



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

A ARTICULAÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO E
ENTRETENIMENTO NO PROGRAMA “ESTA MANHÃ”

Relatório de estágio apresentado à Universidade
Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre
em Ciências da Comunicação – Media e Entretenimento

Por

Leonor de Matos Carrapiço

Faculdade de Ciências Humanas

Outubro, 2023



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

A ARTICULAÇÃO ENTRE INFORMAÇÃO E
ENTRETENIMENTO NO PROGRAMA “ESTA MANHÃ”

Relatório de estágio apresentado à Universidade Católica
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências da
Comunicação – Media e Entretenimento

Por

Leonor de Matos Carrapiço

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Professor Doutor Nelson Ribeiro

Outubro, 2023

Resumo

O presente estudo tem como objetivo compreender a forma como as vertentes de informação e entretenimento se articulam num formato de infoentretenimento. O enquadramento do tema é feito através de uma revisão de literatura que pretende abordar as principais características do infoentretenimento e as dúvidas que se levantam sobre este tipo de formato. Através da análise do formato ‘Esta Manhã’, programa de infoentretenimento português, a investigação presente neste relatório é apoiada por uma metodologia mista, que inclui uma análise de conteúdo e uma análise temática de entrevistas realizadas a responsáveis pela produção do programa. Deste modo é possível refletir sobre a importância que os formatos de infoentretenimento têm no panorama televisivo português e compreender, de forma mais detalhada, os critérios que se têm em conta durante o processo de produção de um programa deste género. Através desta investigação conclui-se que o infoentretenimento é um formato que se destaca pela proximidade que consegue criar entre o telespectador e o apresentador e que, apesar das críticas e dúvidas que enfrenta, pode ser um formato que valoriza a informação e a forma como esta é tratada.

Palavras-Chave:

Televisão, Entretenimento, Informação, Infoentretenimento, Jornalismo, *Morning Show*.

Abstract

The present study aims to understand how information and entertainment are articulated in an infotainment format. The theme is framed through a literature review that aims to address the main characteristics of infotainment and the doubts that arise about this type of format. Through the analysis of the format 'Esta Manhã', a portuguese infotainment program, this investigation is reinforced by a mixed methodology, which includes a content analysis and a thematic analysis of interviews carried out with those responsible for producing the program. In this way, it is possible to reflect on the importance that infotainment formats have in the portuguese television landscape and understand, in more detail, the criteria that are taken into account during the production process of a program of this type. Throughout this investigation it is concluded that infotainment is a format that stands out for the proximity it manages to create between the viewer and the presenter and that, despite the criticism and doubts it face, it can be a format that values information and the way in which this is treated.

Key-Words:

Television, Entertainment, Information, Infotainment, Journalism, Morning Show.

Índice

Resumo	3
Abstract.....	4
Introdução.....	9
Parte I – Enquadramento Teórico	
1. O Infoentretenimento.....	11
1.1 Conceito e Evolução	15
1.2 Características Específicas do Infoentretenimento	22
2. A Relação entre o Infoentretenimento e o Jornalismo	31
2.1 A Ética e Deontologia no Jornalismo	31
2.2.1 Os Critérios de Noticiabilidade	33
2.2 As Dúvidas sobre o Infoentretenimento	40
Parte II - Estágio Curricular na Media Capital – TVI	
3. Apresentação da Empresa de Acolhimento – a TVI	50
3.1 Memória Descritiva do Estágio Curricular	52
3.1.1 Balanço da Experiência em Estágio	55
Parte III – Trabalho Empírico	
4. Metodologia	
4.1 Objetivos e Questões de Investigação	56
4.2 Estratégia Metodológica	57
5. Apresentação, Análise e Discussão de Dados	60
5.1 O Programa ‘Esta Manhã’.....	60
5.2 Apresentação e Análise de Dados	61
5.2.1 Análise de Conteúdo	61

5.2.2 Análise Temática das Entrevistas	71
5.3 Análise Comparativa dos Dados	80
Conclusão	84
Referências Bibliográficas	88
Anexos	92

Índice de Figuras

Figura 1 - Disposição do estúdio antes da reestruturação: sofás	82
Figura 2 - Disposição do estúdio antes da reestruturação: <i>ledwall</i>	82
Figura 3 - Disposição do estúdio depois da reestruturação: mesa	83

Índice de Gráficos

Gráfico 1 – Número de segmentos de informação e de entretenimento	62
Gráfico 2 – Tempo ocupado pelos segmentos de informação e de entretenimento	62
Gráfico 3 – Total de segmentos de cada tema/conteúdo	63
Gráfico 4 – Total de presenças de intervenientes externos	65
Gráfico 5 – Total de segmentos apresentados em cada local	66
Gráfico 6 – Tempo ocupado por cada tipo de linguagem	67
Gráfico 7 - Número de segmentos de informação e de entretenimento	68
Gráfico 8 – Tempo ocupado pelos segmentos de informação e de entretenimento	68
Gráfico 9 - Total de segmentos de cada tema/conteúdo	69
Gráfico 10 - Total de presenças de intervenientes externos	70
Gráfico 11 – Total de segmentos apresentados em cada local	70
Gráfico 12 – Tempo ocupado por cada tipo de linguagem	71

Introdução

Os meios de comunicação são, na nossa sociedade, o que nos permite conhecer o mundo. O que nos transmitem, seja através da televisão, imprensa, internet ou rádio, tem um papel influente na forma como vivemos enquanto comunidade – influenciam a nossa forma de pensar, o nosso comportamento, o nosso conhecimento. O seu papel na sociedade é fundamental: informam-nos, unem-nos, entretêm-nos enquanto cidadãos e público das diversas formas de comunicação.

Ao surgir a sociedade moderna em que nos inserimos atualmente e que continua em constante evolução, os meios de comunicação sofreram alterações e desenvolveram novas capacidades. Hoje em dia, existe uma grande oferta ao nível de informação e da forma como esta nos chega incomparável às restantes épocas. Existem novas formas de informar, novas formas de entreter, novas formas de alcançar o público. Uma das vertentes da comunicação que sofreu mais alterações, foi a de informação, sobretudo a nível televisivo. Os conteúdos de carácter informativo adaptaram-se aos telespetadores e garantiram novas formas de comunicar. Surgiu então o infoentretenimento, que tem como objetivo juntar o ato de informar ao de entreter.

O infoentretenimento faz, cada vez mais, parte do nosso quotidiano. Utiliza o entretenimento para atrair o público e informar através de uma forma que, para as audiências, se associa a uma sensação de lazer. Em Portugal a sua presença foi impulsionada pela expansão das novas tecnologias e da internet. Por desafiar os limites de ambas as vertentes que o compõem – informação e entretenimento – o infoentretenimento tornou-se alvo de muito estudo, críticas e dúvidas. A maioria relaciona-se com o facto de poder existir uma negligência sobre a forma como a informação é produzida e transmitida, ao estar incluída num formato que também se foca no entretenimento: a vertente que se opõe à seriedade, imparcialidade e objetividade que a informação deve apresentar. O infoentretenimento é um formato que ainda se encontra em evolução e que poderá ainda explorar muitas das suas características, de diferentes formas.

Este relatório pretende refletir sobre a evolução deste conceito e sobre a sua história, assim como as críticas e dúvidas que enfrenta e as perspetivas sobre o seu papel na indústria televisiva. O objetivo deste estudo é sobretudo compreender os critérios de

produção de um formato de infoentretenimento, as bases que o sustentam e as expectativas que encara. Através de uma abordagem teórica à definição do infoentretenimento, à sua evolução, ao seu impacto na sociedade e às diferentes perspetivas sobre a sua importância, será possível constatar se de facto este é um formato que faz ou não sentido ter presente nas grelhas de programação televisiva. A escassez de investigação académica sobre este conceito foi o que motivou a realização deste relatório, que parte da seguinte pergunta de partida: “De que forma é realizada a articulação entre informação e entretenimento no programa ‘Esta Manhã’?”.

