 2019



Apenas com uma notícia de diferença, surge em segundo lugar como subcategoria dominante “relações internacionais”, da respetiva categoria temática “Política”. Novamente, as notícias focaram-se nas relações entre países face ao conflito vivido na Venezuela.

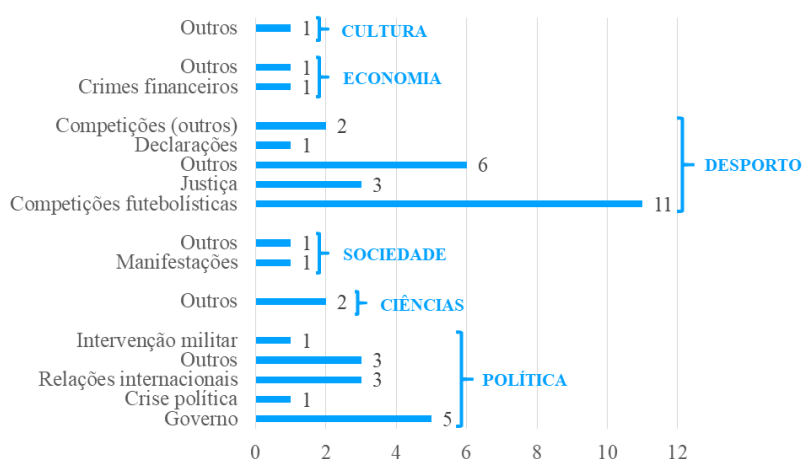
A terceira subcategoria temática dominante no período de fevereiro de 2019 foi “Outros”, da categoria “Sociedade”. Entre as três notícias caracterizadas por esta subcategoria, os acontecimentos abordados foram a visita do Papa à Península Arábica, os abusos sexuais na Igreja Católica e o panorama vivido pelos portugueses na Venezuela.

O quarto lugar é ocupado por três subcategorias temáticas, cada uma representada através de duas notícias, sendo estas “acidentes” [Acidentes e desastres], “governo” e “organizações internacionais” [Política]. Tendo em conta a primeira subcategoria mencionada, esta abordou a tragédia no Rio de Janeiro, na qual 10 pessoas morreram no incêndio num centro de estúdios de desporto. Quanto à subcategoria temática “governo”, esta caracterizou a notícia referente ao discurso de Donald Trump sobre o Estado da União e a peça sobre a presença de um deputado luso-descendente na Venezuela. Por último, a subcategoria “organizações internacionais” abordou as notícias sobre o Conselho Europeu e o *Brexit*.

Em último lugar surgem seis subcategorias, cada uma mencionada através de uma notícia apenas, sendo estas: “cinema” e “literatura” [Cultura]; “balanço de dados” [Acidentes e desastres]; “saúde” e “manifestações” [Sociedade]; e “justiça” [Política]. Tendo em conta as subcategorias pertencentes a “Cultura”, a peça caracterizada pela subcategoria “cinema” abordou a morte do ator Albert Finney e a peça referente a “literatura” abordou a discussão sobre as obras de José Saramago na Universidade de Georgetown, nos Estados Unidos. Quanto à subcategoria “balanço de dados”, esta enquadrou a notícia referente à tragédia resultante da rutura de uma barragem em Brumadinho, no Brasil. Quanto às subcategorias de “Sociedade”, “saúde” caracterizou a peça referente ao caso de falta de medicamentos na Venezuela e “manifestações” abordou os protestos na Guiné-Bissau. Por fim, dentro da categoria “Política”, a subcategoria “justiça” enquadrou a notícia que contextualizou a condenação do antigo Presidente do Brasil, Lula da Silva.

Partindo para a análise do último período temporal em estudo, este apresentou como subcategoria temática dominante “competições futebolísticas” [Desporto], correspondendo a 11 notícias internacionais (ver *gráfico 12*). Neste período, as notícias caracterizadas por esta subcategoria temática abordaram os jogos e resultados da Liga dos Campeões, tal como os jogos da competição Liga Europa.

Gráfico 12 Subcategorias temáticas abordadas entre 4 e 8 de março de 2019



Fonte: Elaboração própria

Em segundo lugar na lista de subcategoria temática mais abordada no período de análise referente a março de 2019 surge “outros” [Desporto]. Nesta subcategoria enquadraram-se notícias sobre alterações a nível dos clubes futebolísticos, como por exemplo a saída do treinador do Roma e as reações dos adeptos do Real Madrid à eliminação do clube na competição Liga dos Campeões.

Segue-se a subcategoria temática “governo”, pertencente à categoria “Política”, abordada através de cinco notícias internacionais. Nesta subcategoria enquadram-se as peças televisivas referentes à entrevista ao Presidente angolano João Lourenço, à situação governamental da Venezuela e ao *Brexit*.

O quarto lugar é ocupado por três subcategorias, cada uma representada através de três notícias, sendo estas “outros” e “relações internacionais” [Política] e “justiça” [Desporto]. Tendo em conta as subcategorias referentes a “Política”, “outros” enquadrou notícias sobre a presença do Presidente de Portugal, Marcelo Rebelo de Sousa, numa universidade angolana durante a visita ao país, sobre o pedido de Emmanuel Macron, Presidente francês, por uma “Europa renovada” e sobre as declarações de Hillary Clinton sobre as eleições presidenciais nos Estados Unidos da América. Quanto a “relações internacionais”, esta subcategoria abordou as notícias referentes à visita de Estado do Presidente português a Angola. Por último, a subcategoria “justiça” [Desporto] abordou nas três notícias o caso do *hacker* Rui Pinto e o respetivo julgamento no tribunal de Budapeste.

Mencionadas através de duas notícias, surgem em quinto lugar as subcategorias “competições (outros)” [Desporto] e “outros” [Ciências]. Tendo em conta a primeira subcategoria, esta abordou a competição de rali do México e o torneio de ténis *Indian Wells*. Quanto à subcategoria “outros” [Ciências], esta enquadrou a notícia referente a um caso de remissão do vírus *VIIH* e ainda a notícia sobre a apreensão de medicamentos numa operação de combate ao tráfico a nível europeu.

Por fim, as subcategorias temáticas que enquadraram apenas um acontecimento foram: “outros” [Cultura], que abordou conflitos que ocorreram no período das celebrações do carnaval do Brasil e os respetivos festejos; “outros”, caracterizando a notícia acerca da e “crimes financeiros” [Economia], sendo que a primeira abordou a lista de multimilionários publicada pela revista *Forbes* e a segunda subcategoria enquadrou a notícia sobre a condenação de Paul Manafort, ex-diretor de campanha do Presidente norte-americano, por fraude fiscal e bancária; “declarações” [Desporto], que abordou a derrota do Benfica na Liga Europa em Zagreb; “outros” e “manifestações” [Sociedade], sendo que a primeira subcategoria abordou a notícia sobre o “apagão” na Venezuela e os impactos na vida dos cidadãos e a segunda abordou as manifestações que representaram o dia da mulher em vários locais; “intervenção militar” e “crise política” [Política], com a primeira subcategoria a enquadrar a notícia referente à marcha ofensiva para combater o Estado Islâmico na Síria e a segunda a focar-se na situação política vivida na Venezuela no período de análise.

Analisando de forma global os resultados obtidos sobre esta variável, é possível elaborar a seguinte tabela que reflete as subcategorias dominantes no programa de informação 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019:

Tabela 2 Dados globais sobre subcategorias temáticas dominantes no 360º

Subcategorias temáticas dominantes no 360º		
Categorias temáticas	Subcategorias temáticas	Total
Acidentes e desastres	Balanço de dados	2
	Acidentes	2
	Desastres - outros	1
Ciências	Prémios	1
	Outros	2
Desporto	Justiça desportiva	7
	Declarações	4
	Competições futebolísticas	17
	Competições – outras modalidades	2

	Outros	7
Cultura	Arte	1
	Música	3
	Cinema	2
	Literatura	1
	Outros	1
Tecnologia	Inovação tecnológica	1
Economia	Organizações internacionais	2
	Sanções económicas	1
	Bolsas	1
	Outros	1
	Crimes financeiros	1
Política	Relações internacionais	15
	Justiça	4
	Governo	18
	Organizações internacionais	5
	Eleições	15
	Crise política	11
	Intervenção militar	1
	Outros	6
Sociedade	Direitos humanos	2
	Outros	5
	Manifestações	12
	Justiça	2
	Saúde	1

Fonte: Elaboração própria

Face aos dados apresentados na *Tabela 2*, é possível indicar “governo” como subcategoria temática dominante, pertencente à categoria “Política”. A esta seguem-se, por ordem, as subcategorias “competições futebolísticas” [Desporto], “relações internacionais” e “eleições” [Política], “manifestações” [Sociedade] e “crise política” [Política]. Estas

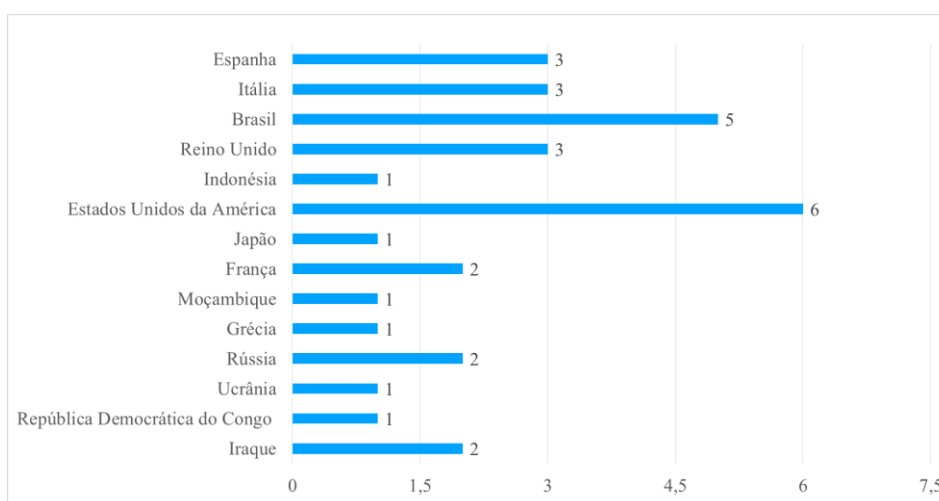
subcategorias temáticas foram mencionadas dez ou mais vezes ao longo dos períodos de análise propostos para o presente estudo.

Tendo em conta as subcategorias temáticas menos abordadas no 360º nos períodos de análise, verificaram-se baixos números associados as seguintes: “desastres – outros” [Acidentes e desastres]; “prêmios” [Ciências]; “arte”, “literatura” e “outros” [Cultura]; “inovação tecnológica” [Tecnologia]; “sanções económicas”, “bolsas”, “outros” e “crimes financeiros” [Economia]; “intervenção militar” [Política]; e, por último, “saúde” [Sociedade].

1.2. Os países dominantes nas notícias internacionais

Partindo do primeiro período em análise, de 1 a 5 de outubro de 2018, entre as 32 notícias de âmbito internacional foram identificados dois países dominantes: os Estados Unidos da América, representando 19% destas, e o Brasil, a representar 16% das notícias no período em análise (ver *gráfico 13*). Os resultados apontam para a prioridade dada ao país descrito como uma “superpotência” mundial (EUA) e para a relevância da proximidade cultural no caso da transmissão de acontecimentos localizados no Brasil.

Gráfico 13 Países abordados no 360º entre 1 e 5 de outubro de 2018



Fonte: Elaboração própria

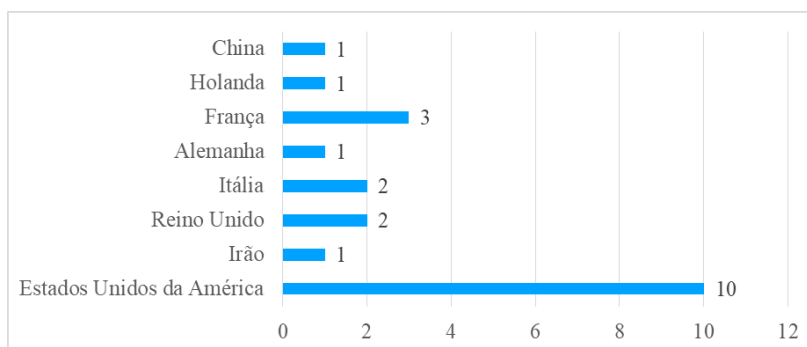
Tendo em conta os restantes países mencionados no primeiro período em análise, três países foram referidos três vezes ao longo da análise, representando cada um 9% das notícias internacionais na semana interpretada. Assim, os acontecimentos focaram-se nos seguintes países: Espanha, Itália e Reino Unido. No caso das notícias referentes a Espanha, é possível argumentar que um dos critérios de seleção empregues na seleção dos acontecimentos é o critério “proximidade geográfica”.

Acrescentando aos países mencionados acima, marcaram presença nas notícias do programa de informação *360º* os seguintes países: França (6%); Rússia (6%); Iraque (6%); Indonésia (3%); Japão (3%); Moçambique (3%); Grécia (3%); Ucrânia (3%); e República Democrática do Congo (3%).

Quanto ao segundo período de análise, de 5 a 9 de novembro de 2018, verifica-se um domínio notório do país que detém o “estatuto de *superstar* imbatível” (Wu, 2000: 126). Deste modo, os Estados Unidos da América estiveram presentes em dez notícias transmitidas no período em questão, representando 48% das notícias internacionais na primeira semana completa de dias úteis de novembro de 2018 (ver *gráfico 14*).

Para além de ter uma maior representação no noticiário devido ao seu estatuto entre as potências mundiais, uma justificação adicional para o resultado obtido é o facto de novembro ter ficado marcado pelas eleições intercalares norte-americanas, que aconteceram a 6 de novembro de 2018. Consequentemente, o país marcou presença em todos os dias analisados (de 5 a 9 de novembro), sendo que no dia seguinte às eleições intercalares o programa de informação *360º* transmitiu apenas notícias referentes a este tópico.

Gráfico 14 Países abordados no 360º entre 5 e 9 de novembro de 2018



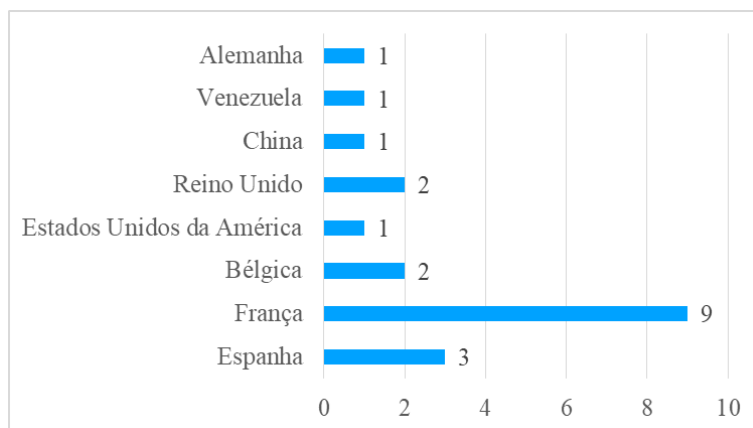
Fonte: Elaboração própria

Acrescentando aos Estados Unidos, o segundo país mais abordado nas notícias do 360º foi França, representando 14% das notícias de âmbito internacional em estudo. Sendo França um país relativamente próximo a nível geográfico e com uma relação histórica com Portugal, estes fatores poderão ser apontados como critérios de seleção dos acontecimentos.

Novamente, os países que ocupam o terceiro lugar nos mais referidos foram Itália (10%) e Reino Unido (10%). Os restantes países mencionados foram os seguintes: China (5%); Holanda (5%); Alemanha (5%); e Irão (5%).

A semana em análise do mês de dezembro de 2018, entre os dias 3 e 7, demonstrou uma queda nas notícias do país dominante nas semanas analisadas de outubro e novembro. Assim, o país dominante neste período foi França, representando 45% das 19 notícias internacionais transmitidas no 360º. Quanto ao segundo país mais abordado surge Espanha com três notícias, correspondendo a 15% das notícias (ver gráfico 15).

Gráfico 15 Países abordados no 360º entre 3 e 7 de dezembro de 2018



Fonte: Elaboração própria

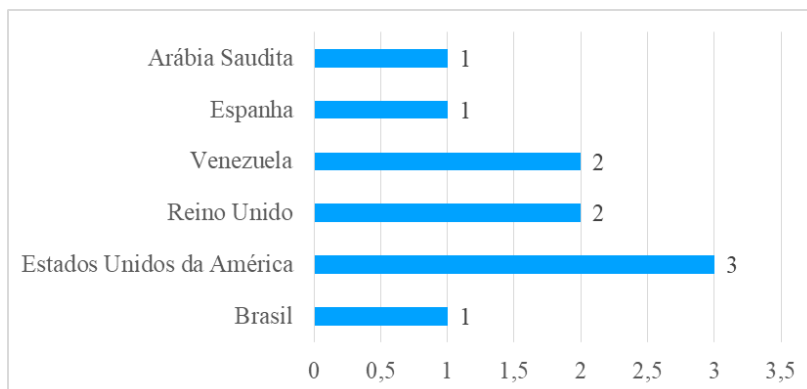
Em terceiro lugar surgem dois países, representando cada um 10% das notícias internacionais identificadas neste horizonte temporal. Estes foram o Reino Unido e a Bélgica, com duas notícias cada.

Com apenas uma notícia transmitida no 360º referente a acontecimentos provenientes destes países e correspondendo a 5% cada uma, o quarto lugar é ocupado por quatro países: Alemanha, Venezuela, China e Estados Unidos da América.

Tendo em conta o período entre 7 e 11 de janeiro de 2019, os Estados Unidos da América foram novamente, à exceção no período referente a dezembro, o país dominante. Deste modo, o país representou 30% das dez notícias internacionais transmitidas nesta semana. Já em segundo lugar, com 20% cada uma, surgem a Venezuela e o Reino Unido (ver *gráfico 16*).

Em terceiro e último lugar entre os países abordados surgem a Arábia Saudita, Espanha e Brasil, correspondendo a 10% cada um.

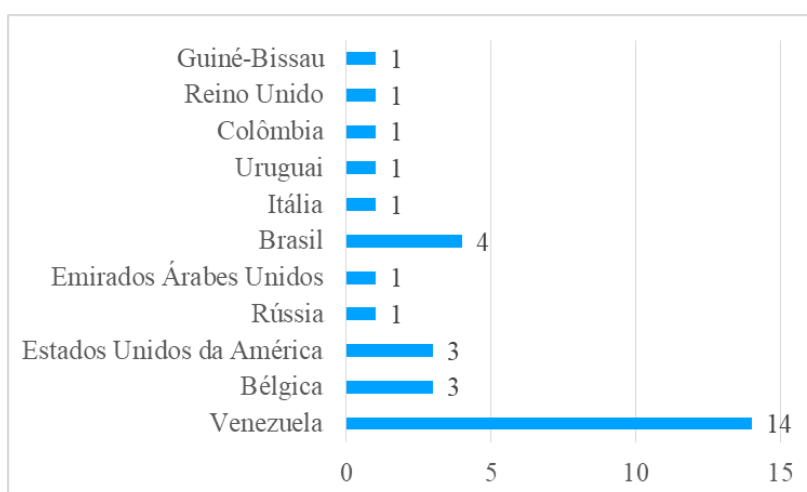
Gráfico 16 Países abordados no 360º entre 7 e 11 de janeiro de 2019



Fonte: Elaboração própria

No período de análise entre 4 e 8 de fevereiro de 2019 foi transmitido um maior número de notícias de âmbito internacional face ao mês passado, traduzindo-se, assim, na cobertura de acontecimentos provenientes de um maior número de países. Neste caso, o país dominante lidera as notícias com uma vantagem significativa, recebendo cobertura em 14 notícias. Deste modo, o país dominante no período de análise de fevereiro foi a Venezuela, correspondendo a 45% das 32 notícias internacionais transmitidas no 360º (ver gráfico 17).

Gráfico 17 Países abordados no 360º entre 4 e 8 de fevereiro de 2019



Fonte: Elaboração própria

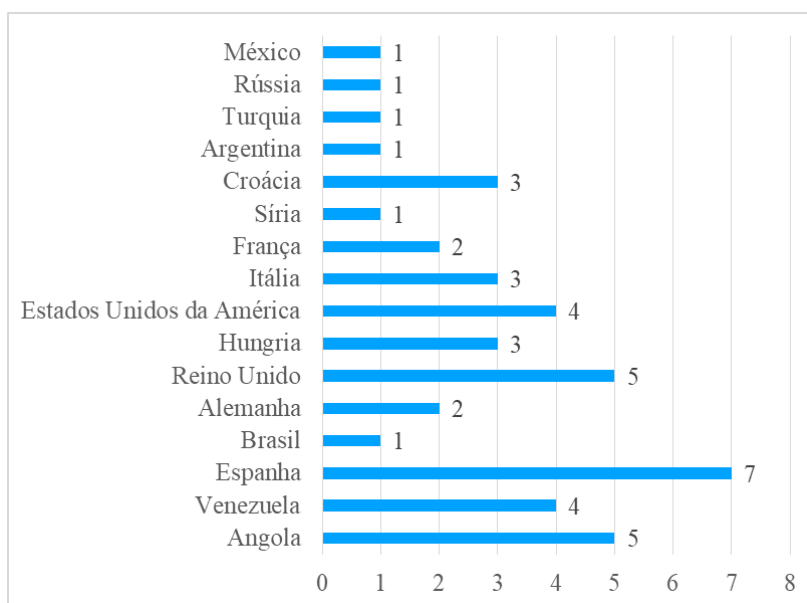
Em segunda posição, com uma diferença de dez notícias face ao país dominante, surge o Brasil, representando 13% das notícias internacionais. Este é seguido por dois países em

terceiro lugar, sendo estes os Estados Unidos da América e a Bélgica, cada um deles correspondendo a 10% das notícias.

O quarto e último lugar é ocupado por sete países, tendo sido cada um deles abordado apenas em uma notícia. Deste modo, os países menos abordados no período de análise de fevereiro, representando 3% das notícias internacionais cada um, foram os seguintes: Guiné-Bissau; Reino Unido; Colômbia; Uruguai; Itália; Emirados Árabes Unidos; e Rússia.

Por fim, o período de análise entre 4 e 8 de março de 2019 revelou como país dominante Espanha, com sete notícias internacionais das 43 transmitidas a abordarem o país vizinho de Portugal, correspondendo assim a 16% das notícias internacionais (ver *gráfico 18*). Já em segundo lugar neste período de análise encontram-se dois países, abordados em cinco notícias cada, sendo estes: Reino Unido (11%) e Angola (11%). Em terceira posição na lista de países dominantes encontram-se dois países, referidos em quatro notícias cada um, sendo estes: Estados Unidos da América (9%) e Venezuela (9%).

Gráfico 18 Países abordados no 360º entre 4 e 8 de março de 2019



Fonte: Elaboração própria

Croácia, Itália e Hungria, cada um representando 7% das 43 notícias internacionais transmitidas no 360º no período em questão, ocupam o quarto lugar na lista de países dominantes. Estes são seguidos pelos países referidos em apenas duas notícias cada um: França (5%) e Alemanha (5%).

Por último surgem o México (2%), Rússia (2%), Turquia (2%), Argentina (2%), Síria (2%) e Brasil (2%), tendo sido cada um destes países mencionado em apenas uma notícia internacional.

Em suma, numa perspetiva global do estudo dos países dominantes nas notícias internacionais nos seis períodos de análise delineados, é possível listar os países dominantes pela seguinte ordem:

Tabela 3 Países dominantes no 360º nos períodos em análise

Países dominantes no programa de informação 360º	
Países	Total
Estados Unidos da América	27
Venezuela	20
França	16
Reino Unido	15
Espanha	14
Brasil	11
Itália	9
Angola	5
Bélgica	5
Alemanha	4
Rússia	4
Croácia	3
Hungria	3
China	2
Iraque	2
Arábia Saudita	1
Argentina	1
Colômbia	1
Emirados Árabes Unidos	1
Grécia	1
Guiné-Bissau	1

Holanda	1
Indonésia	1
Irão	1
Japão	1
México	1
Moçambique	1
República Democrática do Congo	1
Síria	1
Turquia	1
Ucrânia	1
Uruguai	1

Face aos dados apresentados, e tendo como países dominantes aqueles que foram mencionados acima de cinco vezes, conclui-se que o país dominante nas notícias internacionais transmitidas no 360º foi os Estados Unidos da América. A este seguiu-se, por ordem, a Venezuela, França, Reino Unido, Espanha, Brasil, Itália, Angola e, por último, Bélgica.

Para além de verificarmos quais os países dominantes, é possível verificar em que categorias temáticas estes países se destacaram mais:

Tabela 4 Cruzamento das variáveis "Categoria temática" e "Espaço geográfico"

Países	Sociedade	Ciências	Tecnologia	Política	Cultura	Acidentes e desastres	Economia	Desporto
Estados Unidos da América	2	1	-	18	2	1	2	1
Venezuela	4	-	-	17	-	-	-	-
França	6	-	-	5	-	-	-	3
Reino Unido	-	1	-	8	3	-	-	2
Espanha	5	-	-	3	-	-	-	6
Brasil	1	-	-	6	1	3	-	-
Itália	1	-	-	3	-	-	1	4
Angola	-	-	-	5	-	-	-	-
Bélgica	-	-	-	4	-	-	1	-

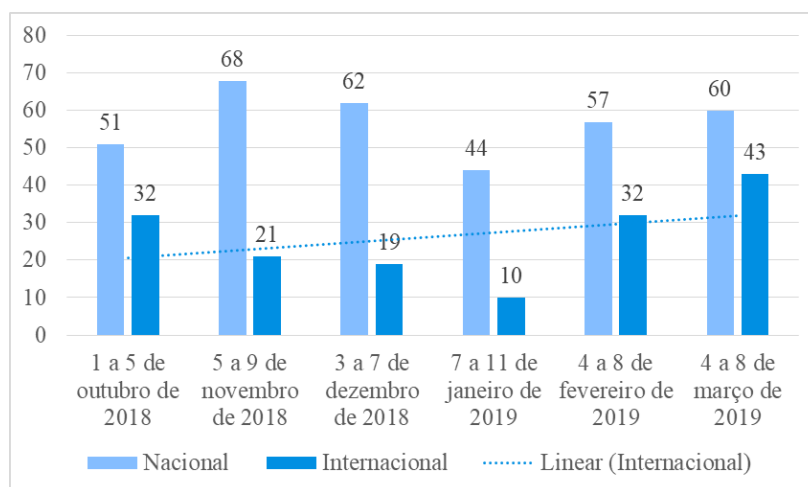
Cruzando as variáveis “categoria temática” e “espaço geográfico”, podemos concluir o seguinte: a categoria temática “Sociedade” foi liderada por notícias sobre França; a categoria

“Ciências”, cuja representação ao longo dos períodos em análise foi diminuta, viu-se representada duas vezes por dois países dominantes, sendo estes o Reino Unido e os Estados Unidos da América; a categoria “Tecnologia” foi também uma das menos representadas no programa de informação nos períodos de análise, não tendo sido representada pelos países dominantes; a categoria “Política”, a mais mencionada na análise, viu-se liderada por notícias referentes aos Estados Unidos da América, seguido com apenas a diferença de uma notícia pela Venezuela; as notícias internacionais referentes a “Cultura” tiveram o Reino Unido como o país dominante; “Acidentes e desastres” teve como país dominante o Brasil; as notícias referentes a “Economia” tiveram como principal foco o panorama norte-americano; e, por fim, as notícias de “Desporto” relataram um maior número de acontecimentos sobre Espanha.

A análise da variável espaço geográfico possibilitou ainda a identificação do número total de notícias de âmbito nacional e internacional, transmitidas no noticiário 360° durante o horizonte temporal em estudo.

Face aos dados analisados, é possível concluir que, no total de 499 notícias, 342 notícias (69%) analisadas são caracterizadas como sendo de âmbito nacional e, por sua vez, 157 notícias (31%) de âmbito internacional, tal como representa o *gráfico 19*. Partindo destes números e dos períodos de análise, março de 2019 foi o que contou com um maior número de notícias internacionais (43) no programa de informação 360°, possivelmente relacionado com o facto de o horário de transmissão do noticiário ter aumentado a partir de março de 2019. Comparando com os restantes meses, o período de análise de janeiro de 2019 apresentou o menor número de notícias de âmbito internacional que receberam cobertura (10) no respetivo programa de informação.

Gráfico 19 Dados globais sobre total de notícias transmitidas no 360º nos períodos de análise



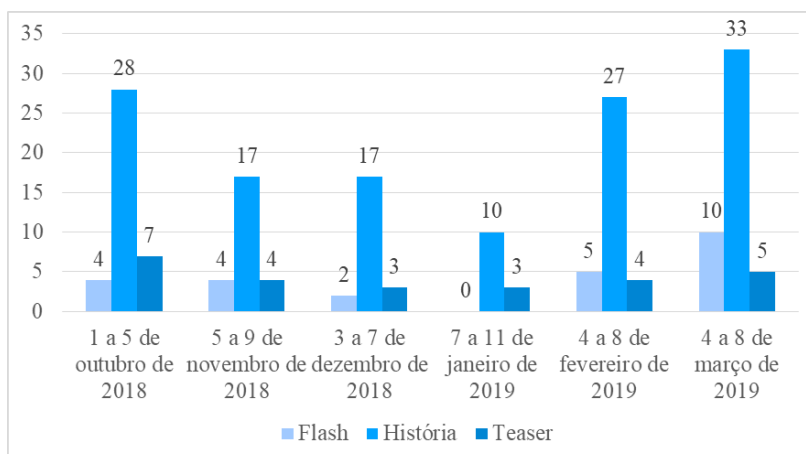
Fonte: Elaboração própria

Em geral, verificou-se um decréscimo na cobertura de notícias internacionais entre o período referente a outubro de 2018 e janeiro de 2019, sendo que o horizonte temporal de 1 a 5 de outubro de 2018 apresentou 32 notícias internacionais e o período de análise de 7 a 11 de janeiro apresentou apenas dez notícias deste âmbito. No entanto, a cobertura regressou aos números analisados em outubro durante o período de 4 a 8 de fevereiro de 2019, com 32 notícias internacionais, sofrendo ainda outra subida no período referente a março de 2019, com 43 notícias internacionais.

1.3. Tipos de notícia

Tendo em conta a análise da variável “tipo de notícia”, composta pelos tipos “flash”, “história” e “teaser”, verificaram-se os seguintes dados representados no *gráfico 20*:

Gráfico 20 Dados globais sobre tipos de notícias internacionais transmitidas no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019

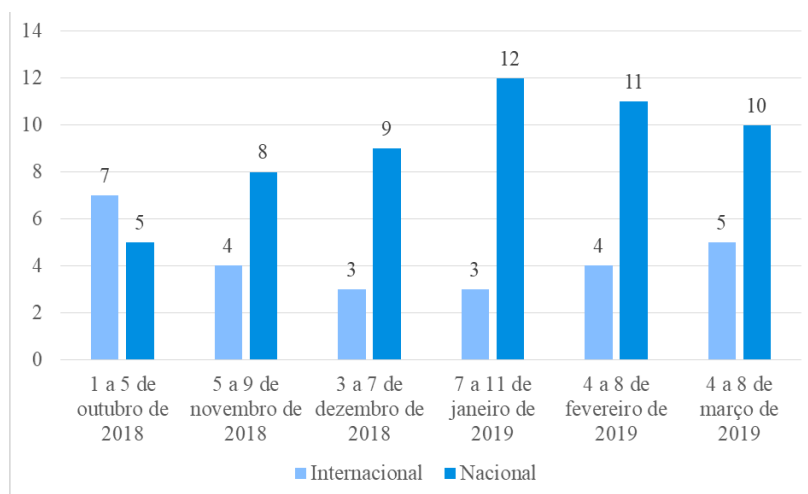


Fonte: Elaboração própria

Observando os dados globais referentes a esta variável, verificou-se em todos os períodos de análise um domínio do uso do tipo “história” para a transmissão das notícias internacionais no 360°, representando no global 84% das 157 notícias internacionais analisadas. Quanto ao tipo “flash”, associado aos relatos de estúdio com a informação divulgada pela pivot com acompanhamento de imagens, este representa apenas 16% das notícias internacionais dos períodos de análise delineados para o estudo.

Ainda através desta variável foram analisados os *teasers*, ou seja, os cliques de curta duração exibidos, em geral, no início ou meio de cada noticiário de forma a destacar três notícias que marcam a atualidade. Deste modo, a análise consistiu na identificação do número de *teasers* com foco em notícias nacionais ou em notícias internacionais.

Gráfico 21 Dados sobre número de teasers no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019



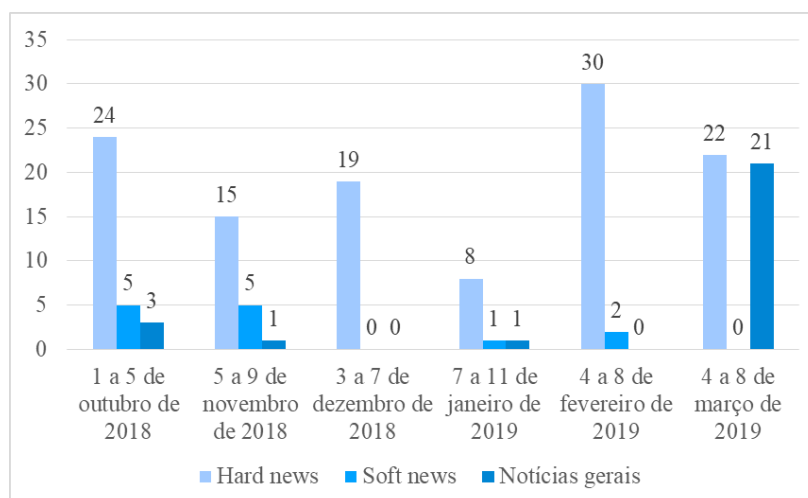
Fonte: Elaboração própria

Assim, é possível concluir que se verificou um maior destaque de notícias de âmbito nacional através dos *teasers* divulgados como chamada para três peças de cada noticiário, sendo que o período de análise referente a outubro de 2018 ficou marcado como o único em que as notícias de âmbito internacional receberam um destaque maior consoante as nacionais. Em geral, os *teasers* sobre notícias nacionais representaram 68% do conjunto total, sendo que 32% dos *teasers* a nível global incidiram sobre notícias internacionais.

1.4. Natureza das notícias

A análise da natureza das notícias é pertinente no presente estudo de forma a elaborar conclusões sobre a relevância dos acontecimentos de âmbito internacional no noticiário.

Gráfico 22 Dados globais sobre a natureza das notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019



Fonte: Elaboração própria

Observando o *gráfico 22*, é possível concluir que, em todos os períodos temporais analisados, existe um maior número de notícias internacionais caracterizadas como *hard news* do que *soft news* ou notícias gerais. De uma perspetiva global dos dados, foram verificadas 118 (75%) *hard news*, 13 (8%) *soft news* e 26 (17%) notícias gerais.