O presente estudo divide-se em três partes. A primeira parte corresponde ao enquadramento teórico, onde será abordada a evolução do infoentretenimento, assim como as suas principais características e a sua relação com o jornalismo, através de uma referência ao papel da ética no ato de informar. Inclui ainda diferentes perspetivas sobre a sua seriedade e relevância na sociedade. A segunda parte é referente à memória descritiva do estágio curricular realizado na TVI e inclui uma apresentação da empresa de acolhimento e o balanço da experiência.

Já a terceira parte, engloba o trabalho empírico realizado. Sendo o principal objetivo perceber de que forma se estrutura o programa ‘Esta Manhã’, este relatório recorreu a uma metodologia mista que inclui uma análise de conteúdo e uma análise temática de entrevistas realizadas a três responsáveis pelo programa ‘Esta Manhã’ – aos dois produtores, Rui Félix e Isabel Pedra, e ao produtor executivo Ricardo Rodrigues.

Por último, este trabalho de investigação conta com as principais conclusões retiradas através dos dados obtidos e das respetivas análises, de modo a responder à principal questão que o motiva.

Parte I – Enquadramento Teórico

Capítulo I – O Infoentretenimento

A evolução da televisão portuguesa foi fortemente marcada pelo surgimento dos canais generalistas privados – a SIC e a TVI. Depois de a RTP ter impulsionado o audiovisual português, a SIC e a TVI contribuíram para uma profunda alteração nos hábitos de consumo televisivo e na oferta de conteúdo, não só de entretenimento como de informação. A oferta de programação televisiva inovadora cresceu de forma exponencial e alterou por completo aquilo que até então era a televisão portuguesa.

Conteúdos de carácter informativo perderam o lugar para os *reality shows* e para as novelas, impulsionados pela SIC e pela TVI. O gosto pela “vida do outro” e pelo sensacionalismo sobrepôs-se ao interesse de estar informado. As grelhas televisivas mudaram e com esta mudança, uma nova realidade do panorama audiovisual em Portugal surgiu. A popularidade deste tipo de oferta levou a que se iniciasse um processo de rejeição e secundarização de conteúdos informativos (debates, notícias, entrevistas). O sucesso dos *reality shows* em Portugal teve tanto impacto na grelha de programas da televisão portuguesa, que os próprios telejornais já continham conteúdos noticiosos relacionados com os programas. “O jornalismo foi, portanto, cada vez mais influenciado pela lógica da emoção e entretenimento predominante nos tempos televisivos da ficção, da publicidade, dos concursos e das variedades” (Mesquita, 2003: 85).

Foi desta forma que o conceito de infoentretenimento começou a ganhar espaço na televisão portuguesa, termo que para Brandão & Morais (2012: 255) parece ser o melhor para “(...) definir o que se fazia, à época, em termos de informação, impondo-se quase como que uma ideologia televisiva, diluindo as fronteiras entre o que é real e o que é ficção e acentuando, cada vez mais, o domínio privado do espaço público”.

A atenção de todos os meios de comunicação às preferências do público de cada um deles sempre foi evidente e a televisão não é exceção, tendo já provado ser possível adaptar um meio de forma rápida, atenta e estratégica ao gosto do seu público, ao que lhe interessa ver/saber e à forma que prefere que o conteúdo chegue até si. Desde as alterações que surgiram nas grelhas televisivas com a introdução de programas nunca antes vistos,

como os de infoentretenimento, que podemos assistir a uma constante e criativa evolução na forma de transmitir informação e produzir entretenimento, quer seja de forma separada, ou unida. Em relação à informação, particularmente, “(...) as estações televisivas generalistas em Portugal procuram transmitir produtos diferentes. A notícia pode ser a mesma, mas a abordagem (...) é diferente.”, (Caiado, 2014: 12).

Existe, portanto, um género de competição sobre como transmitir os conteúdos da forma mais original e criativa possível, que se distinga da restante oferta, que permita informar da maneira mais inovadora e invulgar possível e que coincide com uma despreocupação sobre o rigor e seriedade com que a informação é tratada, em prole da rapidez com que é transmitida. De acordo com Lourenço (2017), a constante procura por conteúdo televisivo inovador e original resulta na criação de produtos com características específicas dos mais variados tipos de programas, que podem parecer incompatíveis, mas que tendem a resultar – como os de infoentretenimento, onde a informação e o entretenimento se juntam numa só forma de produzir televisão. Contudo, sendo a televisão considerada por muitos o principal provedor de informação na sociedade, torna-se fulcral considerar algumas críticas e preocupações relacionadas com a comercialização do jornalismo e a sua junção com o entretenimento. O papel das estações televisivas sobre esse aspeto é fundamental, porque parecem ter uma tendência a adotar essa junção do jornalismo com diversão como uma prioridade. Nesse sentido, torna-se possível que ao fazê-lo, tenham que ajustar o tipo de comunicação e o género de assunto geralmente abordado, a um nível mais informal e encarado com menos seriedade. É desta forma que o jornalismo se aproxima dos formatos tablóide, centrados nos rumores da vida pessoal de personalidades importantes, em tragédias e dramas, trivialidades e até mesmo informações falsas, (Thussu, 2007).

Segundo a perspetiva de Charaudeau & Ghiglione (2000), a mudança no tipo de programação televisiva que ocorreu ao introduzir novos conteúdos e as respetivas dúvidas que surgiram com esta evolução da televisão, são bastante evidentes. Anteriormente, existia uma programação diferenciada, com “(...) emissões de géneros bem distintos, conteúdos temáticos específicos, alternância entre os programas de informação, (...) noites de divertimento (...) e as emissões culturais (...) ou científicas relativamente longas”, Charaudeau & Ghiglione (2000:14). Segundo a perspetiva destes autores, nessa altura estávamos perante uma televisão isenta de concorrência, em que o telespectador

relacionava o seu quotidiano com o que lhe era apresentado na televisão, e que se desenvolveu “(...) num mundo em que o ser social se caracterizava por um comportamento parcialmente decalcado da sua vida quotidiana e de um certo ritmo de passagem de uma atividade a outra (um tempo para o trabalho, um tempo para a família, um tempo para o lazer)”, Charaudeau & Ghiglione (2000:14). Depois disto, por volta dos anos 80/90, começou a assistir-se à inserção de emissões que misturavam géneros informativos e culturais com conteúdos temáticos (relativos ao social e presentes nos *talkshows*) na programação, o tempo de emissão dos programas foi diminuído e o ritmo de alternância entre cada género foi desafiado. Surgiram mais canais (e com estes a privatização de alguns) e concorrência no mercado. Além disso, a existência do comando, a evolução tecnológica associada e o ato de poder fazer zapping, “fazem com que os programas não continuem a ser apresentados em sucessão e com alternância, mas em sobreposição, criando dúvida, hesitação no momento da escolha e podendo mergulhar o telespectador num universo esquizofrénico. Estas características determinam um alvo de telespectadores, cujo intelecto está perturbado e o afeto invadido”, sublinham Charaudeau & Ghiglione (2000:16), devido à exposição diária que o telespectador tem a uma série de imagens sucessivas, muitas vezes chocantes, acompanhadas por um “discurso fragmentado” e um “animador ou entrevistador que para, bloqueia e relança em diferentes direções o discurso do convidado”, Charaudeau & Ghiglione (2000:16).

Brandão & Morais (2012) destacam também a importância de observar todo este processo através do ponto de vista económico – um fator que tende a influenciar a hibridação de géneros televisivos, com tendência a menosprezar a qualidade da informação. Foi também este ponto de vista que levou vários especialistas a questionar a seriedade e qualidade de conteúdos de infoentretenimento. Como Brandão & Morais (2012) referem, valoriza-se mais a diversão e o agrado do público com determinado conteúdo televisivo, do que o seu enriquecimento cultural e intelectual. Isto devido ao facto de a televisão enquanto negócio se focar cada vez mais apenas no que a sustenta – a publicidade e as suas respetivas receitas. Além disso, a recolha de informação não só nacional como internacional, requer um investimento elevado que tem que garantir às estações televisivas algum lucro e retorno. Daí a luta por um número de audiências que permita, pelo menos, evitar perdas económicas e o objetivo constante de alcançar uma oferta baseada em assuntos atuais e que cativem a atenção dos telespectadores. E como

Thussu (2007:3) afirma, “a crescente popularidade global dessa programação baseada em infoentretenimento indica o sucesso dessa fórmula híbrida”.

Para Alves (2013), os objetivos dos media foram alterados - antes seriam educar, informar e distrair, enquanto nos dias de hoje parecem ser apenas distrair, convencer e vender. Existe uma preocupação maior em lucrar do que em informar e o campo da informação está cada vez mais próximo da indústria de entretenimento, que como Bob Franklin (apud Thussu, 2007:5) afirma, alterou o processo de oferta de informação - “o interesse humano superou o interesse público, (...) as relações íntimas de celebridades, das novelas, do mundo desportivo ou da família real, são mais noticiáveis do que questões e eventos significativos de importância internacional. Os valores noticiosos tradicionais foram substituídos por novos valores.” A importância dada a assuntos relacionados com política, economia ou a própria vida em sociedade foi substituída pela priorização de temáticas de carácter mais sensacionalista – desporto, celebridades, ficção, dramas e tragédias, por exemplo.

Por consequência, a idealização sobre o que seria notícia tem vindo a alterar-se – em vez de baseada unicamente na oferta de informação, passou a ter como objetivo desencadear a todo o custo uma reação emocional no telespectador, (Thussu, 2007). Hoje em dia importa cada vez mais agarrar o telespectador ao conteúdo, agradar-lhe e preencher os parâmetros idealizados sobre aquilo que este quer saber, sobre o que lhe acrescentará não necessariamente mais literacia, mas sim satisfação. Desta forma é também permitida uma relação quase afetiva e próxima entre o telespectador e um canal de televisão – ao identificar-se com os temas que vê, ao ter interesse nas entrevistas que ouve, ao achar graça às piadas feitas pelo apresentador e direcionadas à pessoa que o está a ver (como se fosse só o próprio telespectador), ao ficar alerta sobre determinados perigos/situações abordadas como se de um género de aviso/conselho feito pelo apresentador se tratasse ou ao permitir-lhe, acima de tudo, tirar um bom proveito daquilo que lhe é apresentado, divertir-se. Charaudeau & Ghiglione (2000:10) encaram este ‘poder de persuasão’ que é possível a televisão desempenhar sobre o seu público, como uma forma de deixarmos de ser espectador “para passarmos à condição de atores da performance cada vez mais integrados no seu desenvolvimento” – fazemos parte do “espetáculo” que a televisão nos oferece diariamente porque assistimos ao seu conteúdo e deixamos, mesmo que inconscientemente, que determinadas ideologias, pensamentos e

opiniões entrem no nosso raciocínio e façam parte da nossa forma de ser, pensar e estar. Isto porque, como referem, “tudo se passa no interior de um mesmo espaço televisivo que se confunde com o espaço quotidiano” e que acaba por demarcar uma mudança de uma “televisão pedagógica para uma televisão de convívio, de proximidade”, (Charaudeau & Ghiglione, 2000:10). E é também sobre este aspeto que recaem várias críticas à televisão de hoje em dia, que se encontra numa constante evolução.

1.1 Conceito e Evolução

O termo «infoentretenimento» resulta da junção de «informação» com «entretenimento» e tem como objetivo entreter e informar em simultâneo. Contudo, não existe uma definição consensual entre autores, embora seja descrita de acordo com as mesmas normas e princípios, Lourenço (2017). Tem gerado controvérsia entre os críticos de televisão – há quem considere este um fenómeno negativo para o jornalismo rigoroso, por retirar credibilidade e seriedade, e há quem o considere benéfico, por tornar os conteúdos informativos mais didáticos e apelativos.

Para Stockwell (apud. Lourenço, 2017: 15), o infoentretenimento pode ser definido como um conjunto de estilos, formatos e subgéneros, “cuja única característica em comum é que caem num espaço entre os dois pilares tradicionais de televisão, informação e entretenimento”. Já Dejavitte (2007) caracteriza o infoentretenimento como um “espaço destinado às matérias que visam informar e entreter, como, por exemplo, os assuntos sobre estilo de vida, as fofocas e as notícias de interesse humano – os quais atraem, sim, o público. Esse termo sintetiza, de maneira clara e objetiva, a intenção editorial do papel de entreter no jornalismo, pois segue os seus princípios básicos que atendem às necessidades de informação do recetor de hoje”.

Brants (2005) considera que o infoentretenimento trouxe alterações nos formatos tradicionais europeus de notícias televisivas – a sua despolitização (em termos de despreocupação para com notícias de carácter político), uma imagem mais próxima e populista dos políticos devido ao foco em assuntos de interesse humano, e a personalização e sensacionalismo quer dos políticos, quer da atividade política em geral. Características estas, que como Brants (2005:45) afirma são, à partida, mais visíveis e significativas “nos canais comerciais do que nos canais públicos”. De acordo com a sua

perspetiva, o infoentretenimento está entre dois pólos, a informação e o entretenimento, cruzando as características de cada um – através da introdução de elementos de informação política em programas de entretenimento, ou vice-versa, de características do entretenimento em programas informativos ou de carácter político:

“Num dos pólos encontram-se os programas de notícias sérias e substantivas, no outro, programas cuja ênfase reside no gosto, no prazer e nos estilos de vida. No “lado sério”, a expectativa é a da existência de conteúdos mais baseados em aspetos factuais, tais como notícias dos manifestos partidários, temas políticos e desacordos entre partidos, (...) os políticos são tratados com distanciamento profissional, visando informar com objetividade, num tom de respeito pelo seu estatuto (...). O formato seria, previsivelmente, semelhante ao dos programas de economia e negócios, sem componentes de show, como sejam a presença de público e acompanhamento musical. No lado do entretenimento, a expectativa reside em tópicos com conteúdos mais voltados para o interesse humano (...). Aqui, a imagem e o espetáculo são mais importantes do que a mensagem, que deve ser simples, leve e com tom emocional. (...) procura distrair em vez de enfatizar o distanciamento e a crítica. O formato é de entretenimento, que pode ser ligeiramente sensacional ou abertamente espetacular. As audiências participam ativamente mostrando aplauso ou reprovação”, Brants, K. (2005:50).

Citado por Alves (2013), Neil Postman (1985) compara o infoentretenimento a um termo mais didático, ao jogo Trivial Pursuit. Afirma que da mesma forma que este jogo utiliza factos como forma de entretenimento, também as fontes de notícias o fazem. Alves (2013: 3) justifica essa comparação com o facto de as perguntas do jogo, de carácter lúdico-informativo, serem usadas para entreter quem joga, da mesma forma que acontece com os noticiários - cujo objetivo é “juntar o máximo de espectadores à frente da televisão, prendendo a sua atenção do início ao fim da informação, sem que este mude de canal. Para tal, e, conseqüentemente, pode ser líder de audiências e ter mais lucro, a televisão torna-se num meio de comunicação que se foca cada vez mais no espetáculo, e onde a informação se vai misturando com a ficção.”

Boukes (2019) considera que o infoentretenimento varia entre dois fatores – o facto de as notícias se estarem a tornar mais divertidas e de se poder abordar questões políticas através do entretenimento. Nesse sentido, faz referência ao infoentretenimento como algo que abrange vários géneros subjacentes que representam a informação política através de um formato divertido. Considera que os media têm vindo a alterar os conteúdos informativos para “estilos mais suaves e sensacionalistas para manter o público

interessado” e que a aplicação de recursos estimulantes ou close-ups, assim como a personificação dos acontecimentos são exemplo disso mesmo, (Boukes: 2019:2). Já Aguiar (2008) define o infoentretenimento como algo “utilizado para designar a hibridização do ideal moderno do jornalismo – informar aos cidadãos com uma das principais características da cultura de massa: a competência para entreter, distrair, divertir., Aguiar (2008: 15).