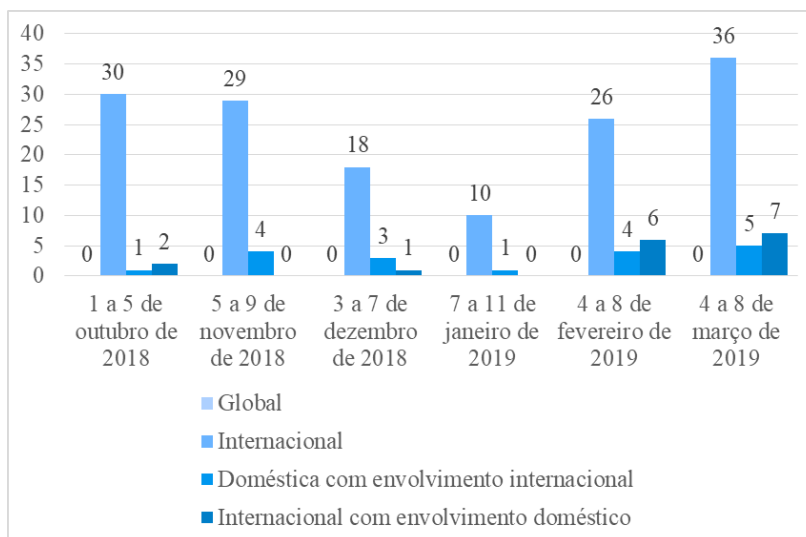
1.5. Enquadramentos

Tendo em conta os enquadramentos dados às notícias transmitidas no 360º da RTP3, verificou-se um domínio do enquadramento “internacional”, representando, a nível global, 90% das notícias internacionais analisadas. Em todos os períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019 verificou-se um maior número de notícias internacionais cujo enquadramento foi “internacional”. Deste modo, é possível argumentar que as peças televisivas procuraram explicar os acontecimentos no contexto do país em que estes ocorreram.

O segundo enquadramento mais usado nas notícias referentes a países estrangeiros foi o “internacional com envolvimento doméstico”, correspondendo a 10% do total de notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise. As notícias pertencentes a este

grupo focaram-se em acontecimentos que ocorreram a nível internacional, contando no entanto com a presença de intervenientes portugueses.

Gráfico 23 Dados globais sobre o enquadramento das notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019



Fonte: Elaboração própria

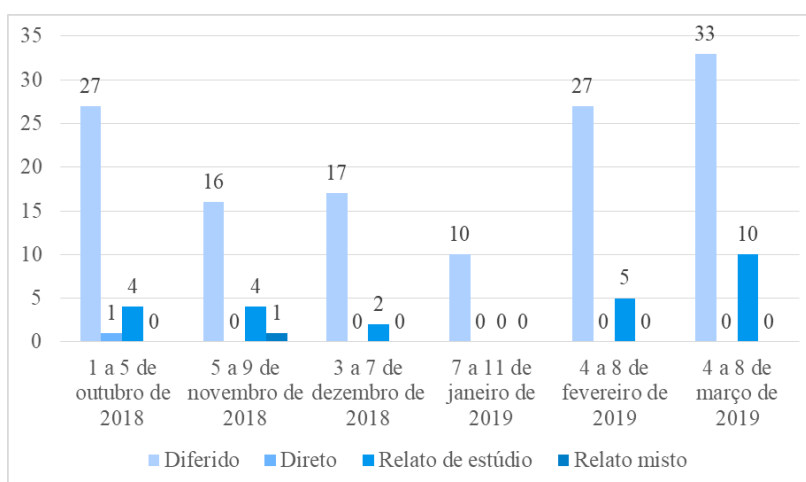
Face à análise da variável “enquadramento”, é possível concluir que as notícias de âmbito internacional do programa de informação 360º se focam apenas no contexto em que o acontecimento ocorre. Deste modo, não foi verificada a presença de estratégias discursivas nas notícias transmitidas que procurassem uma perspetiva global dos assuntos e dos seus impactos a nível mundial.

Ainda abordando o gráfico 23, é importante referir que o enquadramento “doméstica com envolvimento nacional” não foi englobado na contagem das notícias internacionais, pois estas ocorrem em território nacional. No entanto, no conjunto dos quatro enquadramentos propostos para análise, este representou 10% das notícias com a presença de um elemento internacional, sendo que, neste caso, as notícias de enquadramento internacional assumiram 81% no total e as pertencentes ao enquadramento “internacional com envolvimento doméstico” representaram 9%.

1.6. Forma

Partindo para a análise da forma como as notícias internacionais foram transmitidas no programa de informação 360°, os seis períodos de análise apresentam um panorama semelhante, com a forma de cobertura das notícias dominante sendo “diferido”, seguida pelo “relato de estúdio” (ver *gráfico 24*). Quanto às formas “direto” e “relato misto”, estas foram apenas utilizadas uma vez cada uma ao longo dos períodos de análise.

Gráfico 24 Dados globais sobre a forma das notícias internacionais transmitidas no 360° nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019



Fonte: Elaboração própria

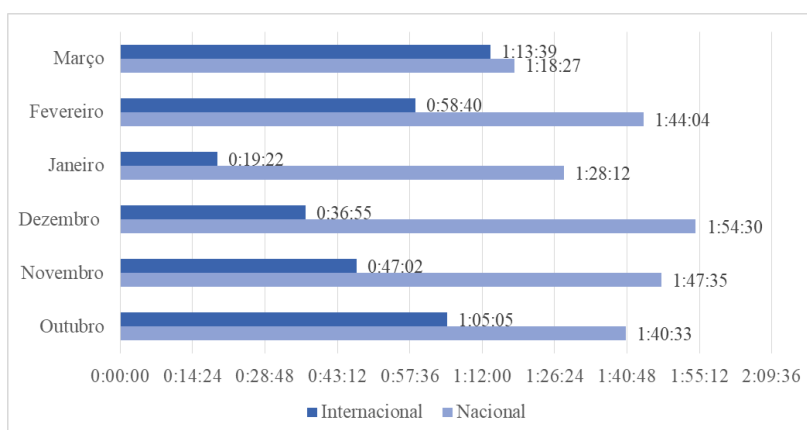
Assim, no conjunto total de períodos de análise e de notícias internacionais visionadas, é possível salientar que 130 notícias de âmbito internacional foram transmitidas em “diferido”, representando 83% destas notícias, e 16% das notícias foram transmitidas através de “relato de estúdio”, representando 25 notícias internacionais.

1.7. Duração

Relativamente à variável “duração” e tendo em conta a duração média do conjunto de peças internacionais e nacionais, verificou-se no primeiro período temporal em análise, entre 1 a 5 de outubro de 2018, uma duração média das peças nacionais superior à duração média das peças internacionais. No total, de 6 horas 2 minutos e 35 segundos de noticiário analisado

no mês de outubro, excluindo as secções destinadas ao comentário político diário, ocuparam 1 hora 5 minutos e 5 segundos as notícias de âmbito internacional. Quanto às notícias nacionais, estas ocuparam 1 hora 40 minutos e 33 segundos, sendo o tempo dedicado a acontecimentos que ocorreram em solo português maior quando comparado com o tempo dedicado às notícias internacionais.

Gráfico 25 Duração global das notícias nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019



Fonte: Elaboração própria

O segundo período de análise, referente aos dias 5, 6, 7, 8 e 9 de novembro de 2018, demonstrou um panorama semelhante, sendo que a diferença entre o tempo dedicado para cada tipo de notícia é significativamente diferente. Deste modo, das 5 horas 52 minutos e 15 segundos de noticiário analisado, verificou-se uma presença de notícias internacionais em apenas 47 minutos e 2 segundos deste, ao contrário da 1 hora 47 minutos e 35 segundos destinados a notícias de foro nacional.

Os períodos referentes aos meses de dezembro de 2018 e janeiro de 2019 demonstram uma diferença ainda mais significativa perante o tempo destinado a notícias nacionais e internacionais. Quanto ao período de análise referente ao mês de dezembro de 2018, este foi composto por 5 horas 28 minutos e 39 segundos, entre as quais 1 hora 54 minutos e 30 segundos foram dedicados a notícias de foro nacional e apenas 36 minutos e 55 segundos dedicados a notícias internacionais.

O período de análise de janeiro foi composto por 6 horas 37 minutos e 28 segundos. Dentro deste horizonte temporal, 19 minutos e 22 segundos corresponderam a notícias de âmbito internacional. Este representa o valor mais baixo entre os resultados obtidos durante os seis períodos de análise. Quanto à duração total das notícias nacionais no respetivo período, este foi de 1 hora 28 minutos e 12 segundos.

O período de análise referente a fevereiro de 2019, correspondente a 7 horas 40 minutos e 38 segundos, apresentou uma duração maior quando comparada com os meses anteriores, traduzindo-se simultaneamente num aumento do tempo dedicado a notícias internacionais. Assim, 58 minutos e 40 segundos corresponderam ao tempo ocupado no programa de informação por notícias internacionais. Quanto às nacionais, o conjunto de todas as notícias representou uma duração de 1 hora 44 minutos e 4 segundos.

O mês de março trouxe alterações a nível da programação do canal RTP3, traduzindo-se uma destas no aumento da duração do noticiário *360°*. Assim, o programa de informação assumiu uma posição dominante no horário-nobre, sendo transmitido entre as 21h e as 23h.³

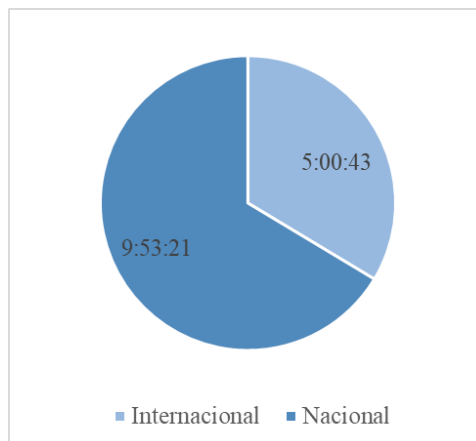
Correspondendo a 8 horas 47 minutos e 24 segundos de noticiário referente ao período de análise de março, o *360°* destacou de uma forma semelhante as notícias nacionais e internacionais, sendo que os valores de duração diferem por uma pequena quantia. Durante este período de análise, 1 hora 18 minutos e 27 segundos foram ocupados por notícias de âmbito nacional. Quanto às notícias internacionais, o conjunto destas durante o período entre 4 e 8 de março de 2019 ocupou 1 hora 13 minutos e 39 segundos.

Analisando o período de análise de uma perspetiva global, as notícias de âmbito nacional ocuparam cerca de 9 horas 53 minutos e 21 segundos do programa de informação *360°*,

³ Informação disponível em: <https://espalhafactos.com/2019/02/25/rtp3-telejornal-jornal-da-tarde-360/>

sendo que as notícias internacionais ocuparam apenas 5 horas 0 minutos e 43 segundos. Assim, conclui-se que as notícias domésticas tiveram um maior destaque face às notícias internacionais.

Gráfico 26 Total de horas de transmissão de cada tipo de notícia no 360º

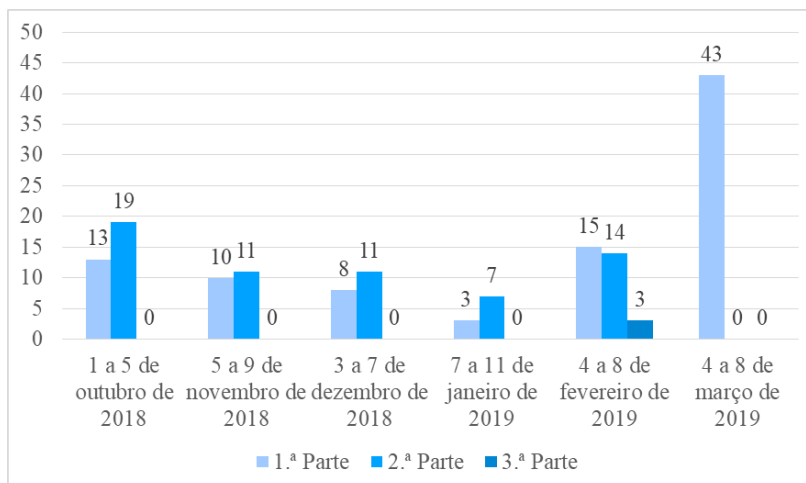


Fonte: Elaboração própria

1.8. Posicionamento

Tendo em conta o posicionamento das notícias internacionais no 360º durante os períodos de análise, em geral, verifica-se uma predominância de notícias internacionais transmitidas na 2.ª parte do programa de informação entre os períodos de análise correspondentes a outubro de 2018 e janeiro de 2019.

Gráfico 27 Posicionamento das notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019



Fonte: Elaboração própria

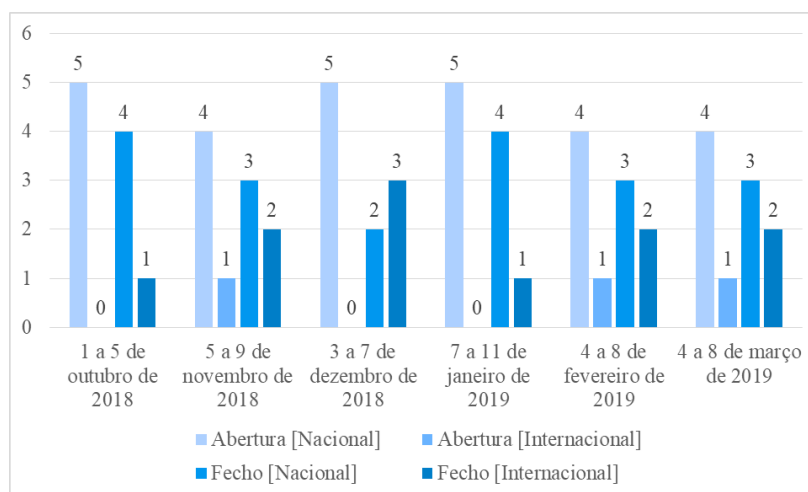
No entanto, o período referente a fevereiro de 2019 apresentou como espaço com maior número de notícias de âmbito internacional (15) a 1.^a parte do programa, com apenas a diferença de uma notícia face à 2.^a parte (14). O período de fevereiro introduziu ainda no dia 6 uma 3.^a parte, cuja não existiu nos restantes horizontes temporais estudados, na qual foram transmitidas três notícias internacionais.

O mês de março de 2019 apresentou-se como um período de mudança para o *360°*, tal como foi mencionado no ponto 1.7. Deste modo, o programa de informação não exibiu uma 2.^a parte entre 4 e 8 de março, sendo que todas as notícias foram transmitidas apenas numa só parte, neste caso considerada 1.^a parte. Assim, este período apresenta-se em primeiro lugar na lista de mais notícias internacionais transmitidas durante a 1.^a parte (43).

Numa perspetiva global da análise, considerando todos os horizontes temporais, é possível salientar que 59% das notícias internacionais foram transmitidas na primeira parte do programa de informação, sendo que 39% das notícias ocuparam a segunda parte do *360°*. Por último, 2% das notícias internacionais caracterizaram a terceira parte do noticiário.

Analisando ainda a posição das notícias internacionais no conjunto de peças televisivas que formam o programa *360°*, é relevante indicar caso as notícias abordadas no presente estudo abrem o programa ou fecham.

Gráfico 28 Dados globais sobre as notícias de abertura e fecho transmitidos no 360º entre os períodos de análise de outubro de 2018 e março de 2019



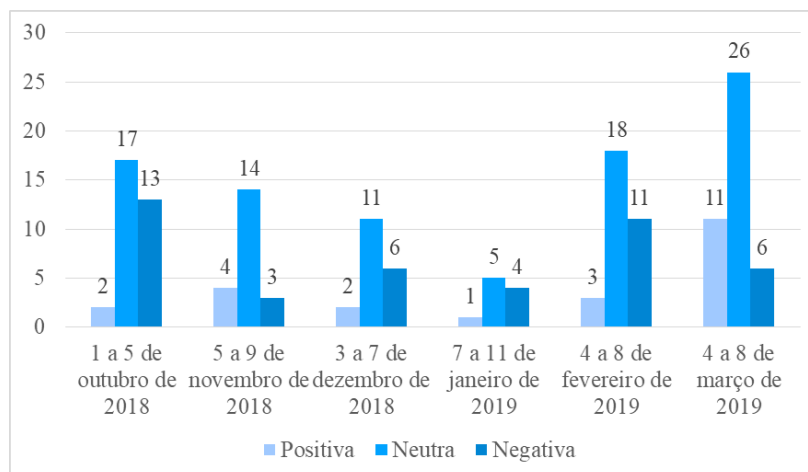
Fonte: Elaboração própria

Verificando os dados apontados no *gráfico 28* relativos à abertura do programa de informação, é possível concluir que, numa perspetiva global, 90% das notícias de abertura foram de âmbito nacional, com apenas 10% das notícias de abertura incidindo sobre temas internacionais. Quanto às notícias de fecho do 360º durante os seis períodos de análise, concluímos que 63% das notícias que fecharam o programa foram de âmbito nacional, sendo que 37% das notícias de fecho foram internacionais.

1.9. Valência

Tendo em conta a valência associada aos acontecimentos internacionais transmitidos no 360º nos seis períodos de análise, verificou-se um domínio da valência neutra, representando, no global da análise, 58% das notícias de âmbito internacional (ver *gráfico 29*). Quanto à valência negativa, esta representa, no geral dos dados analisados, 27% das notícias internacionais. Por último, a valência positiva representa 15% do global de notícias internacionais transmitidas no programa de informação.

Gráfico 29 Valência das notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019



Fonte: Elaboração própria

Com o objetivo de analisar as diferenças entre a cobertura de economias desenvolvidas, economias em transição e economias em desenvolvimento e o tipo de conotação dada aos acontecimentos de cada país, foi construída a seguinte tabela:

Tabela 5 Cruzamento das variáveis "Espaço geográfico" e "Valência" referentes às notícias internacionais transmitidas no 360º nos períodos de análise

Cruzamento das variáveis "Espaço geográfico" e "Valência"			
Países	Positiva	Neutra	Negativa
Estados Unidos da América	5	14	8
Venezuela	2	10	9
França	2	10	4
Reino Unido	3	10	2
Espanha	-	9	4
Brasil	-	6	5
Itália	1	5	3
Angola	4	2	-
Bélgica	-	5	-
Alemanha	1	3	-
Rússia	-	3	1
Croácia	1	2	-
Hungria	-	2	1
China	1	-	1
Iraque	-	2	-
Arábia Saudita	-	1	-

Argentina	1	-	-
Colômbia	-	1	-
Emirados Árabes Unidos	1	-	-
Grécia	-	1	-
Guiné-Bissau	-	-	1
Holanda	-	1	-
Indonésia	-	-	1
Irão	-	-	1
Japão	1	-	-
México	1	-	-
Moçambique	-	-	1
República Democrática do Congo	-	1	-
Síria	-	-	1
Turquia	-	1	-
Ucrânia	-	1	-
Uruguai	-	1	-

Fonte: Elaboração própria

Tendo como base a classificação dos países proposta pela United Nations (ver *anexo I*), verificamos que os acontecimentos referentes às economias desenvolvidas assumem maioritariamente uma valência neutra, seguida pela valência negativa e, por último positiva. Quanto às economias em transição, os acontecimentos assumem uma valência neutra, seguida da valência negativa. Por fim, quanto às economias em desenvolvimento, estas assumem maioritariamente uma valência neutra, seguidas pela valência negativa e pela valência positiva.