Da mesma forma que as opiniões se dividem sobre a definição exata e universal para o termo «infoentretenimento», também não é possível definir a altura exata do seu surgimento. Contudo, alguns autores têm a capacidade de a situar no tempo, através de alguns acontecimentos. Thussu (2007) relaciona a aparição do infoentretenimento com a imprensa jornalística britânica do século XVIII, destinada a classes superiores e mercantis - nessa época a imprensa de “qualidade” era adquirida e consultada por esse tipo de elite exatamente pela sua “qualidade”, continha conteúdo sério sem alusão a entretenimento que garantia uma esfera de debate. Para as classes mais baixas, o “(...) público em geral cuja alfabetização estava a aumentar com a chegada do século XIX”, existia a literatura de rua que oferecia “versos baratos e alegres sobre notícias sensacionalistas e tópicos divertidos em folhas impressas”, como refere Thussu (2007:16). Ao surgir o primeiro jornal semanal ilustrado do mundo, o “The Illustrated London News, com xilogravuras sensacionalistas de crimes, batalhas e eventos reais, surgiu o encanto pelo drama visual, que provocou alguma estranheza nas classes habituadas a um tipo de imprensa mais rigorosa, destinada a gerar o debate social, (Thussu, 2007).

Além desta referência ao mercado britânico do século XVIII, Thussu (2007) considera que os Estados Unidos da América também podem ser considerados um dos países fundadores da indústria de infoentretenimento, devido à sua imprensa barata da década de 1830, os jornais penny press. Jornais de carácter sensacionalista, com referência a crimes, histórias de interesse social e dramas, eram vendidos em Nova York por um centavo enquanto os restantes eram vendidos por seis. Garantiam diversão, reações escandalosas e sobretudo conversa sobre os temas entre a população. “Esse ‘jornalismo de entretenimento’ foi exportado de volta para a Europa e depois para o resto do mundo, como parte da cultura de massa americana globalizante que começou (...) com circos, parques de diversões, (...) romances baratos, que se tornaram cada vez mais agentes da cultura popular americana”, (Thussu, 2007: 17). À medida que versões dos penny press

chegavam à Europa, o gosto pelo entretenimento e pelo sensacionalismo propagou-se e veio para ficar, garantindo fama ao jornalismo sensacionalista com base em assuntos relacionados com desporto, fofocas, crime, drama e especulação, que antes era composto por notícias de carácter político e rigoroso, com interesse social. Aguiar (2008: 18) considera que a penny press contribuiu para “consolidar o novo conceito de jornalismo, que separou e valorizou o facto em detrimento da opinião, o que ajudou a efetuar a passagem de um jornalismo de opinião para um jornalismo de informação”. De acordo com a sua visão, a penny press “apresentava maior diversidade de informação” ao publicar “notícias sobre os acontecimentos quotidianos e locais, registros policiais e dos tribunais. Ao abordar assuntos diversos, saindo do âmbito das notícias sobre política e problemas internacionais, conseguia não só seduzir o interesse dos leitores como ampliar o seu público”, Aguiar (2008: 19). Segundo Nascimento (2010) a Guerra do Golfo em 1991 também impulsionou o termo «infotainment», através da sua emissão diária na televisão americana que, de acordo com Sousa (apud Nascimento, 2010) serviu para realçar a rapidez com que era possível transmitir a informação ao público e contribuir para a espetacularização da notícia.

Na sua abordagem sobre a história da televisão, Umberto Eco (1983) estabeleceu dois conceitos para definir dois períodos que distinguem a sua evolução: paleotelevisão e neotelevisão. De acordo com a sua perspetiva, a paleotelevisão corresponde aos primeiros tempos de televisão, entre 1950 e 1970 – dirigida a todos e controlada pelo Estado, distante do telespectador e com a missão de educar, que abordava “(...) inaugurações dos ministros e impunha que o povo apreendesse coisas inocentes, mesmo à custa de mentiras”, (Eco, 1983: 135). A passagem para o setor privado corresponde, então, à neotelevisão, caracterizada por “falar de si própria e do contacto que estabelece com o seu público”, (Eco, 1983: 135), onde surge uma oferta grande e diversificada de novos conteúdos e formatos. Como referem Charaudeau & Ghiglione (2000: 12), a neotelevisão é “a passagem da televisão pedagógica para uma televisão de convívio, de proximidade”, onde podemos situar o infoentretenimento, onde se começa a priorizar temas relacionados com desordem social – dramas, misérias, tragédias - e onde as próprias vítimas/sujeitos dos acontecimentos são convidadas a falar na primeira pessoa e alimentar a sede de saber mais sobre temas que marcam ou pertencem à atualidade. Podemos considerar que nesta fase um dos objetivos parece ser criar um clima de proximidade mais “íntimo” e “pessoal” com o público:

“A neotelevisão utiliza estratégias de encenação destinadas a reduzir a distância entre a instância mediática e a instância destinatária, tentando abolir a fronteira (o ecrã) entre o espaço do meio de comunicação (dentro do ecrã) e o espaço do telespectador (fora do ecrã) pela multiplicação dos índices de contacto (o face a face entre o representante da instância mediática e o telespectador, o olhar «olhos nos olhos»), através de apelos à interação (sondagens (...), solicitação de reações pelo telefone) e fazendo comparecer na cena mediática o «cidadão comum» que é suposto ser o alter ego dos telespectadores”, Charaudeau & Ghiglione (2000: 18).

Foi desta forma que as notícias passaram a ser encaradas como uma espécie de espetáculo. O objetivo dos conteúdos televisivos pareceu passar a ser, em todos, o mesmo: entreter o público. Estamos perante uma televisão onde as facetas de ambos os períodos (paleotelevisão e neotelevisão) coincidem, numa oferta diversificada e infinita de formatos e conteúdos televisivos. Onde a dramatização dos acontecimentos é priorizada, de forma exagerada através da sua importância, gravidade e carácter trágico/dramático, (Bourdieu, 1997) e onde existe uma “certa tendência para a exploração dos sentimentos do telespectador e envolvimento do mesmo através do apelo à sua emoção”, como destacam Brandão & Morais (2012: 257). Para Charaudeau & Ghiglione (2000: 18), neste processo os telespectadores mergulham “num universo de sensações onde tudo se mistura (voz, gestos, movimentos, imagens figuradas), deixam-se transportar por um discurso abstrato que não pertencendo a ninguém pertence a toda a gente, e que se dirige mais às emoções do que à razão”.

Para além da mudança nos hábitos de consumo dos telespectadores também houve, obviamente, alterações na produção dos conteúdos. O custo de notícias com carácter de entretenimento era inferior ao da cobertura de notícias informativas com carácter sério e rigoroso e a tendência tornou-se a preferência pelo infoentretenimento, que permanece nas grelhas televisivas e nos noticiários dos grandes canais televisivos. A adesão do telespectador a este tipo de conteúdo pode estar relacionada com o facto de retratar informação complexa de forma simples, acessível a todos, o que também funciona como uma estratégia para angariar audiências. Para Silva (2008:102), foi precisamente essa luta por audiências que levou o jornalismo a aproximar-se “cada vez mais do que é diversão, criando (ou sofisticando, muitas vezes) uma modalidade informativa que prioriza o espetacular”, como referido.

Em 1957 já se assistia, em Portugal, a esta mudança no paradigma televisivo e à adoção de formatos de infoentretenimento – a RTP, que começou o seu caminho no audiovisual português com a missão de “educar” alterou mais tarde a mesma para “educar entretendo”, por exemplo. Décadas depois, com a criação dos canais generalistas privados, SIC e TVI, surgiram novas alterações nos hábitos de consumo e na oferta de conteúdos. Às alterações nas grelhas de programação e às lutas pelas audiências, juntou-se uma nova forma de assistir televisão – “a forma de informar e de fazer informação passou a estar aliada àquilo a que se pode considerar “espetáculo”, (Brandão & Morais, 2012: 254). Como já referido, esta mudança no meio televisivo acentuou-se com a ficção nacional e os *reality shows*, sobretudo o primeiro “Big Brother”, a grande aposta da TVI que garantiu à estação um longo período como líder de audiências. Os *reality shows* “(...) ocuparam um grande espaço no interior das grelhas (...), influenciaram os restantes conteúdos televisivos dos canais privados. Os enredos desses formatos entraram noutros programas, deram origem a emissões especiais, tornaram alguma da ficção nacional semelhante a si e misturaram aquilo que é intrínseco ao entretenimento com aquilo que idiossincrático ao jornalismo”, (Lopes, 2008:35).

Desta forma começou a assistir-se, na época, “(...) à secundarização e rejeição de conteúdos informativos, como debates e entrevistas”, como referem Brandão & Morais (2012: 254). A RTP começou a direcionar a sua programação para uma vertente mais próxima do entretenimento, enquanto a SIC e a TVI continuaram a sua grande aposta na ficção nacional e em *reality shows* que exploravam em direto a “vida do outro” e sustentavam as suas emissões no drama causado por discussões e nos romances criados sob a visão do público. “Tendo que gerir o horário nobre com noticiários, ficção nacional (...), novelas brasileiras e *talkshows* (...), os canais privados generalistas não conseguiam encontrar aí tempo para uma emissão de debate ou de grande entrevista”, como realça Lopes (2008: 41). Já a RTP, como estação pública, continuou com a emissão de conteúdos informativos, embora com baixos índices de audiências que tornavam evidente a falta de interesse por parte do público nesse tipo de formato, (Brandão & Morais, 2012). Nos programas de informação já existentes, eram adicionadas outras vertentes que remetiam o conteúdo para o entretenimento – os canais passaram a apostar em grandes entrevistas e reportagens, em comentários sobre os mais variados temas, na análise de crimes e na abordagem a temas insólitos e escandalosos, ao invés de continuarem a representar temas políticos ou de interesse social. Os próprios noticiários chegaram a abordar como notícia,

em horário nobre, informações relacionadas com escândalos ou acontecimentos dos *reality shows*, por exemplo. Lopes (2008) exemplifica esta mudança com a linha editorial do “Jornal Nacional” da TVI na época, um dos noticiários mais marcantes na história da estação que regressou novamente este ano à programação, para assinalar o 30º aniversário do canal – “No caso do Jornal Nacional (TVI), há uma linha editorial que se inclina para o infotainment : preferem-se assuntos nacionais às temáticas internacionais, sobrepõe-se a vida quotidiana à política, privilegia-se o cidadão comum às fontes oficiais, valoriza-se o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza mais racional e, entre 2000 e 2001, o respetivo alinhamento comporta peças que publicitam o Big Brother”, (Lopes 2008: 45).

Além disso, sendo a receita económica uma das principais preocupações das estações televisivas, o objetivo passou a ser “divertir e agradar um maior número de pessoas” acima de as enriquecer “cultural e intelectualmente”, tendo em conta que “(...) a televisão enquanto negócio tem em vista o seu único cliente: os anunciantes, dos quais advêm as receitas publicitárias que a sustenta”, (Brandão & Morais, 2012: 255). As audiências foram, portanto, um fator crucial neste processo – quanto melhores forem os números de audiências, maior é o interesse e retorno para os anunciantes, que asseguram cada estação televisiva. Se o que garante melhores valores de audiência são conteúdos opostos à informação e à valorização intelectual e política, por exemplo, será óbvia a escolha dos canais televisivos por novelas, *realityshows*, *talkshows* e qualquer outro formato de entretenimento. A meta a alcançar pareceu focar-se em quem entretém mais, quem inova mais, quem produz/transmite conteúdo mais lúdico, que agarre o telespectador ao ecrã com mais facilidade.

No início do século XXI, começámos a ter presentes nas grelhas de programação, programas como “Bombástico” e “Escândalos e Boatos” da SIC e “Eu Confesso” da TVI, que assumiam um “(...) objetivo ilusoriamente informativo, mas espetacularmente atrativo: a exposição da vida privada dos convidados, que interpretam o papel de vítimas, comove o espectador e constrói um discurso no registo emotivo”, onde a informação se apresentava “aparentemente diluída”, (Brandão & Morais, 2012: 256). Estes programas originaram alguma repercussão por parte dos críticos de televisão e dos profissionais da área, sobretudo do campo do jornalismo e da informação. Importava questionar se poderíamos, ou não, considerar estes programas matéria de informação, que incentivasse

o debate ou que contribuísse de facto para uma sociedade informada. Será que seriam relevantes nesse aspeto, ao ponto de poderem ser considerados informação? A essa questão Brandão & Morais (2012: 256) respondem que não, sublinhando que estes celebram “o inconformismo anónimo sem nunca resolver qualquer tipo de injustiça social. Tudo isto, se assume então, como a oferta televisiva que na altura veio para “servir” de complemento aos noticiários dos canais privados.” Esta perspetiva faz parte da visão que sustenta as dúvidas e críticas sobre o infoentretenimento, que ainda hoje recaem sobre programas com este tipo de formato, que fazem atualmente parte da televisão portuguesa.

1.2 Características Específicas do Infoentretenimento

O infoentretenimento é um formato que se encontra em constante evolução e que apresenta certas características próprias que, ao abordar o termo, importa realçar – é muito mais do que apenas a junção de informação com entretenimento. Existem várias características pensadas na produção de cada programa deste género que tornam o infoentretenimento numa das principais preferências dos telespectadores. Segundo Stockwell, S. (2004), o infoentretenimento agrega sub-géneros - como programas de comportamento, de vertente social, de investigação, *realityshows e talkshows*. Está presente nos mais variados tipos de programas e rubricas.

Uma das características que melhor define o infoentretenimento é a simplificação da informação. Na luta pelas audiências o objetivo é conseguir chegar a todo o tipo de telespectador, de forma a ser do interesse de todos. “O infoentretenimento pode atrair públicos mais amplos e/ou diferentes do público regular (...), as pessoas consomem media (incluindo programas de notícias) não apenas para obter informações, mas também para se divertir, formar opiniões e para se prepararem para futuras interações sociais”, (Boukes, 2019: 1). Os assuntos são mais aprofundados, o tipo de linguagem é mais acessível e por sua vez apelativa, a postura de quem transmite a informação tende a sê-lo também e o ambiente onde é apresentada é mais descontraído do que a de um típico telejornal.

O infoentretenimento tende a desempenhar um papel de proximidade com o público diferente dos habituais tipos de conteúdo informativo presentes na televisão, o

que justifica a atual e forte aposta das estações televisivas na produção de conteúdos que unem a informação à vertente de entretenimento. Este tipo de programa aborda muitas vezes assuntos presentes no quotidiano de todos os telespectadores –relacionados com hobbies, desporto, celebridades, gastronomia, efemérides, cultura, entre outros. É devido a essa sua característica que surge aquele que para Lourenço (2017) é o seu principal elemento – a componente humana. Ao abordar este tipo de temática, surge quase automaticamente uma identificação por parte do telespectador com o conteúdo, nem sempre feita de forma consciente. O ser humano tem tendência a prestar atenção ao que lhe é próximo, a algo com que se identifica e em que se revê. É por isso que podemos considerar o infoentretenimento um tipo de conteúdo próximo do consumidor, porque aborda temáticas que fazem parte da vida deste, ou pelas quais nutre interesse, obtendo dessa forma a atenção e o interesse de quem está a assistir. Além disso, como Lourenço (2017: 19) refere, “(...) abordar temas onde o ator principal é um ser humano contribui, mais facilmente, para a identificação do telespectador, criando-se uma ligação mais imediata. Esse elo torna-se ainda mais forte quando aliado com o testemunho real”. Na maioria dos conteúdos de infoentretenimento é o que acontece – muitas vezes a “história” é contada na primeira pessoa, os apresentadores mostram a sua opinião ou o seu lado mais pessoal ou a informação simplesmente não é transmitida de forma completamente imparcial. Quando o público assiste a testemunhos reais com os quais se pode identificar, acaba por desenvolver algum tipo de emoção – tristeza, compaixão, pena, empatia, felicidade, orgulho. Quando se aborda temas deste género, quanto mais autêntica, emotiva, real e presencial for dada a perspectiva da história, maior é o impacto que pode ter na audiência.