1.10. Critérios de seleção

Considerando neste ponto os dados obtidos nas diferentes variáveis ao longo dos períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019, é possível identificar a presença dos seguintes critérios de noticiabilidade:

Tabela 6 Critérios de noticiabilidade identificados nas notícias internacionais durante os períodos de análise entre outubro de 2018 e março de 2019

Critérios de noticiabilidade identificados nos períodos de análise no 360º		
Critérios de noticiabilidade	Total	%
Atualidade	108	56
Proximidade	15	8
<i>Follow-up</i> /Continuidade	34	18
Afinidade histórica	6	3
Traços nacionais	13	7
Relevância	2	1
Exclusividade	4	2
Negatividade	9	5

Fonte: Elaboração própria

Tendo em conta os dados apresentados na *tabela 6*, é importante reforçar que na análise das respetivas notícias internacionais foram apontados um ou mais critérios de noticiabilidade para cada notícia de âmbito internacional.

Partindo para a análise, é possível identificar “atualidade” como o critério mais utilizado para a seleção de notícias, representando 56% dos critérios apontados, traduzindo-se numa escolha significativa de notícias internacionais que transmitem acontecimentos atuais. Segue-se o critério “continuidade”, correspondendo a 18%, verificando-se assim a escolha por acontecimentos que completem informação transmitida em dias anteriores ou que acrescentem novidades ao tema.

O terceiro critério de noticiabilidade mais verificado nos acontecimentos internacionais selecionados para transmissão foi “proximidade”, com 8%, sendo que esta engloba ambas proximidade cultural e geográfica.

Em quarto lugar surge o critério “traços nacionais”, com 7% das notícias internacionais, nas quais se verificou o destaque de determinado acontecimento face aos traços de um país. Segue-se o critério “negatividade”, que representa 5% das notícias internacionais, com a escolha de notícias de valência negativa ou “más” notícias. O critério “afinidade histórica” surge em 3% das notícias internacionais, ao terem sido escolhidos assuntos provenientes de países com relações históricas com Portugal. Já o sétimo lugar é ocupado pelo critério “exclusividade”, representando 2% das notícias internacionais transmitidas, que abordaram assuntos cobertos apenas pela empresa de serviço público. Por último, surge o critério “relevância”, ao representar apenas 1%.

2 – Reflexão sobre os resultados

As notícias internacionais têm vindo a ser analisadas face à necessidade constante de estarmos cientes do mundo que nos rodeia. Deste modo, tal com argumenta, Swert et al. (2013: 59), procura-se uma cobertura equilibrada entre os assuntos domésticos e internacionais, de forma a que esta “forneça informações ao público sobre uma variedade de questões, para que, no final, o público seja informado sobre a maioria dos tópicos relevantes para a sociedade e maneira relativamente igual”.

Partindo das questões de investigação formuladas para o presente relatório de estágio, foi possível através dos dados analisados obter resposta às três questões que guiaram a pesquisa. Começando pela primeira questão, “quais as subcategorias de notícias dominantes de âmbito internacional que existem no noticiário prime-time 360° da RTP3?”, podemos concluir que existiram seis subcategorias dominantes [Governo (18 notícias); Competições futebolísticas (17 notícias); Relações internacionais (15 notícias); Eleições (15 notícias); Manifestações (12 notícias); Crise política (11 notícias)] ao longo dos períodos de análise, sendo que quatro se enquadram na categoria temática dominante, “Política” (75 notícias). Assim, podemos argumentar que a informação referente a política internacional é a dominante no programa de informação 360° da RTP3 durante os seis períodos de análise delineados para a presente investigação.

O resultado obtido segue a lógica do estudo de Swert et *al.* (2013: 43-46), no qual concluem que, no conjunto de 17 países analisados, os acontecimentos mais abordados enquadraram-se nas temáticas “questões sociais, política interna, ordem interna, economia e política internacional”, tal como no estudo de Brandão (2005: 171), que indica que as notícias televisivas de âmbito internacional dos canais generalistas portugueses se focam em temas como “política internacional” e “assuntos do desporto”.

Para além de verificarmos a presença dominante de subcategorias referentes a política internacional, foi identificada “manifestações” como uma das subcategorias mais destacadas, pertencente à categoria “Sociedade”. Seguindo o estudo mencionado, podemos argumentar que os resultados obtidos na presente investigação comprovam também a presença dominante de questões sociais, como as manifestações a nível internacional. Já no caso da segunda subcategoria dominante, esta enquadra-se na categoria temática desporto, pertencente a uma das temáticas mais abordadas nas notícias televisivas portuguesas, de acordo com Swert et *al.* (2013).

Ademais, ao abordar os 25 tópicos individuais mais abordados nas notícias, Swert et *al.* (2013: 54-55) concluem que, no caso da categoria “Política”, quer a nível de notícias domésticas, quer de notícias internacionais, os temas dominantes foram “eleições, declarações ou atividades de políticos individuais, e tensão internacional e desacordos”. Neste caso, os resultados obtidos no presente relatório estão em concordância, ao revelar “eleições” como subcategoria temática dominante.

Em suma, podemos argumentar que a resposta à primeira questão de investigação se enquadra nos estudos realizados até ao momento sobre as notícias de âmbito internacional (Swert et *al.*, 2013; Brandão, 2005), visto que o programa de informação *360º* destacou, ao longo dos períodos de análise, as temáticas referentes a política internacional, desporto e sociedade, que ao todo representam 85% das notícias transmitidas.

Focando-nos na segunda questão de investigação, “Quais os países dominantes nas notícias de âmbito internacional, ao longo de seis meses, no noticiário *prime-time 360º* da RTP3?”,

concluimos que os países dominantes na análise ao 360º foram: Estados Unidos da América (27 notícias); Venezuela (20 notícias), França (16 notícias); Reino Unido (15 notícias); Espanha (14 notícias); Brasil (11 notícias); Itália (9 notícias); Angola (5 notícias); e Bélgica (5 notícias).

Tendo em conta o relatório disponibilizado pela United Nations (2019), referente à situação económica mundial, e considerando a sua listagem de “economias desenvolvidas”, “economias em transição” e “economias em desenvolvimento”, é possível concluir que as notícias internacionais transmitidas durante os períodos de análise selecionados para o estudo abordaram, maioritariamente, economias desenvolvidas (70% dos países dominantes) [Estados Unidos da América, França, Reino Unido, Espanha, Itália e Bélgica], ou seja, países ocidentais. Entre os países dominantes encontram-se três economias em desenvolvimento (30% dos países dominantes) [Brasil, Venezuela e Angola]. Deste modo, podemos argumentar que as notícias de âmbito internacional transmitidas no 360º durante o horizonte temporal verificado fornecem aos telespectadores uma visão essencialmente ocidental, enquadrando-se na teoria proposta por Galtung (1971: 91-93). Isto é, as economias desenvolvidas ou “países centrais” têm um maior destaque nas notícias televisivas analisadas face às economias em desenvolvimento ou “países periféricos”.

Os resultados referentes aos países dominantes estão em concordância com as conclusões apresentadas por Belo e Sendin (2013: 310-311), no qual argumentam que as notícias se focam em países próximos cultural e geograficamente e com relações históricas, como Espanha, Brasil, Estados Unidos, Reino Unido e, no caso do presente estudo, Angola. Ademais, os acontecimentos que receberam cobertura no 360º demonstram um foco significativo em países europeus e na América do Norte, tal como em países sul-americanos e apenas um país africano, semelhante ao panorama proposto por Wilke, Heimprecht e Cohen (2012: 319), no qual as notícias televisivas se focam essencialmente na Europa, América do Norte e Médio Oriente.

Os países dominantes no 360º estão ainda relacionados com os potenciais países de interesse para as audiências. Tal como Von Pape et al. (2013: 202) propõem, o interesse dos cidadãos

portugueses tende a focar-se em países como Espanha, pela proximidade geográfica, “países económica e politicamente relevantes na Europa, como o Reino Unido, França, Alemanha e Itália”, nos Estados Unidos da América e ainda “várias regiões do mundo desde a Ásia até África e América do Sul”.

No entanto, é necessário salientar que os países Venezuela, Brasil e Angola enquadram-se no grupo de países dominantes devido a acontecimentos disruptivos ou especiais, conduzindo assim a uma maior cobertura. No caso venezuelano, abordou-se significativamente a crise política vivida no país. Quanto ao Brasil, as notícias internacionais focaram-se maioritariamente no período pré-eleições presidenciais. Já no caso angolano, as notícias focaram-se predominantemente na visita de Estado do Presidente Português. Estes resultados entram em concordância com a investigação de Wu (2003: 19), no qual o autor argumenta que “a forma alternativa de atrair os holofotes do mundo é ter incidentes disruptivos de longo alcance”.

Partindo para a análise da terceira questão de investigação, “Quais os critérios que determinam a cobertura de notícias de âmbito internacional no noticiário *prime-time 360°* da RTP3?”, procurou-se, através da conjugação de estudos como os de Galtung e Ruge (1965), Traquina (2002), Correia (2018), Harcup e O’Neill (2017) e Wu (2000), identificar os principais critérios comuns entre as investigações passadas e as notícias analisadas.

No caso do presente estudo, identificaram-se vários dos critérios propostos pelos autores mencionados. Quanto ao critério dominante na análise, “atualidade” (108 notícias), este é percecionado como um dos critérios base na escolha de qualquer notícia, pois estas devem ser recentes aquando os períodos de transmissão. Tal como Correia (2018: 28) argumenta, “o presente é prioritário em relação ao passado”, justificando assim a utilização do “critério temporal”.

Em segundo lugar verificou-se uma transmissão significativa de acontecimentos “*follow-up*” (34 notícias), ou seja, acontecimentos relacionados com notícias transmitidas anteriormente no programa de informação. Este é um tipo de notícias necessário, pois consegue garantir a

continuidade do assunto no programa de informação, para além de garantir a presença de um assunto que se torna familiar para os cidadãos (Galtung e Ruge, 1965: 67).

Ademais, foi possível verificar na análise do *360º* a presença significativa de países geograficamente e culturalmente próximos (15 notícias), como Espanha, Brasil e França. Estes resultados estão em concordância com o estudo de Wilke, Heimprecht e Ito (2013: 75), no qual reforçam que no caso dos noticiários portugueses a “vizinha Espanha” e o Brasil são países de interesse para a cobertura de notícias internacionais.

Apesar de não se ter identificado como um dos principais critérios de escolha, o critério “afinidade histórica” (6 notícias) mostrou-se relevante na análise, demonstrando que o programa de informação destaca acontecimentos que tenham ocorrido em “países com os quais o país de origem destes média teve relações mais ou menos estreitas e duráveis num dado momento da sua própria história” (Correia, 2018: 46). Deste modo, os resultados obtidos comprovaram que o *360º* transmite notícias internacionais com base neste critério.

Os traços nacionais (13 notícias) foram também identificados como um dos critérios de seleção de notícias, particularmente no caso das notícias provenientes dos Estados Unidos da América. Face ao seu “estatuto de *superstar* imbatível” (Wu, 2000: 126), o país norte-americano absorve uma grande parte da atenção do público do *360º*, sendo transmitida uma vasta gama de temas acerca deste país.

A “negatividade” (9 notícias) dos acontecimentos internacionais provou ser um dos fatores determinantes no processo de seleção das notícias, verificando-se notícias relacionadas com acidentes, catástrofes e desastres. Podemos relacionar este resultado com o facto de que cada vez mais se procura uma “informação-choque”, algo que prenda o telespectador ao ecrã. Esta lógica segue a ideia de Brandão (2016: 81), ou seja, de que os telejornais são cada vez mais compostos por “imagens geradoras de catástrofes e escândalos noticiosos”.

Entre os critérios menos abordados, encontram-se “relevância” (2 notícias) e “exclusividade” (4 notícias). Mesmo sendo em número reduzido, a presença destes critérios segue o estudo de Galtung e Ruge (1965: 67), ou seja, foram transmitidos acontecimentos

que, mesmo ocorrendo a nível internacional, estão “carregados de significado em termos do que isso pode implicar para o leitor ou ouvinte”, sendo neste caso o que pode implicar para os telespectadores. Quanto ao critério “exclusividade”, este verificou-se através de notícias referentes a “histórias geradas pela, ou disponíveis primeiro para, a organização de notícias como resultado de entrevistas [...]” (Harcup e O’Neill, 2017: 1482).

Assim, podemos concluir que os critérios de noticiabilidade utilizados no programa de informação *360º* pretendem guiar a seleção de acontecimentos internacionais para questões próximas, quer culturalmente, quer geograficamente, tal como para acontecimentos que ocorram em países com relações históricas ou países identificados como elites a nível económico e político. Para além disso, o *360º* procura transmitir acontecimentos internacionais atuais, o que permite dar continuidade aos assuntos nos dias seguintes.

Apesar de terem sido verificadas notícias transmitidas devido à sua negatividade, não é possível concluir que o programa de informação do canal RTP3 se foque em transmitir “informação-choque”, pois não se verificam técnicas de dramatização dos acontecimentos, cumprindo assim o papel do serviço público, ao se transmitir “informação contextualizada” e de “interesse público” (Brandão, 2005: 137).

Transitando para a reflexão sobre os restantes dados analisados no *360º*, podemos concluir, de forma geral, que as notícias de âmbito internacional foram transmitidas maioritariamente em formato de “história”, ou seja, através de uma peça televisiva produzida por um jornalista, e não através do formato “flash”. Acrescentando a estes dados, a investigação permitiu concluir que o programa de informação da RTP3 opta maioritariamente por uma transmissão dos eventos através da forma “diferido”, ou seja, através de peças televisivas. A utilização significativa deste tipo de formato para transmissão das notícias internacionais demonstra uma procura em transmitir informação completa, acompanhada de imagens do acontecimento e dos intervenientes, que, por sua vez, fornece aos telespectadores uma contextualização mais aprofundada do acontecimento face ao tipo “flash”/“relato de estúdio”. Para além disso, com a análise das formas de notícias utilizadas no *360º* é possível argumentar que não é dada prioridade à informação em direto, característica de um modelo informativo que procura transmitir “informação-espetáculo” (Brandão, 2002), sendo que

este fator poderá estar relacionado com a falta de presença de correspondentes em determinadas localizações.

Quanto à natureza das notícias de âmbito internacional, identificou-se a transmissão maioritária de acontecimentos que se enquadram na categoria de *hard news*, sendo estas seguidas pelas notícias gerais e, por último, pelas *soft news*. Tendo em conta a presença de *soft news* no programa de informação, os resultados do presente estudo vão ao encontro da investigação de Swert et al. (2013: 57-58), na qual apontam que, no caso português e da transmissão destas notícias, recebem mais cobertura acontecimentos de natureza *hard* quando comparados com os acontecimento das notícias *soft*. No total de 17 países analisados, Portugal encontra-se no grupo que apresenta um menor número de *soft news* de âmbito internacional.

Para além deste estudo, os resultados referentes ao *360º* revelam um facto abordado por Aalberg et al. (2013: 396), cujo estudo compara a transmissão de notícias internacionais em canais de serviço público e privados, concluindo na sua análise que os canais de serviço público “dedicam uma maior parte da sua cobertura internacional a tópicos de *hard news*”.

Os resultados sobre o enquadramento demonstram que o programa de informação *360º* procura dar uma perspetiva internacional das notícias, focando-se nos impactos que os acontecimentos terão no país em que este ocorre. Assim, não se verificou a presença de um enquadramento global, logo é possível concluir que, durante os períodos de análise, não foram colocadas em prática estratégias de “jornalismo global” por parte dos jornalistas que produziram as peças de âmbito internacional.

Quanto ao posicionamento das notícias no programa de informação *360º*, os resultados estão em concordância com os dados divulgados por Brandão (2002: 141). Verificou-se ao longo do horizonte temporal analisado um domínio de notícias domésticas nas aberturas do noticiário *prime-time* da RTP3, seguindo assim a ideia de que existe um “forte predomínio da informação no ‘plano nacional’ sobre o ‘plano internacional’ nas aberturas dos telejornais das televisões generalistas portuguesas”.

Já o posicionamento na grelha de programação das notícias internacionais ao longo dos seis períodos de análise revelou que a maioria das notícias internacionais foram transmitidas durante a primeira parte do noticiário. No entanto, o resultado obtido pode ser contestado pois, excluindo o período de análise do mês de março, no qual ocorreram mudanças a nível da programação do canal RTP3 que afetaram conseqüentemente a duração do programa de informação, o maior número de notícias internacionais verificou-se na segunda parte do *360º*.

Tal como ocupam uma posição menos destacada no noticiário *prime-time* da RTP3, as peças relativas às notícias internacionais são também de uma duração reduzida quando comparadas com as peças sobre assuntos domésticos. Os resultados face ao posicionamento e duração, tal como o surgem em linha com estudos realizados anteriormente. Stępińska et al. (2013: 37) concluem na sua análise a 17 países, que inclui Portugal, que “as notícias internacionais permanecem menores em volume, mais curtas e mais em baixo em termos de posicionamento” face às notícias nacionais.