“Alguns estudos demonstraram que o alcance do fenómeno de identificação e de implicação era impressionante. A televisão, durante muito tempo, deu a palavra a personalidades, mas os telespectadores não eram contemplados. Hoje em dia, também eles têm vontade de existir na televisão. Este tipo de programa dá-lhes finalmente a palavra e valoriza-os”, Charaudeau & Ghiglione (2000: 21).

Como Alves (2013:5) refere, existe “uma preocupação maior em fazer o espectador identificar-se com o que está a ser noticiado, ou fazer com que este sinta algum tipo de sensação.” Em cada notícia, cada conteúdo, é dada atenção à forma como pode chegar ao público e é por esse motivo que na maior parte das vezes são divulgados detalhes que podem nem ser relevantes para a essência do assunto em si, mas que

acrescentam um toque de humanismo que prevê criar uma sensação em quem assiste – como divulgar nomes de pessoas/vítimas, detalhes de tragédias e outros pormenores típicos do sensacionalismo. Os relatos/testemunhos são, portanto, também fundamentais neste processo de aproximação ao telespectador – garantem mais credibilidade, emoção e segurança ao que lhe é transmitido. A mensagem que se pretende transmitir é de que o que aconteceu com quem está a relatar ou faz parte do acontecimento, podia acontecer com qualquer um (incluindo com o telespectador, que assiste), realça Lourenço (2017: 20) que afirma ainda que “(...) o testemunho e o poder deste é, sem dúvida, uma ferramenta dos meios de comunicação, maioritariamente da informação”. E podemos ver isso através da sua presença “(...) no jornal através das citações; na rádio, através da voz de quem tem algo a contar, bem como na televisão, que além de permitir o discurso, permite mostrar o que se diz”, (Lourenço, 2017: 20).

No infoentretenimento, também o vocabulário se difere daquele que estamos habituados a ter presente nos típicos noticiários. A tendência é utilizar palavras simples, universais e de conhecimento geral, ou adjetivos que caracterizem o telespectador como alguém próximo (para criar o sentimento de proximidade). É importante que seja um vocabulário acessível, que qualquer cidadão possa compreender. A postura dos apresentadores, até quando são jornalistas, também tende a ser menos distante e séria, mais descontraída. É habitual que façam piadas, que brinquem com situações ou com o público e que se entreguem a nível mais pessoal ao formato – não esquecendo, claro, que temos presente a vertente de entretenimento e que essa é a postura habitual de um apresentador da mesma. Num programa de infoentretenimento é normal que o apresentador/jornalista dê a sua opinião, intervenha no testemunho de uma vítima e dramatize (mesmo sem nos apercebermos) a informação. E nesta missão de dramatização, para Canavilhas (2001) o pivô, que define como um ator, é quem detém o papel mais importante: de fazer com que o telespectador acredite na informação que lhe quer transmitir. Para Charaudeau & Ghiglione (2000: 100) é o apresentador que “(...) provoca para estimular a polémica, ironiza, chega a fazer palhaçadas (...)” e que controla o debate.

Boukes (2019) defende que este é um formato que se constitui como uma das principais fontes de informação política para muitos cidadãos, tendo a oportunidade de poder ser um contributo positivo para a democracia, ao despertar interesse político no público que de outra forma, não assistiria a notícias ou que não teria facilidade em

compreender assuntos políticos – por tornar a linguagem mais acessível, mais fácil de compreender sem ser necessário um grande exercício de raciocínio. “(...) O conteúdo político deve ser produzido numa variedade de estilos, modos e combinações de tópicos que correspondam às capacidades, experiências e interesses de todos, incluindo os cidadão “não-elite”. O infoentretenimento, indiscutivelmente, faz isso”, (Boukes, 2019:3). A cobertura de notícias pode revelar-se complexa e demasiado rápida para muitos cidadãos, que por isso tendem a desvalorizar a informação e ignorar a sua importância nas suas vidas – “enquadrar as notícias em termos abstratos e não através de experiências pessoais dificulta a compreensão, e a falta de apelos emocionais e vínculos óbvios com a vida pessoal impedem que as pessoas prestem a atenção necessária”, (Boukes, 2019:3). Por esse motivo, o infoentretenimento inclui uma variedade de características que ajudam a aproximar o público da informação.

Boukes (2019) divide o conceito de infoentretenimento em cinco categorias: softnews, notícias de opinião, sátira política, ficção política e *talkshows* de entretenimento. De acordo com o seu ponto de vista, o infoentretenimento não deve ser encarado como um único género, mas sim como uma “construção abrangente sob a qual é possível identificar vários géneros que combinam informação política e entretenimento num único veículo”, (Boukes, 2019: 4). Estas são cinco das categorias do infoentretenimento nas quais Bouke (2019) se foca no seu artigo, mas reforça que existem muitos mais formatos onde temos presente o infoentretenimento. Faz referência aos desenhos animados (como “Simpsons”, “South Park” e “Family Guy”) que abordam questões políticas, temas jornalísticos ou o próprio sistema democrático através do entretenimento. Sem que demos conta, assistimos diariamente a conteúdo que nos remete para um tipo informativo através do entretenimento, do “espetáculo”.

As softnews são “notícias leves” que geralmente abordam temas mais sensacionalistas, fazem parte do jornalismo e costumam distanciar-se de assuntos políticos ou abordagens mais complexas. Quando esse tipo de assunto é abordado através de softnews, recorre-se habitualmente a uma perspetiva mais humana, através dos “indivíduos afetados” no tema, realça Bourke (2019: 4) que exemplifica este aspeto através do seguinte argumento: “uma notícia sobre o governo reduzir o bem-estar social para cidadãos desempregados, por exemplo, não informará o público sobre a discordância entre as partes desse assunto ou as consequências para o orçamento nacional”. Em vez

disso, “entrevistará uma mãe solteira desempregada cuja situação financeira estará seriamente ameaçada pela nova política”. As notícias de opinião também são uma vertente do jornalismo, que são muito incluídas nos formatos de infoentretenimento através de comentadores, por exemplo. Comentários sobre política, crimes ou temas banais que façam parte da vida do telespectador costumam gerar a aderência do público, a quem é permitido ver “(...) as suas opiniões serem reafirmadas” ou uma “busca pela verdade” sobre as suas crenças, (Boukes, 2019: 5).

A sátira política também costuma estar presente em programas de infoentretenimento, como uma forma de abordar temas políticos e mais “pesados” de uma forma mais simples, acessível e leve. Para Boukes (2019: 6) a sátira política permite que os críticos desempenhem um papel que não é “autorizado” aos jornalistas, permite-lhes que “questionem aqueles que estão no poder” e que resistam “às formas profissionais que os políticos (...) desenvolveram para lidar com os media tradicionais” e os “jornalistas regulares”. De acordo com a sua visão, a sátira procura a verdade política através da examinação feita sobre os líderes políticos, exige uma participação devidamente informada e “encoraja o renascimento da investigação jornalística”, (Boukes, 2019: 6). Já a ficção política, outra categoria do infoentretenimento que o autor enumera, é para si a que menos obrigatoriedade tem em retratar a verdade. Trata-se de um género que retrata a realidade política através de elementos fictícios que mesmo não sendo reais, se relacionam com a vida real e se focam na personalidade dos líderes políticos como a conhecemos.