Por último, o estudo aponta para um destaque mais significativo de notícias internacionais de valência neutra no noticiário *360º*. Partindo desta variável, foi possível verificar o tipo de conotação associada aos países. Ngwu (2018: 182) argumenta que os países em desenvolvimento são, por vezes, representados através de uma abordagem negativa. No caso do *360º*, é possível argumentar que, tendo em conta as economias em desenvolvimento, verificou-se um domínio da valência neutra, seguida pela valência negativa. No entanto, foi verificado um maior número de notícias negativas provenientes de economias desenvolvidas, número justificado parcialmente pela maior cobertura destas economias quando comparadas com as economias em desenvolvimento.

Em suma, focando-nos novamente nas questões de investigação delineadas para o presente estudo, podemos argumentar que o programa de informação *360º*, apesar de destacar ao longo dos períodos de análise uma grande diversidade de temas, tende a apostar na informação referente a política internacional. Conseqüentemente, os países que recebem uma maior cobertura podem ser identificados como elites económicas ou “superpotências”, como os Estados Unidos da América, Reino Unido, Itália, Bélgica, França e Espanha.

Quanto aos restantes países mencionados, estes possuem uma relação histórica com Portugal, sendo as notícias provenientes destes relevantes para a audiência.

Considerando o mundo nas notícias e, em particular, os países dominantes na análise, podemos salientar que existe um destaque da Europa face aos restantes continentes, visto que dos oito países dominantes, cinco são provenientes deste continente. Tal como Wilke, Heimprecht e Cohen (2012: 319) argumentam, a cobertura televisiva de notícias internacionais permanece “eurocêntrica”, com a Europa a ser “o país com mais cobertura, seguido da América do Norte e do Médio Oriente”. Para além disso, os países dominantes apontam para uma maior cobertura de economias desenvolvidas, face às economias em transição e economias em desenvolvimento.

É possível estabelecer uma relação entre os dados obtidos e a investigação de Wu (2000: 127) na qual, através do estudo da cobertura de notícias internacionais, argumentou que a cobertura de países considerados “elites” não representa uma surpresa. Isto deve-se à relação entre os tópicos dominantes, ou seja, “política internacional, comércio transnacional, conflitos militares e política doméstica”, e os países com mais cobertura, face ao que o autor refere como “a função de vigilância” através das notícias internacionais, justificando esta função como um meio dos países “protegerem os seus próprios interesses nacionais”. Consequentemente, podemos argumentar que o *360º* se foca particularmente em elites próximas, cujos eventos poderão conduzir a impactos a nível de cidadãos portugueses no estrangeiro ou impactos a nível europeu.

Por último, destaca-se o facto de o programa de informação procurar a transmissão de acontecimentos de âmbito internacional atuais, provenientes de países significativamente próximos culturalmente e geograficamente e com relação histórica com Portugal. Deste modo, verifica-se que o programa *360º* procura contextualizar eventos internacionais com base na sua relevância para o mundo e para Portugal.

CONCLUSÃO

O presente estudo visou a análise da forma como as notícias de âmbito internacionais são tratadas no serviço público de televisão e como estas dão a conhecer o mundo aos telespectadores, analisando as temáticas e países mais abordados e os critérios de seleção das notícias.

A globalização introduziu a proximidade com as várias regiões do mundo, sendo esta proximidade traduzida em produtos como as notícias sobre acontecimentos além-fronteiras. Como resposta à crescente procura e oferta consequente deste fenómeno, os media, apresentando-se como pedras basilares na obtenção de conhecimento por parte dos cidadãos, revelam ser o veículo propício para a transmissão de informação sobre o mundo. Entre estes, destaca-se a televisão como a janela para o mundo, com as notícias televisivas a representar “o ponto de contacto da maioria das pessoas quando estas procuram compreender o que está a acontecer atualmente no mundo” (Cushion, 2012: 3). Deste modo, é através deste *medium* que os cidadãos procuram obter a informação necessária, sobre ambos panorama nacional e internacional, com objetivo de construir a sua perceção da realidade. Partindo deste pressuposto, considerou-se para o presente estudo a televisão de serviço público portuguesa, através de um dos canais oferecidos pela empresa RTP e de um programa de horário nobre, pois esta ambiciona promover o conhecimento com o foco permanente no cidadão.

Ademais, face ao estágio curricular efetuado na RTP Informação, particularmente na editoria de “Multimédia”, foi possível perceber o protagonismo dado pela plataforma *RTP Notícias* às notícias internacionais. Esta experiência conduziu à presente investigação, cujo objetivo foi de analisar a presença destas notícias no contexto de um programa de informação televisivo, ao procurar descodificar a origem e o tipo de acontecimento internacional que recebe cobertura no serviço público de televisão.

Tendo em conta os resultados, apesar de apenas 31% das 342 notícias analisadas no *360º* serem de foro internacional, traduzindo-se numa cobertura desequilibrada entre acontecimentos internacionais e domésticos, o estudo permitiu identificar padrões no tipo de

informação sobre o mundo valorizada pelo serviço público. No decorrer desta investigação foi possível concluir que o programa de informação cumpre a sua missão de aprofundar e descodificar os acontecimentos, ao desenvolver maioritariamente os temas da atualidade nacional, mas destacando também os temas que nos são próximos, quer a nível cultural, histórico ou geográfico. O *360º* procura oferecer aos cidadãos informação internacional sobre temáticas com destaque semelhante a nível doméstico, proporcionando detalhes sobre a ordem interna, o panorama desportivo e as questões sociais que marcam a atualidade de determinados países, tratando-se estes de países predominantemente considerados “elites” a nível mundial e, em particular, a nível europeu.

Os resultados comprovam que o programa de informação *360º* segue as teorias propostas nas diversas investigações abordadas ao longo do relatório de estágio, demonstrando um menor tempo disponibilizado pelo noticiário para notícias internacionais, tal como um destaque menor face ao posicionamento ao longo do programa. Para além disso, a informação foca-se exclusivamente no contexto em que o acontecimento ocorreu, ao não explorar uma perspetiva global que pode surgir com determinados assuntos. No entanto, o programa oferece acima de tudo *hard news*, demonstrando a preocupação da RTP3 em transmitir apenas conteúdos relevantes para o quotidiano dos cidadãos e visando o papel destes no mundo que os rodeia. Considera-se também necessário salientar que o *360º* não apresenta informação com base na “negatividade”, fenómeno que caracteriza a “informação-espectáculo”.

Baseado nos resultados obtidos, futuras investigações devem considerar a perspetiva dos jornalistas, neste caso da editoria de Internacional, tal como a observação direta do processo de construção das peças internacionais, de forma a acompanhar o pensamento dos profissionais na escolha de cada acontecimento. Devido a constrangimentos de tempo e de disponibilidade dos jornalistas e coordenadores de informação da RTP, não foi possível realizar entrevistas de forma a confrontar com os resultados da análise realizada. Deste modo, é necessário determinar quais os critérios que os jornalistas destacam como sendo fulcrais na escolha das notícias de âmbito internacional. Será também relevante considerar o papel das agências de notícias às quais a empresa de serviço público recorre e o papel dos

correspondentes no estrangeiro no processo de cobertura de notícias internacionais, procurando contextualizar o processo de recolha de informação no estrangeiro e caso se verificam estratégias de domesticação das peças televisivas aquando a transmissão a nível nacional.

Em suma, a presente investigação contribui para o conhecimento académico acerca do panorama das notícias internacionais no contexto do serviço público português, ao fornecer dados acerca das temáticas e respetivas subtemáticas mais destacadas, que poderão orientar futuros estudos comparativos entre os canais de serviço público de forma a identificar semelhanças ou diferenças ao nível das temáticas dominantes, tal como estudos que pretendam identificar se os programas de informação de canais temáticos portugueses seguem o mesmo padrão ou se diferentes temáticas são abordadas. Para além disso, através da identificação dos países dominantes, foi possível elaborar uma lista que poderá ser adotada como método de comparação face aos produtos informativos dos canais portugueses, ou seja, esta investigação poderá ser utilizada como ponto de partida para o estudo das diferenças entre a presença de países desenvolvidos e em desenvolvimento nestas notícias, tal como para a análise de uma visão eurocêntrica transmitida por estas, visando analisar quais os canais portugueses que destacam os mesmos países. Por último, o estudo ambiciona incentivar uma análise do jornalismo global em Portugal, sendo que se deverá procurar verificar se este é praticado no contexto dos noticiários portugueses, de âmbito generalista ou privado, face aos resultados negativos obtidos no caso do *360º*.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aalberg, Toril et al. (2013). International TV news, foreign affairs interest and public knowledge, *Journalism Studies*, Vol. 14(3): 387-406.

Atad, Erga (2016). Global Newsworthiness and Reversed Domestication, *Journalism Practice*: 1-17.

Bardoel, Jo e Lowe, Gregory Ferrell (2007). From Public Service Broadcasting to Public Service Media, Gotenatborg University: Nordicom.

Bastos, Helder (2009). Da implementação à estagnação: os primeiros doze anos de ciberjornalismo em Portugal, Lisboa: SOPCOM-Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação.

Belo, António e Sendin, André (2013). Overall Conclusions for Individual Countries. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Berglez, Peter (2008). What is Global Journalism?, *Journalism Studies*, Vol. 9(6): 845-858.

Bourdieu, Pierre (2001). Sobre a Televisão, Oeiras: Celta Editora.

Boyd-Barrett, Oliver (2015). Media Imperialism, Londres: SAGE Publications Ltd.

Brandão, Nuno Goulart (2002). O Espectáculo das Notícias: a televisão generalista e abertura dos telejornais, Lisboa: Editorial Notícias.

Brandão, Nuno Goulart (2005). *Prime time: do que falam as notícias dos telejornais*, Lisboa: Casa das Letras.

Brandão, Nuno Goulart (2008). *Século XXI. Novas solidariedades e incertezas*, Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

Brandão, Nuno Goulart (2010). *As Notícias nos Telejornais. Que serviço público para o século XXI?*, Lisboa: Guerra e Paz.

Brandão, Nuno Goulart (2016). *Os Media e o Território Televisivo*, Lisboa: Escolar Editora.

Cádima, Francisco Rui (2010). *Televisão, cidadania e “história única”*. Uma análise da bibliografia portuguesa sobre o jornalismo televisivo em Portugal, *Media & Jornalismo*, n.º 17, Vol. 9(2): 95-117.

Cádima, Francisco Rui (2015). *O “Public Service Media”, a RTP e os desafios da Era Digital*, *Mediapolis: revista de comunicação, jornalismo e espaço público*: 63-71.

Canavilhas, João (2001). *O domínio da informação-espectáculo na televisão*. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-dominio-da-informacao-espectaculo-na-televisao.pdf>

Canavilhas, João (2012). *Da remediação à convergência: um olhar sobre os media portugueses*, *Brazilian Journalism Research*, Vol. 8(1): 7-21.

Cardoso, Gustavo e Neto, Pedro Pereira (2010). A mediação do serviço público: notícias e telejornal da RTP1. Em Gustavo Cardoso; António Belo e Joel Frederico da Silveira (coord.), *Telejornais no Início do Século XXI*, Lisboa: Edições Colibri.

Carvalho, Alberto Arons de (2009). A RTP e o serviço público de televisão, Coimbra: Edições Almedina.

Casetti, Francesco e Odin, Roger (1990). Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semiopragmática, *Communications: Télévisions Mutations*, 51: 9-26.

Cebrián Herreros, Mariano (1988). Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual, Madrid: Editorial Alhambra.

Chang, Tsan-Kuo (1998). All Countries Not Created Equal to Be News: World System and International Communication, *Communication Research*, Vol. 25(5): 528-563.

Chang, Tsan-Kuo; Shoemaker, Pamela J. e Brendlinger, Nancy (1987). Determinants of International News Coverage in the U.S. Media, *Communication Research*, Vol. 14(4): 396-414.

Chapman, Jane (2005). *Comparative media history*, Cambridge: Polity Press.

Cohen, Akiba A. et al. (2013). Rationale, Design, and Methodologies. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Correia, J. M. Nobre (2018). Teoria da informação jornalística, Coimbra: Edições Almedina S.A.

Cushion, Stephen (2012). Television Journalism, London: SAGE Publications.

Detoni, Márcia (2015). Os meios públicos de comunicação e a construção da esfera pública, *Comunicação e Sociedade*, Vol. 30: 21-37.

Du, Ying Roselyn (2012). Intermedia agenda-setting: in the age of globalization: A multinational agenda-setting test, *Global Media and Communication*, Vol. 9(1): 19-36.

Ekeanyanwu, Nnamdi Tobeckwu (2007). Global news flow controversy: is the south also guilty?, *International Journal of Communication*, No. 7: 13-42.

Ekström, Mats (2000). Information, storytelling and attractions: TV journalism in three modes of communication, *Media, Culture & Society*, Vol. 22: 465-492.

Elvestad, Eiri (2009). Introverted Locals or World Citizens? A Quantitative Study of Interest in Local and Foreign News in Traditional Media and on the Internet, *Nordicom Review*, Vol. 30(2): 105-123.

Esch, Carlos Eduardo e Carvalho, Mariana Martins de (2016). Os desafios de gestão para a incorporação de novas tecnologias digitais nos serviços públicos de radiodifusão do Brasil e de Portugal, *Comunicação e Sociedade*, Vol. 30: 119-136.

Espalha-factos (2019). RTP3 muda programação: ‘Telejornal’ e ‘Jornal da Tarde’ fora, ‘360º’ volta a aumentar. Acedido em 8 de setembro de 2019, em:

<https://espalhafactos.com/2019/02/25/rtp3-telejornal-jornal-da-tarde-360/>.

Esperidião, Maria Cleidejane (2011). Gigantes invisíveis no telejornalismo mundial: agências internacionais de notícias e o ecossistema noticioso global, *Brazilian Journalism Research*, Vol. 7(1): 106-129.

Fejes, Fred (1981). Media imperialism: an assessment, *Media, Culture and Society*, 3: 281-289.

Fidalgo, Joaquim (2005). De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão? Em Manuel Pinto (coord.), *Televisão e Cidadania: Contributos para o debate sobre o serviço público*. Porto: Campo das Letras.

Fontcuberta, Mar de (1999). A Notícia: Pistas para compreender o mundo, Lisboa: Editorial Notícias.

Galtung, Johan (1971). A Structural Theory of Imperialism, *Journal of Peace Research*, Vol. 8(2): 81-117.

Galtung, Johan e Ruge, Mari Holmboe (1965). The Structure of Foreign News, *Journal of Peace Research*, Vol. 2(1): 64-91.

Gradim, Anabela (2016). Framing, o enquadramento das notícias, Lisboa: Livros Horizonte.

Granado, António (2016). O online nas principais redações portuguesas em 2015. Em Rui Gomes (Ed.), *Digital Media Portugal – ERC 2015*, Lisboa: ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Guo, Lei e Vargo, Chris J. (2017). Global Intermedia Agenda Setting: A Big Data Analysis of International News Flow, *Journal of Communication*, Vol. 67: 499-520.

Hafez, Kai (1999). International News Coverage and the Problems of Media Globalization. In Search of a ‘New Global-Local Nexus’, *Innovation: The European Journal of Social Science Research*, Vol. 12(1): 47-62.

Hafez, Kai (2011). Global journalism for global governance? Theoretical visions, practical constraints, *Journalism*, Vol. 12(4): 483-496.

Hamilton, James T. (2010). The (many) markets for international news, *Journalism Studies*, Vol. 11(5): 650-666.

Hamilton, John Maxwell e Jenner, Eric (2004). Redefining foreign correspondence, *Journalism*, Vol. 5(3): 301-321.

Hanitzsch, Thomas et al. (2013). Interest in Foreign News. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Harcup, Tony e O’Neill, Deirdre (2017). What is News?, *Journalism Studies*, Vol. 18(12): 1470-1488.

Jakubowicz, Karol (2007). Public Service Broadcasting in the 21st century – what chance for a new beginning? Em Gregory Ferrell Lowe e Jo Bardoel (coord.), *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*. Gotenborg University: Nordicom.

Jakubowicz, Karol (2010). PSB 3.0: Reinventing European PSB. Em Iosifidis P. (eds) *Reinventing Public Service Communication*. Londres: Palgrave Macmillan.

Larson, James F. (1979). International Affairs Coverage on U.S. Network Television, *Journal of Communication*, Vol. 29(2): 136-147.

Lehman-Wilzig, Sam N. e Seletzky, Michal (2010). Hard news, soft news, ‘general’ news: The necessity and utility of an intermediate classification, *Journalism*, Vol. 11(1): 37-56.

Lima, Marta (2011). No mundo da notícia: os noticiários televisivos do horário nobre da RTP1 e TVI, *Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto*, Vol. 21: 171-193.

Lopes, Felisbela (1999). Serviço Público de Televisão: a crise, a identidade e os desafios”, Comunicação apresentada ao *I Congresso das Ciências da Comunicação*, Lisboa, 22-24 de Março.

Lopes, Felisbela (2005). Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação. Em Manuel Pinto (coord.), *Televisão e Cidadania: Contributos para o debate sobre o serviço público*. Porto: Campo das Letras.

Lopes, Felisbela (2007). A TV das Elites. Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005), Porto: Campo das Letras, Editores, S.A.

Machill, Marcel; Köhler, Sebastian e Waldhauser, Markus (2007). The Use of Narrative Structures in Television News. An Experiment in Innovative Forms of Journalistic Presentation, *European Journal of Communication*, Vol. 22(2): 185-205.

Martins, Luís Oliveira (2006). Mercados televisivos europeus: causas e efeitos das novas formas de organização empresarial, Porto: Porto Editora.

Molotch, Harvey e Lester, Marilyn (1993). As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. Em Nelson Traquina (coord.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, Lisboa: Vega.

Mujica, Constanza e Hanitzsch, Thomas (2013). Gatekeepers on decision-making in foreign news. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Nations, United (2019). *World Economic Situation and Prospects*. Disponível em: https://www.un.org/development/desa/dpad/wp-content/uploads/sites/45/WESP2019_BOOK-web.pdf

Ngwu, Ukam Ivi (2018). News Flow Challenges in the Present World Information Order: a Critical Analysis, *Novena Journal of Communication*, Vol. 5: 182-192.

Nossek, Hillel (2004). Our news and their news. The role of national identity in the coverage of foreign news, *Journalism*, Vol. 5(3): 343-368.

Pantti, Mervi (2010). The value of emotion: An examination of television journalists' notions on emotionality, *European Journal of Communication*, Vol. 25(2): 168-181.

Paterson, Chris (1998). Global Battlefields. Em Oliver Boyd-Barrett e Terhi Rantanen (coord.), *The Globalization of News*, Londres: SAGE Publications.

Paulino, Fernando Oliveira; Guazina, Liziane e Oliveira, Madalena (2016). Serviço público de média e comunicação pública: conceito, contextos e experiências, *Comunicação e Sociedade*, Vol. 30: 55-70.

Pinto, Manuel (2005). *Televisão e Cidadania: Contributos para o debate sobre o serviço público*, Porto: Campo das Letras.

Pocinho, Margarida (2012). *Metodologia de Investigação e Comunicação do Conhecimento Científico*, Lisboa: LIDEL – Edições técnicas, Lda.

Quivy, Raymond e Campenhoudt, Luc Van (2013). *Manual de investigação em ciências sociais*, Lisboa: Gradiva.

Reese, Stephen D. (2008). Uma teoria sobre as notícias. Em Martin Löffelholz e David Weaver (coord.), *Global journalism research: theories, methods, findings, future*, Malden: Blackwell Publishing.

Rodrigues, Adriano Duarte (1993). O acontecimento. Em Nelson Traquina (coord.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, Lisboa: Vega.

Rumphorst, Werner (2007). *Public Service Broadcasting. Model Law*. Disponível em: https://www.ebu.ch/CMSImages/en/leg_p_model_law_psb_210207_tcm6-50150.pdf

Sambrook, Richard (2010). Are Foreign Correspondents Redundant? The changing face of international news, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Santos, Rogério (2007). *Indústrias culturais: imagens, valores e consumos*, Lisboa: Edições 70.

Santos, Rogério (2010). *Do jornalismo aos media: estudos sobre a realidade portuguesa*, Lisboa: Universidade Católica Editora.

Santos, Sílvio Correia (2013). *Os Media de Serviço Público*, Covilhã: Livros Labcom.

Schudson, Michael (2003). *The sociology of news*, Nova Iorque: W. W. Norton & Company, Inc.

Scolari, Carlos A. (2009). The Grammar of Hypertelevision: An Identikit of Convergence-Age Fiction Television (Or, How Television Simulates New Interactive Media), *Journal of Visual Literacy*, Vol. 28(1): 28-50.

Segev, Elad (2015). Visible and invisible countries: News flow theory revised, *Journalism*, Vol. 16(3): 412-428.

Segev, Elad (2017). From where does the world look flatter? A comparative analysis of foreign coverage in world news?, *Journalism*: 1-19.

Shoemaker, Pamela (2010). Uma teoria sobre as notícias. Em Joel Frederico da Silveira e Pamela Shoemaker (coord.), *Telejornais em Exame*, Lisboa: Edições Colibri/Instituto Politécnico de Lisboa.

Silva, Gislene (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade, *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 2(1): 95-107.

Sobral, Filomena Antunes (2012). Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva, *Millenium*, 42 (janeiro/junho): 143-159.

Sondergaard, Henrik (1999), “Some reflections on Public Service Broadcasting”, *Nordicom Review - Nordic Research on Media & Communication*, Vol. 20(1): 21-28.

Stępińska, Agnieszka et al. (2013). The Prevalence of News. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Strangelove, Michael (2015). Post-TV: Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television, Toronto: University of Toronto Press.

Swert, Knut De et al. (2013). Topics in Foreign and Domestic Television News. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Tanikawa, Miki (2015). Seeking Cultural Relevance, *Journalism Practice*: 1-19.

Thussu, Daya Kishan (2004). Media Plenty and the Poverty of News. Em Chris Paterson e Annabelle Sreberny (coord.), *International News in the 21st Century*, Hants: Hants: John Libbey Publishing.

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

Traquina, Nelson (2002). O que é Jornalismo, Lisboa: Quimera Editores, Lda.

Vasconcelos, António-Pedro (2003). Serviço público, interesses privados – o que está em causa na polémica da RTP, Lisboa: Oficina do Livro.

Vidal, Sara (2012). Estações de televisão na internet. Em Rogério Santos (coord.), *Os dias dos media: uma análise de estruturas organizativas*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

Vizeu, Alfredo (2009). O telejornalismo como lugar de referência e a função pedagógica, *Revista FAMECOS*, 40: 77-83.

Von Pape, Thilo et al. (2013). Countries of Interest. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Wanta, Wayne; Golan, Guy e Lee, Cheolhan (2004). Agenda Setting and International News: Media Influence on Public Perceptions of Foreign Nations, *Journalism & Mass Communication Quarterly*, Vol. 81(2): 364-377.

Weaver, Paul H. (1993). As notícias de jornal e as notícias de televisão. Em Nelson Traquina (coord.), *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*, Lisboa: Vega.

Wilke, Jürgen; Heimprecht, Christine e Cohen, Akiba (2012). The geography of foreign news on television: A comparative study of 17 countries, *The International Communication Gazette*, Vol. 74(4): 301-322.

Wilke, Jürgen; Heimprecht, Christine e Ito, Youichi (2013). Countries of Location and Countries Involved. Em Akiba A. Cohen (coord.), *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*, Nova Iorque: Peter Lang Publishing.

Wolf, Mauro (2006). *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Editorial Presença.

Wolton, Dominique (1994). *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão*, Porto: Asa.

Wu, H. Denis (2000). Systemic Determinants of International News Coverage: A Comparison of 38 Countries, *Journal of Communication*, Vol. 50(2): 110-130.

Wu, Haoming Denis (1998). Investigating the Determinants of International News Flow: A Meta-Analysis, *International Communication Gazette*, Vol. 60(6): 493-512.

Wu, Haoming Denis (2003). Homogeneity Around the World?: Comparing the Systemic Determinants of International News Flow between Developed and Developing Countries, *International Communication Gazette*, Vol. 65(1): 9-24.

ANEXOS

ANEXO A - Grelha de variáveis para análise categorial

VARIÁVEIS	
Categorias e subcategorias temáticas	<p style="text-align: center;"><u>SOCIEDADE</u></p> <ul style="list-style-type: none">➤ Direitos Humanos: nesta subcategoria enquadram-se as notícias referentes a ações por parte de ativistas dos direitos humanos.➤ Justiça: nesta subcategoria englobam-se os acontecimentos referentes a casos judiciais e crimes em território internacional.➤ Manifestações: nesta subcategoria incluem-se as notícias referentes a manifestações por parte dos cidadãos a nível internacional.➤ Migrações: nesta subcategoria enquadram-se os acontecimentos relativos a migrações a nível internacional ou medidas relacionadas com estas.➤ Problemas Sociais: nesta subcategoria englobam-se acontecimentos relacionados com questões sociais que marcam as comunidades, incluindo situações de discriminação, entre outras.➤ Tempo: nesta subcategoria incluem-se todas as notícias de foro internacional que abordem temáticas relacionadas com meteorologia.➤ Saúde: nesta subcategoria incluem-se todos os acontecimentos a nível internacional relacionados com casos de saúde.➤ Outros: nesta subcategoria enquadram-se todos os acontecimentos relacionados com sociedade a nível

	<p>internacional que não se enquadram nas subcategorias acima descritas.</p>
	<p><u>CIÊNCIAS</u></p>
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Ambiente: nesta subcategoria enquadram-se todas as notícias que abordem acontecimentos relacionados com o ambiente e problemas ambientais. ➤ Conferências: nesta subcategoria abordam-se notícias referentes a conferências ou eventos organizados na área das ciências ou saúde. ➤ Espaço: nesta subcategoria incluem-se as notícias referentes ao espaço, como por exemplo descobertas a nível espacial. ➤ Inovação científica: nesta subcategoria incluem-se as notícias referentes a novidades na área científica, como por exemplo a criação de um novo tratamento para uma doença. ➤ Prêmios: nesta subcategoria incluem-se as notícias relativas a cerimónias ou premiados de uma área científica. ➤ Outros: nesta subcategoria abordam-se todos os acontecimentos relacionados com ciências a nível internacional que não se enquadram nas subcategorias acima descritas.
<p><u>TECNOLOGIA</u></p>	
	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cibercrime: nesta subcategoria incluem-se os acontecimentos referentes a crimes cometidos através da internet a nível internacional. ➤ Cimeiras: nesta subcategoria abordam-se as notícias sobre cimeiras ou eventos relacionados com tecnologia a nível internacional.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Internet: nesta subcategoria enquadram-se os acontecimentos relacionados com a Internet e respetivos conteúdos/produtos, como por exemplo as redes sociais. ➤ Inovação tecnológica: nesta subcategoria incluem-se as notícias referentes a novidades na área tecnológica. ➤ Outros: nesta subcategoria abordam-se todos os acontecimentos relacionados com tecnologia a nível internacional que não se enquadrem nas subcategorias acima descritas.
	<p style="text-align: center;"><u>POLÍTICA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Cimeiras: nesta subcategoria enquadram-se os acontecimentos referentes a cimeiras de teor político a nível internacional. ➤ Eleições: nesta subcategoria englobam-se as notícias referentes a períodos de eleições e respetivas campanhas eleitorais. ➤ Intervenção militar: nesta subcategoria abordam-se as notícias que se foquem em conflitos armados ou na intervenção militar posta em prática num determinado país. ➤ Justiça: nesta subcategoria incluem-se as notícias que incidem em casos judiciais cujos protagonistas são políticos ou membros do governo. ➤ Relações internacionais: nesta subcategoria incluem-se todos os acontecimentos que se foquem em interações entre países, como por exemplo visitas de Estado ou conflitos entre países. ➤ Organizações internacionais: nesta subcategoria incluem-se os acontecimentos referentes a organizações internacionais, nos quais o foco é a política dos países.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Governo: nesta subcategoria enquadram-se todos os acontecimentos que abordem a situação governamental de um país. ➤ Crise política: nesta subcategoria incluem-se os acontecimentos referentes a períodos de crise vividos nos países estrangeiros, tais como os potenciais efeitos na sociedade. ➤ Outros: nesta subcategoria abordam-se todos os acontecimentos relacionados com política a nível internacional que não se enquadram nas subcategorias acima descritas.
	<p style="text-align: center;"><u>ECONOMIA</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Crimes financeiros: nesta subcategoria incluem-se as notícias relativas a crimes de foro económico cometidos por um indivíduo ou empresa. ➤ Crise económica: nesta subcategoria enquadram-se as notícias referentes a situações de crise económica no estrangeiro. ➤ Empresas: nesta subcategoria incluem-se as notícias referentes a empresas internacionais, tal como os respetivos produtos ou eventos. ➤ Guerras comerciais: nesta subcategoria incluem-se notícias referentes a conflitos económicos entre países. ➤ Sanções económicas: nesta subcategoria incluem-se notícias referentes a sanções aplicadas por um determinado país ou conjunto de países a outro(s). ➤ Outros: nesta subcategoria abordam-se todos os acontecimentos relacionados com economia a nível internacional que não se enquadrem nas subcategorias acima descritas.

DESPORTO

- **Competições futebolísticas:** nesta subcategoria enquadram-se todo o tipo de acontecimentos relacionados com jogos de futebol a nível internacional, tal como as notícias sobre os resultados das competições futebolísticas.
- **Competições internacionais (outras modalidades):** nesta subcategoria incluem-se notícias sobre competições a nível internacional das mais variadas modalidades, excluindo o futebol. Tal como na subcategoria mencionada anteriormente, incluem-se nesta as notícias que apresentem dados referentes às competições.
- **Declarações:** nesta subcategoria pretende-se incluir todas as notícias compostas por declarações de treinadores de equipas internacionais ou de atletas de clubes/grupos internacionais.
- **Transferências:** nesta subcategoria incluem-se os acontecimentos que se foquem em transferências de atletas entre clubes a nível internacional.
- **Justiça:** nesta subcategoria enquadram-se as notícias referentes a casos nos quais desportistas, treinadores ou clubes enfrentam acusações ou processos judiciais.
- **Outros:** nesta subcategoria abordam-se todos os acontecimentos relacionados com desporto a nível internacional que não se enquadrem nas subcategorias acima descritas.

CULTURA

- **Arte:** nesta subcategoria enquadram-se os acontecimentos referentes a exposições de arte, artistas ou obras de arte a nível internacional.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cinema: nesta subcategoria englobam-se todos os acontecimentos relacionados com obras cinematográficas ou personalidades relacionadas com a área. ➤ Fotografia: nesta subcategoria incluem-se os acontecimentos referentes a fotógrafos ou exposições a nível internacional. ➤ Literatura: nesta subcategoria abordam-se acontecimentos que destaquem autores ou obras internacionais. ➤ Media: nesta subcategoria abordam-se notícias cujo foco está nos órgãos de comunicação social internacionais ou produtos destes. ➤ Música: nesta subcategoria incluem-se as notícias relacionadas com artistas, concertos e produtos musicais a nível internacional. ➤ Prémios: nesta subcategoria destacam-se os acontecimentos nos quais são premiadas personalidades ou obras relacionadas com a área cultural. ➤ Outros: nesta subcategoria abordam-se todos os acontecimentos relacionados com cultura a nível internacional que não se enquadrem nas subcategorias acima descritas.
	<p style="text-align: center;"><u>ACIDENTES E DESASTRES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Acidentes: nesta subcategoria enquadram-se as notícias referentes a acidentes a nível internacional, como por exemplo acidentes de aviação, acidentes de viação, entre outros. ➤ Balanço de dados: nesta subcategoria abordam-se as notícias que se focam na contextualização de dados face a um acidente ou desastre.

	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Desastres – outros: nesta subcategoria enquadram-se os acontecimentos referentes a desastres, como por exemplo incêndios, cheias, tiroteios, entre outros. ➤ Desastres naturais: nesta subcategoria incluem-se as notícias cujo foco está na contextualização de desastres naturais que ocorrem a nível internacional.
Espaço geográfico	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nacional ➤ Internacional
Tipo de notícia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ História ➤ Teaser ➤ Flash
Natureza da notícia	<ul style="list-style-type: none"> ➤ <i>Soft news</i> ➤ <i>Hard news</i> ➤ Notícias gerais
Enquadramento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Global ➤ Internacional ➤ Doméstica com envolvimento internacional ➤ Internacional com envolvimento doméstico
Forma	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diferido ➤ Direto ➤ Relato misto ➤ Relato de estúdio
Duração	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Duração de cada peça
Posicionamento	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1.^a Parte ou 2.^a Parte ➤ Notícia de abertura ou notícia de fecho
Valência	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Negativa ➤ Neutra ➤ Positiva

Critérios de seleção	<ul style="list-style-type: none">➤ Atualidade➤ <i>Follow-up</i>/continuidade➤ Proximidade (cultural e geográfica)➤ Afinidade histórica➤ Traços nacionais➤ Relevância➤ Exclusividade➤ Negatividade
-----------------------------	---

ANEXO B - Grelhas de análise de 1 a 5 outubro de 2018

1 DE OUTUBRO DE 2018

Tabela B 1 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	2	Manifestações	2
Ciências	1	Prêmios	1
Política	3	Eleições	1
		Organizações internacionais	1
		Governo	1
Cultura	2	Música	1
		Arte	1
Acidentes e desastres	1	Balanco de dados	1

Tabela B 2 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	8	47%
Internacional	9	53%

Tabela B 3 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Espanha	2
Itália	1
Brasil	1
Reino Unido	1
Indonésia	1
Estados Unidos da América	1

Japão	1
França	2

Tabela B 4 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Sociedade	Espanha	2
Política	Itália	1
Política	Brasil	1
Política	Reino Unido	1
Acidentes e desastres	Indonésia	1
Ciências	Estados Unidos da América	1
Ciências	Japão	1
Cultura	França	2

Tabela B 5 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	0
História	Internacional	8
	Nacional	8
Teaser	Internacional	2
	Nacional	1

Tabela B 6 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	6
	Nacional	8
<i>Soft news</i>	Internacional	2

	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela B 7 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	8
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	1

Tabela B 8 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	7
	Nacional	8
Direto	Internacional	1
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	0
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 9 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min10s
Nacional	1min41s

Tabela B 10 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	7
2.ª Parte	Internacional	6
	Nacional	1
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela B 11 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	2
	Nacional	0
Neutra	Internacional	4
	Nacional	6
Negativa	Internacional	3
	Nacional	2

2 DE OUTUBRO DE 2018

Tabela B 12 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	3	Justiça	1
		Manifestações	1
		Outros	1
Política	4	Justiça	1
		Eleições	1

		Organizações internacionais	1
		Governo	1
Desporto	2	Competições futebolísticas	2

Tabela B 13 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	11	55%
Internacional	9	45%

Tabela B 14 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Brasil	1
Itália	1
Reino Unido	1
Estados Unidos da América	2
Espanha	1
Moçambique	1
Grécia	1

Tabela B 15 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Brasil	1
Política	Itália	1
Política	Reino Unido	1
Política	Estados Unidos da América	1
Sociedade	Estados Unidos da América	1
Sociedade	Espanha	1
Sociedade	Moçambique	1

Desporto	Grécia	1
----------	--------	---

Tabela B 16 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	2
	Nacional	2
História	Internacional	7
	Nacional	9
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela B 17 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	7
	Nacional	7
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	2
Notícias gerais	Internacional	2
	Nacional	2

Tabela B 18 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	8
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	1

Tabela B 19 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	7
	Nacional	9
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	2
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 20 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min12s
Nacional	2min4s

Tabela B 21 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	6
	Nacional	6
2.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	5
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela B 22 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	2
Neutra	Internacional	4
	Nacional	6
Negativa	Internacional	5
	Nacional	2