Boukes (2019) destaca ainda os *talkshows* de entretenimento como a categoria do infoentretenimento onde os produtores têm como objetivo entreter o público através de um ambiente agradável e acolhedor. Como exemplo fala de dois programas deste género de êxito nos Estados Unidos da América, “The Ellen DeGeneres Show” e “The Oprah Winfrey Show”. Exemplos de sucesso que chegaram à Europa, que eram transmitidos durante o dia e em horário nobre e que a maioria de nós conhece. Em ambos os programas (e em muitos dos que integram esta categoria) são convidados com frequência candidatos políticos, artistas e personalidades famosas, com as quais são debatidos não só temas sobre a sua carreira e a sua vida pessoal, mas também tópicos políticos, por exemplo. As entrevistas são abraçadas muitas vezes por performances musicais, jogos didáticos e brincadeiras entre o apresentador e o convidado. E isto permite ao público que se divirta,

que preste atenção e que se sinta acolhido pelo programa. Boukes (2019: 6) realça até o facto dos políticos aproveitarem este tipo de formato, mais descontraído, especialmente em períodos de campanha eleitoral, para “atingir outros públicos” e para se retratarem “de uma maneira mais positiva do que é possível em veículos jornalísticos”. Neste formato é muito improvável que os convidados sejam surpreendidos com questões/temas sem terem conhecimento prévio, para garantir que estão preparados para a entrevista e que conseguem causar “boa impressão”, as entrevistas são mais descontraídas e menos críticas. Contudo, Boukes (2019: 6) sublinha uma desvantagem – “por causa do clima informal e aconchegante desses programas, os políticos têm que adaptar o discurso que costumam ter em público (racional e sério) ao formato – caso contrário podem ser vistos como frios e impessoais”. O mesmo acontece com qualquer outra personalidade conhecida, se for acessível e simpática para com o apresentador vai obter muito mais empatia e atenção por parte do público do que se demonstrar arrogante e inacessível. Além disso, a presença de público em estúdio em muitos destes programas também desempenha um papel fundamental para a adesão dos telespectadores. Como Brants (2005: 50) refere, neste tipo de formato “as audiências participam ativamente, mostrando aplauso ou reprovação”.

O *talk show* é provavelmente o tipo de formato onde a presença do infoentretenimento é mais óbvia. Hoje em dia é bastante habitual vermos este tipo de programa em todas as grelhas de programação, de todos os países e em quase todos os canais. A sua popularidade é proveniente da televisão americana e a sua origem situa-se entre os anos 50 e 60 do século XX. O termo «*talk show*» surgiu com “o propósito de designar qualquer programa com base na conversação”, (Lourenço, 2017: 42). No início, este formato estava relacionado com a informação e o jornalismo, era o palco de debates e entrevistas que pretendiam ter um papel educativo na sociedade. Contudo, por estar presente numa grelha de programação que integrava conteúdos de entretenimento, o *talk show* acabou por adotar outro modelo de apresentação – com um apresentador divertido, aplausos e risos do público, humor e convidados relevantes para a audiência, (Silva, 2009). Surgiu um programa onde “o espetáculo se sobrepõe à palavra, embora a conversa entre os participantes continuasse a ser considerada o elemento principal”, (Lourenço, 2017: 42). Segundo Timberg (apud Rato, 2009: 52), “foram transmitidos mais de duzentos *talk shows* na televisão norte-americana”, sendo que entre 1949 e 1973 “quase metade de toda a programação diurna nos três canais principais, nomeadamente ABC,

CBS e NBC, se centrava na interação conversacional e que cerca de quinze a vinte por cento do horário noturno era dedicado à transmissão destes programas”. Essa popularidade propagou-se pela Europa e por todo o mundo, sendo ainda hoje um dos formatos mais comuns no meio televisivo.

Para Rato (2009: 54), ao longo da evolução do formato de *talk show*, “(...) surgiram apresentadores proeminentes, cujo sucesso e percurso profissional permitem concluir que os *talk shows* são programas construídos, essencialmente, a partir de personalidades marcantes e influentes e condicionados pelos agentes económicos, tecnológicos e culturais de cada época”. A autora destaca ainda duas subcategorias dentro deste formato: os *talk-show* diurnos e os *talk show* noturnos. Estas subcategorias dividem os programas da manhã (os típicos *morning shows*) e da tarde, dos programas da noite (também conhecidos como *late night shows*). O formato diurno inclui geralmente temas atuais e de interesse público, assim como convidados (que podem ser personalidades conhecidas ou especialistas) que possam ter relevância sobre o assunto. Já o formato noturno tende a incluir entrevistas com celebridades, música e conteúdo mais didático. Contudo, “apesar de apresentarem formatos diferentes e, conseqüentemente, características distintas no que diz respeito aos temas, tipo de convidados, estilos comunicativos e horários de transmissão”, Rato (2009: 54) realça que o que une e classifica estas subcategorias é o facto de se basearem na entrevista, de carácter informal e descontraído, onde é hábito abordar temas da vida pessoal das celebridades ou aspetos sobre a sua personalidade que acabam por criar uma certa expectativa no público.

“Neste género informal de entrevista, o apresentador seleciona um conjunto de assuntos para serem focados que podem surgir de forma aleatória no decorrer da entrevista. Os convidados, por outro lado, podem ter algum controlo sobre os temas tratados, uma vez que podem mencionar assuntos que não foram apresentados pelo apresentador. Além disso, podem ser incentivados a falar durante algum tempo para, por exemplo, ilustrar uma experiência pessoal ou fundamentar uma opinião com anedotas, explicações ou pequenas histórias. (...) No entanto, apesar de ser uma das formas de entrevista televisiva mais espontânea e flexível, acaba por ser (...) uma interação verbal muito complexa, organizada e planeada, dependente de vários fatores institucionais que a influenciam”, Rato (2009: 59).

Este formato cria, desta forma, uma “televisão que se distingue por se focar no indivíduo, onde assuntos do foro íntimo de cada um viraram assunto na esfera pública”,

como define Lourenço (2017: 46). Neste processo, o apresentador é quem tem o papel mais importante – é quem modera a conversa, quem guia os temas e “do ponto de vista do marketing, (...) a “marca” que vende o produto”, sendo a sua fama e popularidade “(...) também fulcrais nas negociações contratuais com publicitários e executivos dos canais televisivos”, (Rato, 2009: 65). À partida, quanto mais famoso for o apresentador, mais audiência conquistará. A sua relação com o público é, portanto, fundamental. É o apresentador que deve estabelecer uma ligação com o telespectador, que espera confiar e acreditar na pessoa que está dentro do pequeno ecrã televisivo, para lhe proporcionar uma boa experiência. Nos *talk shows* que têm presente uma plateia no estúdio, a interação com o apresentador é muito importante – seja para bater as palmas, para garantir mais drama a um tema polémico ou perturbante, ou para simplesmente responder às suas provocações/brincadeiras. É claro que perante cada formato, cada convidado e cada assunto, cada apresentador se molda ao seu próprio estilo de entrevista e interação, (Haarman apud Rato, 2009), mas de modo geral, todos acabam por contribuir para um sentimento de proximidade. A entrevista decorre quase sempre como se o apresentador e o convidado fossem amigos, num clima de confiança mútua e num espaço onde ambos se podem sentir à vontade. Como Silva (2010: 5) refere, a conversa “(...) aparece enquanto prática da vida cotidiana na qual os indivíduos podem despir-se emocionalmente, revelar os seus segredos, encontrar interesses comuns e partilhá-los.”