3 DE OUTUBRO DE 2018

Tabela B 23 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	1	Justiça	1
Política	4	Justiça	1
		Eleições	1
		Relações internacionais	1
		Governo	1
Desporto	3	Competições futebolísticas	2
		Declarações	1

Tabela B 24 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	13	62%
Internacional	8	38%

Tabela B 25 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Brasil	1
Rússia	2
Estados Unidos da América	2
Reino Unido	1
Ucrânia	1

Tabela B 26 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Brasil	1
Política	Rússia	1
Desporto	Rússia	1
Política	Estados Unidos da América	1
Política	Reino Unido	1
Desporto	Ucrânia	1
Sociedade	Estados Unidos da América	1

Tabela B 27 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	2
História	Internacional	7
	Nacional	11
Teaser	Internacional	2
	Nacional	1

Tabela B 28 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	5
	Nacional	8
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	2
Notícias gerais	Internacional	3
	Nacional	3

Tabela B 29 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	1
Internacional	7
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela B 30 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	7
	Nacional	11
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 31 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min42s
Nacional	2min5s

Tabela B 32 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	4
	Nacional	7
2.ª Parte	Internacional	4
	Nacional	6
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela B 33 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	4
Neutra	Internacional	5
	Nacional	3
Negativa	Internacional	3
	Nacional	6

4 DE OUTUBRO DE 2018

Tabela B 34 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	8	100%
Internacional	0	0%

Tabela B 35 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	2
História	Internacional	0
	Nacional	6
Teaser	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 36 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	0
	Nacional	8
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 37 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	0
	Nacional	6
Direto	Internacional	0

	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 38 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	0min
Nacional	1min37s

Tabela B 39 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	4
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	4
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela B 40 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	0
Neutra	Internacional	0
	Nacional	5

Negativa	Internacional	0
	Nacional	3

5 DE OUTUBRO DE 2018

Tabela B 41 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	2	Direitos humanos	2
Política	3	Justiça	1
		Eleições	2
Desporto	1	Justiça desportiva	1

Tabela B 42 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	11	65%
Internacional	6	35%

Tabela B 43 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Congo	1
Iraque	2
Estados Unidos da América	1
Brasil	2
Itália	1

Tabela B 44 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Sociedade	Congo	1

Sociedade	Iraque	2
Política	Estados Unidos da América	1
Política	Brasil	2
Desporto	Itália	1

Tabela B 45 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	0
História	Internacional	6
	Nacional	11
Teaser	Internacional	2
	Nacional	1

Tabela B 46 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	6
	Nacional	6
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	5
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 47 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	6
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela B 48 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	6
	Nacional	11
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	0
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela B 49 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min
Nacional	2min20s

Tabela B 50 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	5
2.ª Parte	Internacional	6
	Nacional	6
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela B 51 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	3
Neutra	Internacional	4
	Nacional	6
Negativa	Internacional	2
	Nacional	2

ANEXO C - Grelhas de análise de 5 a 9 de novembro de 2018

5 DE NOVEMBRO DE 2018

Tabela C 1 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	2	Eleições	1
		Organizações internacionais	1
Economia	1	Sanções económicas	1
Cultura	1	Música	1

Tabela C 2 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	12	75%
Internacional	4	25%

Tabela C 3 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Estados Unidos da América	1
Irão	1
Reino Unido	1
Itália	1

Tabela C 4 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Estados Unidos da América	1
Economia	Irão	1
Cultura	Reino Unido	1

Política	Itália	1
----------	--------	---

Tabela C 5 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	2
História	Internacional	4
	Nacional	10
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela C 6 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	3
	Nacional	10
<i>Soft news</i>	Internacional	1
	Nacional	1
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela C 7 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	12
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela C 8 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	3
	Nacional	9
Direto	Internacional	0
	Nacional	1
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela C 9 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	3min23s
Nacional	1min56s

Tabela C 10 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	2
	Nacional	5
2.ª Parte	Internacional	2
	Nacional	7
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela C 11 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	3
Neutra	Internacional	2
	Nacional	7
Negativa	Internacional	1
	Nacional	2

6 DE NOVEMBRO DE 2018

Tabela C 12 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	3	Eleições	3
Desporto	4	Competições futebolísticas	2
		Declarações	1
		Justiça desportiva	1

Tabela C 13 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	18	72%
Internacional	7	28%

Tabela C 14 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Estados Unidos da América	3
Alemanha	1
França	1
Holanda	1

Tabela C 15 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Estados Unidos da América	3
Desporto	Alemanha	1
Desporto	França	1
Desporto	Holanda	1

Tabela C 16 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	2
	Nacional	8
História	Internacional	5
	Nacional	10
Teaser	Internacional	2
	Nacional	1

Tabela C 17 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	3
	Nacional	12
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	2
Notícias gerais	Internacional	4
	Nacional	4

Tabela C 18 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	7
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela C 19 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	5
	Nacional	10
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	2
	Nacional	8
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela C 20 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min38s
Nacional	1min22s

Tabela C 21 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	3

	Nacional	8
2. ^a Parte	Internacional	4
	Nacional	10
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela C 22 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	3
Neutra	Internacional	6
	Nacional	13
Negativa	Internacional	1
	Nacional	2

7 DE NOVEMBRO DE 2018

Tabela C 23 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	4	Eleições	4

Tabela C 24 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	0	0%
Internacional	4	100%

Tabela C 25 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Estados Unidos da América	4

Tabela C 26 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Estados Unidos da América	4

Tabela C 27 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	0
História	Internacional	3
	Nacional	0
Teaser	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela C 28 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	4
	Nacional	0
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela C 29 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	4
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela C 30 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	3
	Nacional	0
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	0
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela C 31 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min49s
Nacional	0min

Tabela C 32 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	1
	Nacional	0
1.ª Parte	Internacional	4
	Nacional	0
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela C 33 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	0
Neutra	Internacional	3
	Nacional	0
Negativa	Internacional	0
	Nacional	0

8 DE NOVEMBRO DE 2018

Tabela C 34 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Acidentes e desastres	1	Desastres – outros	1

Tabela C 35 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	16	94%
Internacional	1	6%

Tabela C 36 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Estados Unidos da América	1

Tabela C 37 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Acidentes e desastres	Estados Unidos da América	1

Tabela C 38 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	4
História	Internacional	1
	Nacional	12
Teaser	Internacional	0
	Nacional	3

Tabela C 39 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	1
	Nacional	9
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	2
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	5

Tabela C 40 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	1
Doméstica com envolvimento internacional	2
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela C 41 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	1
	Nacional	12

Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	4
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela C 42 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min39s
Nacional	1min37s

Tabela C 43 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	4
2.ª Parte	Internacional	1
	Nacional	12
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela C 44 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	3
Neutra	Internacional	0

	Nacional	10
Negativa	Internacional	1
	Nacional	3

9 DE NOVEMBRO DE 2018

Tabela C 45 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Tecnologia	1	Inovação tecnológica	1
Política	2	Relações internacionais	1
		Outros	1
Economia	1	Organizações internacionais	1
Cultura	1	Música	1

Tabela C 46 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	22	81%
Internacional	5	19%

Tabela C 47 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Itália	1
França	2
Estados Unidos da América	1
China	1
Reino Unido	1

Tabela C 48 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Economia	Itália	1
Política	França	2
Política	Estados Unidos da América	1
Tecnologia	China	1
Cultura	Reino Unido	1

Tabela C 49 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	5
História	Internacional	4
	Nacional	17
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela C 50 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	3
	Nacional	12
<i>Soft news</i>	Internacional	2
	Nacional	2
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	8

Tabela C 51 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	5
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela C 52 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	4
	Nacional	16
Direto	Internacional	0
	Nacional	1
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	5
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela C 53 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min8s
Nacional	1min38s

Tabela C 54 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	1

	Nacional	9
2. ^a Parte	Internacional	4
	Nacional	13
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela C 55 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	2
	Nacional	2
Neutra	Internacional	3
	Nacional	16
Negativa	Internacional	0
	Nacional	4

ANEXO D - Grelhas de análise de 3 a 7 de dezembro de 2018

3 DE DEZEMBRO DE 2018

Tabela D 1 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	2	Manifestações	2
Política	2	Eleições	2
Desporto	1	Outros	1

Tabela D 2 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	12	71%
Internacional	5	29%

Tabela D 3 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Espanha	2
França	3

Tabela D 4 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Espanha	2
Sociedade	França	2
Desporto	França	1

Tabela D 5 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	3
História	Internacional	4
	Nacional	9
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela D 6 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	4
	Nacional	8
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	1
Notícias gerais	Internacional	1
	Nacional	3

Tabela D 7 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	5
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela D 8 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	4
	Nacional	9

Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	3
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela D 9 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min1s
Nacional	1min33s

Tabela D 10 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	5
	Nacional	12
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela D 11 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	1
Neutra	Internacional	3

	Nacional	8
Negativa	Internacional	1
	Nacional	3

4 DE DEZEMBRO DE 2018

Tabela D 12 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	3	Governo	2
		Outros	1
Economia	1	Organizações internacionais	1

Tabela D 13 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	14	78%
Internacional	4	22%

Tabela D 14 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Bélgica	1
Estados Unidos da América	1
Reino Unido	1
França	1

Tabela D 15 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Economia	Bélgica	1
Política	Estados Unidos da América	1

Política	França	1
Política	Reino Unido	1

Tabela D 16 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	4
História	Internacional	4
	Nacional	10
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela D 17 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	4
	Nacional	11
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	3

Tabela D 18 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	4
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela D 19 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	4
	Nacional	7
Direto	Internacional	0
	Nacional	1
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	4
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	2

Tabela D 20 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min12s
Nacional	2min15s

Tabela D 21 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	10
2.ª Parte	Internacional	4
	Nacional	4
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela D 22 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	1
Neutra	Internacional	4
	Nacional	10
Negativa	Internacional	0
	Nacional	3

5 DE DEZEMBRO DE 2018

Tabela D 23 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	1	Governo	1

Tabela D 24 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	7	88%
Internacional	1	12%

Tabela D 25 Dados sobre a variável "espaço geográfico" – Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
França	1

Tabela D 26 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	França	1

Tabela D 27 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	1
História	Internacional	1
	Nacional	6
Teaser	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela D 28 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	1
	Nacional	7
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela D 29 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	1
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela D 30 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	1
	Nacional	6

Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	1
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela D 31 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	36s
Nacional	1min18s

Tabela D 32 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	1
	Nacional	7
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela D 33 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	1
Neutra	Internacional	1

	Nacional	5
Negativa	Internacional	0
	Nacional	1

6 DE DEZEMBRO DE 2018

Tabela D 34 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	3	Manifestações	3
Política	1	Relações internacionais	1
Economia	1	Bolsas	1

Tabela D 35 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	14	74%
Internacional	5	26%

Tabela D 36 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
China	1
França	2
Espanha	1
Reino Unido	1
Bélgica	1

Tabela D 37 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Economia	China	1
Sociedade	França	2
Sociedade	Espanha	1
Política	Reino Unido	1
Política	Bélgica	1

Tabela D 38 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	3
História	Internacional	4
	Nacional	11
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela D 39 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	5
	Nacional	9
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	5

Tabela D 40 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	5
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela D 41 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	4
	Nacional	10
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	3
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela D 42 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min49s
Nacional	1min48s

Tabela D 43 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1

1.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	11
2.ª Parte	Internacional	5
	Nacional	3
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela D 44 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	2
Neutra	Internacional	1
	Nacional	8
Negativa	Internacional	4
	Nacional	4

7 DE DEZEMBRO DE 2018

Tabela D 45 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	3	Manifestações	2
		Justiça	1
Política	1	Outros	1

Tabela D 46 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	15	79%
Internacional	4	21%

Tabela D 47 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
França	2
Venezuela	1
Alemanha	1

Tabela D 48 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Sociedade	França	2
Política	Alemanha	1
Sociedade	Venezuela	1

Tabela D 49 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	2
História	Internacional	4
	Nacional	13
Teaser	Internacional	0
	Nacional	3

Tabela D 50 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	4
	Nacional	14
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0

Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela D 51 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	3
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	1

Tabela D 52 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	4
	Nacional	12
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela D 53 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min3s
Nacional	1min58s

Tabela D 54 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	2
	Nacional	9
2.ª Parte	Internacional	2
	Nacional	6
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela D 55 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	0
Neutra	Internacional	2
	Nacional	10
Negativa	Internacional	1
	Nacional	5

ANEXO E - Grelhas de análise de 7 a 11 janeiro 2019

7 DE JANEIRO DE 2019

Tabela E 1 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	1	Justiça	1
Política	1	Governo	1
Cultura	1	Cinema	1

Tabela E 2 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	8	73%
Internacional	3	27%

Tabela E 3 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Brasil	1
Estados Unidos da América	1
Reino Unido	1

Tabela E 4 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Cultura	Estados Unidos da América	1
Política	Reino Unido	1
Sociedade	Brasil	1

Tabela E 5 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	0
História	Internacional	3
	Nacional	8
Teaser	Internacional	0
	Nacional	3

Tabela E 6 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	2
	Nacional	5
<i>Soft news</i>	Internacional	1
	Nacional	1
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	2

Tabela E 7 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	3
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela E 8 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	3
	Nacional	8

Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	0
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela E 9 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min27s
Nacional	1min53s

Tabela E 10 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	8
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela E 11 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	1
Neutra	Internacional	1

	Nacional	5
Negativa	Internacional	1
	Nacional	2

8 DE JANEIRO DE 2019

Tabela E 12 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	9	100%
Internacional	0	0%

Tabela E 13 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	1
História	Internacional	0
	Nacional	8
Teaser	Internacional	0
	Nacional	3

Tabela E 14 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	0
	Nacional	8
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela E 15 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	0
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela E 16 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	0
	Nacional	8
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	1
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela E 17 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	0min
Nacional	2min6s

Tabela E 18 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0

	Nacional	9
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela E 19 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	4
Neutra	Internacional	0
	Nacional	1
Negativa	Internacional	0
	Nacional	4

9 DE JANEIRO DE 2019

Tabela E 20 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Percentagem	Subcategoria temática	Percentagem
Política	2	Governo	1
		Relações internacionais	1

Tabela E 21 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	5	71%
Internacional	2	29%

Tabela E 22 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Estados Unidos da América	1
Venezuela	1

Tabela E 23 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Estados Unidos da América	1
Política	Venezuela	1

Tabela E 24 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	1
História	Internacional	2
	Nacional	4
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela E 25 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	2
	Nacional	5
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela E 26 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	2
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela E 27 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	2
	Nacional	4
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	1
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela E 28 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min11s
Nacional	1min48s

Tabela E 29 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0

	Nacional	3
2. ^a Parte	Internacional	2
	Nacional	2
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela E 30 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	1
Neutra	Internacional	1
	Nacional	3
Negativa	Internacional	1
	Nacional	1

10 DE JANEIRO DE 2019

Tabela E 31 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	3	Crise política	1
		Governo	2

Tabela E 32 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	7	70%
Internacional	3	30%

Tabela E 33 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Espanha	1
Estados Unidos da América	1
Venezuela	1

Tabela E 34 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Espanha	1
Política	Estados Unidos da América	1
Política	Venezuela	1

Tabela E 35 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	0
História	Internacional	3
	Nacional	7
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela E 36 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	3
	Nacional	7
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0

	Nacional	0
--	----------	---

Tabela E 37 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	3
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela E 38 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	3
	Nacional	7
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	0
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela E 39 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min1s
Nacional	2min6s

Tabela E 40 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0

	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	3
2.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	4
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela E 41 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	0
Neutra	Internacional	1
	Nacional	6
Negativa	Internacional	2
	Nacional	1

11 DE JANEIRO DE 2019

Tabela E 42 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	1	Governo	1
Desporto	1	Declarações	1

Tabela E 43 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	15	88%
Internacional	2	12%

Tabela E 44 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Arábia Saudita	1
Reino Unido	1

Tabela E 45 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Desporto	Arábia Saudita	1
Política	Reino Unido	1

Tabela E 46 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	0
História	Internacional	2
	Nacional	15
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela E 47 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	1
	Nacional	8
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	1
	Nacional	7

Tabela E 48 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	2
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela E 49 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	2
	Nacional	14
Direto	Internacional	0
	Nacional	1
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	0
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela E 50 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	46s
Nacional	2min1s

Tabela E 51 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0

	Nacional	5
2. ^a Parte	Internacional	2
	Nacional	10
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela E 52 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	0
Neutra	Internacional	2
	Nacional	15
Negativa	Internacional	0
	Nacional	0

ANEXO F - Grelhas de análise de 4 a 8 fevereiro de 2019

4 DE FEVEREIRO DE 2019

Tabela F 1 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	2	Outros	2
Política	7	Crise política	1
		Relações internacionais	6

Tabela F 2 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	10	53%
Internacional	9	47%

Tabela F 3 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Venezuela	3
Bélgica	1
Estados Unidos da América	1
Rússia	1
Abu Dhabi	1

Tabela F 4 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Venezuela	3
Política	Bélgica	1

Política	Estados Unidos da América	1
Política	Rússia	1
Sociedade	Venezuela	1
Sociedade	Abu Dhabi	1

Tabela F 5 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	1
História	Internacional	8
	Nacional	9
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela F 6 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	9
	Nacional	10
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela F 7 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	7
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	2

Tabela F 8 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	8
	Nacional	9
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	1
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela F 9 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min30s
Nacional	1min31s

Tabela F 10 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	1
	Nacional	0
1.ª Parte	Internacional	8
	Nacional	2
2.ª Parte	Internacional	1
	Nacional	8
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela F 11 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	2
	Nacional	3
Neutra	Internacional	6
	Nacional	6
Negativa	Internacional	1
	Nacional	1

5 DE FEVEREIRO DE 2019

Tabela F 12 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	2	Crise política	2

Tabela F 13 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	11	85%
Internacional	2	15%

Tabela F 14 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Venezuela	2

Tabela F 15 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Venezuela	2

Tabela F 16 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	2
História	Internacional	2
	Nacional	9
Teaser	Internacional	0
	Nacional	3

Tabela F 17 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	2
	Nacional	7
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	4

Tabela F 18 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	1
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	1

Tabela F 19 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	2
	Nacional	9

Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela F 20 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min46s
Nacional	2min20s

Tabela F 21 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	10
2.ª Parte	Internacional	2
	Nacional	1
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela F 22 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	2
Neutra	Internacional	2

	Nacional	7
Negativa	Internacional	0
	Nacional	2

6 DE FEVEREIRO DE 2019

Tabela F 23 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	2	Saúde	1
		Outros	1
Política	4	Crise política	1
		Justiça	1
		Governo	1
		Organizações internacionais	1
Cultura	1	Literatura	1
Acidentes e desastres	1	Balanço de dados	1

Tabela F 24 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Porcentagem
Nacional	13	62%
Internacional	8	38%

Tabela F 25 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Brasil	2
Bélgica	1
Estados Unidos da América	2
Venezuela	2

Itália	1
--------	---

Tabela F 26 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Acidentes e desastres	Brasil	1
Política	Brasil	1
Política	Bélgica	1
Política	Estados Unidos da América	1
Cultura	Estados Unidos da América	1
Sociedade	Venezuela	1
Política	Venezuela	1
Sociedade	Itália	1

Tabela F 27 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	2
	Nacional	2
História	Internacional	6
	Nacional	11
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela F 28 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	7
	Nacional	11
<i>Soft news</i>	Internacional	1
	Nacional	1

Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela F 29 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	6
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	2

Tabela F 30 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	6
	Nacional	11
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	2
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela F 31 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min52s
Nacional	1min51s

Tabela F 32 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	3
2.ª Parte	Internacional	2
	Nacional	1
3.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	9
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela F 33 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	2
Neutra	Internacional	2
	Nacional	8
Negativa	Internacional	5
	Nacional	3

7 DE FEVEREIRO DE 2019

Tabela F 34 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	4	Crise política	2
		Relações internacionais	1

		Organizações internacionais	1
--	--	-----------------------------	---

Tabela F 35 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	7	64%
Internacional	4	36%

Tabela F 36 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Venezuela	2
Uruguai	1
Bélgica	1

Tabela F 37 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Venezuela	2
Política	Uruguai	1
Política	Bélgica	1

Tabela F 38 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	0
História	Internacional	3
	Nacional	7
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela F 39 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	4
	Nacional	6
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	1
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela F 40 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	3
Doméstica com envolvimento internacional	2
Internacional com envolvimento doméstico	1

Tabela F 41 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	3
	Nacional	7
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	0
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela F 42 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	3min3s
Nacional	1min38s

Tabela F 43 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	6
2.ª Parte	Internacional	1
	Nacional	1
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela F 44 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	1
Neutra	Internacional	3
	Nacional	6
Negativa	Internacional	1
	Nacional	0

8 DE FEVEREIRO DE 2019

Tabela F 45 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
---------------------------	--------------	------------------------------	--------------

Sociedade	1	Manifestações	1
Política	5	Crise política	3
		Relações internacionais	1
		Governo	1
Cultura	1	Cinema	1
Acidentes e desastres	2	Acidentes	2

Tabela F 46 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	16	64%
Internacional	9	36%

Tabela F 47 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Venezuela	4
Colômbia	1
Brasil	2
Guiné-Bissau	1
Reino Unido	1

Tabela F 48 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Venezuela	4
Política	Colômbia	1
Acidentes e desastres	Brasil	2
Sociedade	Guiné-Bissau	1

Cultura	Reino Unido	1
---------	-------------	---

Tabela F 49 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	4
História	Internacional	8
	Nacional	12
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela F 50 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	8
	Nacional	9
<i>Soft news</i>	Internacional	1
	Nacional	3
Notícias gerais	Internacional	0
	Nacional	4

Tabela F 51 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	9
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela F 52 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	8
	Nacional	11
Direto	Internacional	0
	Nacional	1
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	4
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela F 53 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min26s
Nacional	2min5s

Tabela F 54 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	1
	Nacional	7
2.ª Parte	Internacional	8
	Nacional	9
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela F 55 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	0
	Nacional	2
Neutra	Internacional	5
	Nacional	12
Negativa	Internacional	4
	Nacional	2

ANEXO G - Grelhas de análise de 4 a 8 março de 2019

4 DE MARÇO DE 2019

Tabela G 1 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	2	Governo	1
		Crise política	1
Desporto	1	Competições futebolísticas	1

Tabela G 2 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	8	73%
Internacional	3	27%

Tabela G 3 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Angola	1
Venezuela	1
Espanha	1

Tabela G 4 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Angola	1
Política	Venezuela	1
Desporto	Espanha	1

Tabela G 5 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	1
História	Internacional	3
	Nacional	7
Teaser	Internacional	2
	Nacional	1

Tabela G 6 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	2
	Nacional	3
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	1
	Nacional	5

Tabela G 7 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	3
Doméstica com envolvimento internacional	2
Internacional com envolvimento doméstico	0

Tabela G 8 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	3
	Nacional	7

Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	1
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela G 9 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min44s
Nacional	1min26

Tabela G 10 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	3
	Nacional	8
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela G 11 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	0
Neutra	Internacional	2

	Nacional	8
Negativa	Internacional	0
	Nacional	0

5 DE MARÇO DE 2019

Tabela G 12 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Ciências	1	Outros	1
Política	3	Relações internacionais	1
		Governo	1
		Outros	1
Desporto	7	Competições futebolísticas	4
		Outros	1
		Justiça desportiva	2
Cultura	1	Outros	1

Tabela G 13 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	8	40%
Internacional	12	60%

Tabela G 14 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Angola	1
Hungria	2
Venezuela	1

Estados Unidos da América	1
Itália	1
Espanha	1
Brasil	1
Alemanha	2
Reino Unido	2

Tabela G 15 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Angola	1
Desporto	Hungria	2
Política	Venezuela	1
Política	Estados Unidos da América	1
Desporto	Itália	1
Desporto	Espanha	1
Cultura	Brasil	1
Desporto	Alemanha	2
Ciências	Reino Unido	1
Desporto	Reino Unido	1

Tabela G 16 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	1
	Nacional	3
História	Internacional	11
	Nacional	5
Teaser	Internacional	0
	Nacional	3

Tabela G 17 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	7
	Nacional	3
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	2
Notícias gerais	Internacional	5
	Nacional	3

Tabela G 18 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	9
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	3

Tabela G 19 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	11
	Nacional	5
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	1
	Nacional	3
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela G 20 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min43s
Nacional	1min31s

Tabela G 21 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	1
	Nacional	0
1.ª Parte	Internacional	12
	Nacional	8
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela G 22 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	3
	Nacional	1
Neutra	Internacional	8
	Nacional	6
Negativa	Internacional	1
	Nacional	1

6 DE MARÇO DE 2019

Tabela G 23 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Política	6	Governo	2
		Relações internacionais	1
		Intervenção militar	1
		Outros	2
Economia	1	Outros	1
Desporto	2	Competições futebolísticas	1
		Justiça desportiva	1

Tabela G 24 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	16	64%
Internacional	9	36%

Tabela G 25 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Angola	2
Hungria	1
França	2
Síria	1
Reino Unido	1
Venezuela	1
Estados Unidos da América	1

Tabela G 26 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Angola	2
Desporto	Hungria	1
Política	França	1
Política	Síria	1
Política	Reino Unido	1
Política	Venezuela	1
Economia	Estados Unidos da América	1
Desporto	França	1

Tabela G 27 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	0
	Nacional	2
História	Internacional	9
	Nacional	14
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela G 28 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	7
	Nacional	14
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	2
	Nacional	2

Tabela G 29 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	8
Doméstica com envolvimento internacional	2
Internacional com envolvimento doméstico	1

Tabela G 30 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	9
	Nacional	14
Direto	Internacional	0
	Nacional	0
Relato de estúdio	Internacional	0
	Nacional	2
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela G 31 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	2min12s
Nacional	2min3s

Tabela G 32 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	9

	Nacional	16
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	1
	Nacional	0

Tabela G 33 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	2
	Nacional	1
Neutra	Internacional	4
	Nacional	13
Negativa	Internacional	3
	Nacional	2

7 DE MARÇO DE 2019

Tabela G 34 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Desporto	8	Competições futebolísticas	4
		Declarações	1
		Outros	3

Tabela G 35 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	10	56%
Internacional	8	44%

Tabela G 36 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Croácia	3
Espanha	3
Inglaterra	1
Itália	1

Tabela G 37 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Desporto	Croácia	3
Desporto	Espanha	3
Desporto	Reino Unido	1
Desporto	Itália	1

Tabela G 38 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	4
	Nacional	1
História	Internacional	4
	Nacional	9
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela G 39 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	0
	Nacional	8
<i>Soft news</i>	Internacional	0

	Nacional	0
Notícias gerais	Internacional	8
	Nacional	2

Tabela G 40 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	6
Doméstica com envolvimento internacional	1
Internacional com envolvimento doméstico	2

Tabela G 41 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	4
	Nacional	8
Direto	Internacional	0
	Nacional	1
Relato de estúdio	Internacional	4
	Nacional	1
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela G 42 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min28s
Nacional	2min7s

Tabela G 43 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	10
	Nacional	8
2.ª Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela G 44 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	1
	Nacional	3
Neutra	Internacional	7
	Nacional	6
Negativa	Internacional	0
	Nacional	1

8 DE MARÇO DE 2019

Tabela G 45 Dados sobre as variáveis "categorias e subcategorias temáticas"

Categoria temática	Valor	Subcategoria temática	Valor
Sociedade	2	Manifestações	1
		Outros	1
Ciências	1	Outros	1
Política	2	Governo	1
		Relações internacionais	1

Economia	1	Crimes financeiros	1
Desporto	3	Competições futebolísticas	1
		Competições internacionais (outras modalidades)	2

Tabela G 46 Dados sobre a variável "espaço geográfico"

Espaço geográfico	Valor	Percentagem
Nacional	18	62%
Internacional	11	38%

Tabela G 47 Dados sobre a variável "espaço geográfico" - Países

Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Angola	1
Itália	1
Argentina	1
Espanha	2
México	1
Venezuela	1
Turquia	1
Rússia	1
Reino Unido	1
Estados Unidos da América	2

Tabela G 48 Cruzamento das variáveis "categoria temática" e "espaço geográfico"

Categoria temática	Espaço geográfico – Internacional: Países	Valor
Política	Angola	1
Desporto	Itália	1

Desporto	Argentina	1
Desporto	Espanha	1
Sociedade	Espanha	1
Desporto	México	1
Sociedade	Venezuela	1
Sociedade	Turquia	1
Sociedade	Rússia	1
Política	Reino Unido	1
Desporto	Estados Unidos da América	1
Economia	Estados Unidos da América	1

Tabela G 49 Dados sobre a variável "tipo"

Tipo de notícia	Espaço geográfico	Valor
Flash	Internacional	5
	Nacional	6
História	Internacional	6
	Nacional	12
Teaser	Internacional	1
	Nacional	2

Tabela G 50 Dados sobre a variável "natureza"

Natureza da notícia	Espaço geográfico	Valor
<i>Hard news</i>	Internacional	6
	Nacional	7
<i>Soft news</i>	Internacional	0
	Nacional	1
Notícias gerais	Internacional	5
	Nacional	10

Tabela G 51 Dados sobre a variável "enquadramento"

Enquadramentos	Valor
Global	0
Internacional	10
Doméstica com envolvimento internacional	0
Internacional com envolvimento doméstico	1

Tabela G 52 Dados sobre a variável "forma"

Forma	Espaço geográfico	Valor
Diferido	Internacional	6
	Nacional	11
Direto	Internacional	0
	Nacional	1
Relato de estúdio	Internacional	5
	Nacional	6
Relato misto	Internacional	0
	Nacional	0

Tabela G 53 Dados sobre a variável "duração"

Espaço geográfico	Duração média [min:s]
Internacional	1min19s
Nacional	1min36s

Tabela G 54 Dados sobre a variável "posicionamento"

Posicionamento	Espaço geográfico	Valor
Notícia de abertura	Internacional	0
	Nacional	1
1.ª Parte	Internacional	11

	Nacional	18
2. ^a Parte	Internacional	0
	Nacional	0
Notícia de fecho	Internacional	0
	Nacional	1

Tabela G 55 Dados sobre a variável "valência"

Valência	Espaço geográfico	Valor
Positiva	Internacional	4
	Nacional	6
Neutra	Internacional	5
	Nacional	9
Negativa	Internacional	2
	Nacional	3

ANEXO H - Dados sobre o programa de informação durante os períodos de análise

Tabela H 1 Dados sobre duração total do programa 360° nos períodos de análise

Mês	Dia 1	Dia 2	Dia 3	Dia 4	Dia 5
Outubro de 2018	1:19:31	1:21:54	1:16:18	0:46:49	1:18:03
Novembro de 2018	1:25:02	1:21:32	18:40	1:17:55	1:29:06
Dezembro de 2018	52:43	1:19:13	26:26	1:21:19	1:28:58
Janeiro de 2019	55:02	1:19:47	1:26:52	1:24:39	1:31:08
Fevereiro de 2019	1:22:45	1:18:34	1:36:47	1:18:46	2:03:46
Março de 2019	1:52:35	1:17:39	1:59:20	1:51:56	1:45:54

ANEXO I - Lista de economias desenvolvidas, economias em transição e economias em desenvolvimento segundo a United Nations

Table A
Developed economies

North America	Europe		Major developed economies (G7)
	European Union	Other Europe	
Canada United States	EU-15 Austria ^a Belgium ^a Denmark Finland ^a France ^a Germany ^a Greece ^a Ireland ^a Italy ^a Luxembourg ^a Netherlands ^a Portugal ^a Spain ^a Sweden United Kingdom ^b	Iceland Norway Switzerland	Canada Japan France Germany Italy United Kingdom United States
Developed Asia and Pacific Australia Japan New Zealand	EU-13^c Bulgaria Croatia Cyprus ^a Czech Republic Estonia ^a Hungary Latvia ^a Lithuania ^a Malta ^a Poland Romania Slovakia ^a Slovenia ^a		

^a Member of Euro area.

^b At the time of publishing, the United Kingdom was a member of the EU and is therefore included in all EU aggregations. The country is scheduled to withdraw from the EU at the end of March 2019.

^c Used in reference to the 13 countries that joined the EU since 2004.

Table B
Economies in transition

South-Eastern Europe	Commonwealth of Independent States and Georgia ^a	
Albania Bosnia and Herzegovina Montenegro Serbia The former Yugoslav Republic of Macedonia	Armenia Azerbaijan Belarus Georgia ^a Kazakhstan Kyrgyzstan	Republic of Moldova Russian Federation Tajikistan Turkmenistan Ukraine ^b Uzbekistan

^a Georgia officially left the Commonwealth of Independent States on 18 August 2009. However, its performance is discussed in the context of this group of countries for reasons of geographic proximity and similarities in economic structure.

^b Starting in 2010, data for the Ukraine excludes the temporarily occupied territory of the Autonomous Republic of Crimea and Sevastopol.

Table C
Developing economies by region^a

Africa		Asia		Latin America and the Caribbean
North Africa	Southern Africa	East Asia ^b		Caribbean
Algeria	Angola	Brunei Darussalam		Bahamas
Egypt	Botswana	Cambodia		Barbados
Libya	Eswatini	China		Belize
Mauritania	Lesotho	Democratic People's Republic of Korea ^c		Guyana
Morocco	Malawi	Fiji		Jamaica
Sudan	Mauritius	Hong Kong SAR ^d		Suriname
Tunisia	Mozambique	Indonesia		Trinidad and Tobago
	Namibia	Kiribati		
Central Africa	South Africa	Lao People's Democratic Republic		Mexico and Central America
Cameroon	Zambia	Malaysia		Costa Rica
Central African Republic	Zimbabwe	Mongolia		Cuba
Chad	West Africa	Myanmar		Dominican Republic
Congo	Benin	Papua New Guinea		El Salvador
Equatorial Guinea	Burkina Faso	Philippines		Guatemala
Gabon	Cabo Verde	Republic of Korea		Haiti
Sao Tome and Principe	Côte d'Ivoire	Samoa		Honduras
	Gambia (Islamic Republic of the)	Singapore		Mexico
East Africa		Solomon Islands		Nicaragua
Burundi	Ghana	Taiwan Province of China		Panama
Comoros	Guinea	Thailand		
Democratic Republic of the Congo	Guinea-Bissau	Timor-Leste		South America
Djibouti	Liberia	Vanuatu		Argentina
Eritrea	Mali	Viet Nam		Bolivia (Plurinational State of)
Ethiopia	Niger			Brazil
Kenya	Nigeria	South Asia		Chile
Madagascar	Senegal	Afghanistan		Colombia
Rwanda	Sierra Leone	Bangladesh		Ecuador
Somalia	Togo	Bhutan		Paraguay
South Sudan ^c		India		Peru
Uganda		Iran (Islamic Republic of)		Uruguay
United Republic of Tanzania		Maldives		Venezuela (Bolivarian Republic of)
		Nepal		
		Pakistan		
		Sri Lanka		
		Western Asia		
		Bahrain		
		Iraq		
		Israel		
		Jordan		
		Kuwait		
		Lebanon		
		Oman		
		Qatar		
		Saudi Arabia		
		State of Palestine ^c		
		Syrian Arab Republic		
		Turkey		
		United Arab Emirates		
		Yemen		

^a Economies systematically monitored by the Global Economic Monitoring Branch of EAPD.

^b Throughout the report the term 'East Asia' is used in reference to this set of developing countries, and excludes Japan.

^c The country coverage in WESP 2019 was expanded to include South Sudan, State of Palestine and Democratic People's Republic of Korea.

^d Special Administrative Region of China.

Fonte: Nations, United (2019: 169-170). *World Economic Situation and Prospects*.