Em Portugal o formato de *talk show* apareceu pela primeira vez na grelha televisiva em 1969, com a estreia do programa revolucionário da RTP, “Zip Zip”, apresentado por Raúl Solnado, Carlos Cruz e Fialho Gouveia, e gravado no Teatro Villaret, durante a liderança de Marcello Caetano. Gravado em falso direto e transmitido dias depois, (Torres, 2011: 50), o “Zip Zip” veio quebrar o formato convencional dos programas portugueses. Como o primeiro *talk show* português, conquistou a sociedade com entrevistas a “(...) figuras de quem a maioria dos portugueses nunca ouviu falar: intelectuais, escritores, nomes da música clássica e música popular, ao lado de jovens desconhecidos de viola a tiracolo e de gente com profissões humildes e de falar incomum na televisão”, (Gomes, 2009). O “Zip Zip” era um programa destinado a todo o tipo de público, que incluía também todo o tipo de participantes, numa altura em que a censura ainda se fazia sentir. Desafiou instituições e personalidades que na época eram consideradas “intocáveis” com críticas e tornou-se parte da rotina dos portugueses – “os bilhetes para assistir às gravações esgotam-se semanas antes. Mais de um terço da

população fica em casa, à segunda-feira à noite, para ver o programa. As ruas esvaziam-se e as casas de espetáculos ficam sem público. O programa marca a agenda das conversas”, (Gomes, 2009).

Depois do “Zip Zip” muitos *talk shows* passaram pela televisão portuguesa. Programas como “Às 10”, “Ponto de Encontro” e “Praça da Alegria” da RTP, “SIC 11 Horas”, “Fátima” e “Companhia das Manhãs” da SIC, ou “As Manhãs da TVI”, “Olá Portugal” e “Você na TV” da TVI, marcaram o audiovisual português, (Nazareth, 2016). Personalidades como Teresa Guilherme, Júlia Pinheiro e Fátima Lopes foram pioneiras deste tipo de programas que se revelou um sucesso. Hoje em dia a televisão portuguesa continua a apostar em *talk shows*, que desde 1969 fazem parte da nossa rotina e provam a popularidade deste tipo de formato.

O infoentretenimento é habitualmente associado a um carácter sensacionalista devido a estas características e algumas mais. Isto porque a procura por dramatismo e emoção é um dos atributos mais comuns do sensacionalismo (quer seja através de som, imagem, palavras ou gestos). Além disso, como referido, no infoentretenimento aquilo que geralmente se considera apto para ser noticiado/debatido baseia-se em assuntos com impacto social (tragédias, guerra, política, cultura). A produção de um formato de infoentretenimento funciona, por vezes, como uma espécie de processo de dramatização sobre tudo aquilo que nela está incluído. Brandão (2006: 133) considera até que na vertente informativa “estamos a caminhar para uma dramatização da atualidade, para um universo trágico onde se destacam as catástrofes”. Segundo Aguiar (2008: 20), o infoentretenimento demonstrou ser “uma das mais eficientes estratégias de comunicação para fascinar e seduzir o público, visto elevar a potencialidade de entretenimento do acontecimento”. Talvez seja por isso que sempre provocou reações críticas contra o seu modelo. Se por um lado existe quem considere que este é um estilo que “cumprir uma função socializadora” e educativa “ao atingir um público de massa”, por “envolver o leitor para que tenha interesse em ler a notícia”, existe também quem critique o jornalismo sensacional que utiliza sensações e emoções. É principalmente por este carácter sensacionalista, que o infoentretenimento encara críticas e dúvidas sobre a sua credibilidade.

2. A Relação Entre o Infoentretenimento e o Jornalismo

O infoentretenimento é, atualmente, um dos formatos mais comuns no mundo da televisão, que faz parte do nosso quotidiano. Se ligarmos a nossa televisão a qualquer momento, é difícil não encontrarmos um programa de infoentretenimento em um ou mais canais. A sua popularidade é evidente entre as apostas de cada estação televisiva para alcançar grandes audiências. Porém, como já referido, a sua dimensão mais sensacionalista, quando comparada com o discurso jornalístico mais canónico, garante críticas frequentes por parte de muitos críticos deste meio. A oferta deste tipo de conteúdo é cada vez mais frequente, o que tem contribuído sobretudo para que a qualidade do jornalismo que integra seja questionada. Como Caiado (2014: 22) afirma, existe uma preocupação sobre a hipótese de o infoentretenimento poder estar a “transformar o universo dos media num mero espaço de entretenimento”. O infoentretenimento encarrega-se não só de entreter, como de informar o público. Perante esta responsabilidade, existe quem acredite que o infoentretenimento desempenha essa função da forma correta e quem defenda que contribui para uma sociedade desinformada, para além de colocar em causa os códigos deontológicos do jornalismo. Para refletir sobre a credibilidade do infoentretenimento e a sua relação com o jornalismo, importa analisar o papel da ética e deontologia na profissão de quem está encarregue de produzir e transmitir informação, assim como sobre a sua importância na sociedade.

2.1 – A Ética e Deontologia no Jornalismo

Na era em que vivemos, existe um pluralismo de oferta ao nível da informação e da forma como esta chega até nós. Interpretar e aplicar as reflexões éticas e deontológicas na área dos media é fundamental. O jornalismo é responsável por contribuir para a existência de uma sociedade informada e o seu papel é transmitir informação de forma verdadeira, honesta, imparcial e rigorosa. Como tal, o papel, a postura e o método de trabalho de um jornalista é fundamental e indispensável para que o seu trabalho não seja questionado. A forma como age, como recolhe informação e como a transmite influencia o seu público sobre assuntos que estabelecem o interesse público da sociedade em que nos inserimos.

O jornalista deve guiar o seu trabalho de acordo com os valores-notícia, que podemos considerar como as características de um acontecimento, que lhe permitem reunir as condições necessárias para se tornar um conteúdo informativo, uma notícia, (Wolf, 1985). Como tal, do ponto de vista deontológico, esta profissão assenta em quatro princípios fundamentais: o princípio ético profissional, que se deve basear na utilização da verdade e do sigilo profissional; o respeito pelos direitos do ser humano, como o direito à privacidade ou o acesso à informação; o respeito pela dignidade e pela ética profissional, que deve ter em conta durante o exercício da sua função.

O comportamento de um jornalista deve assentar na honestidade, na verdade e na imparcialidade. Quando refletimos acerca do papel da ética no jornalismo, levantam-se questões sobre as relações entre jornalistas, empresas jornalísticas, sindicatos de jornalistas e o público. Por vezes determinados costumes podem estabelecer-se como um obstáculo à deontologia da profissão - como a cobertura dos mesmos fatores, seguir os mesmos fenómenos, publicar os mesmos comunicados ou consultar as mesmas fontes.

O jornalista deve reger-se por valores universais como: respeitar a vida, promover a solidariedade, não mentir, não causar sofrimento inútil e defender os direitos humanos. Mas deve também seguir um conjunto de regras deontológicas que têm como objetivo controlar e guiar o exercício da sua profissão, com base em reflexões éticas. Sobre as regras deontológicas mais relevantes podemos sublinhar os seguintes: o jornalista deve “relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade e objetividade”; deve “combater a censura e o sensacionalismo”; lutar pela liberdade de expressão; agir perante a lei; agir de acordo com a sua consciência; deve identificar/proteger fontes - não deve “revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação”; deve “salvaguardar a presunção de inocência”; não deve humilhar; não deve “perturbar a dor”; e deve ser independente/imparcial (Lusa, 1993).

Além disso, o jornalista “deve respeitar a privacidade dos cidadãos, exceto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga valores e princípios que publicamente defende”; deve “rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credos, nacionalidade ou sexo”; “lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o

direito de informar”; utilizar meios fidedignos para “obter informações, imagens ou documentos e deve proibir-se de abusar da boa-fé de quem quer que seja” (Lusa, 1993).

2.1.1 – Os Critérios de Noticiabilidade

Durante o processo de preparação da informação e no desempenho das suas funções, o jornalista deve, em primeiro lugar, tentar responder à principal questão com que se debate sobre o jornalismo – “o que é notícia?”. Não podemos apenas ter em conta a responsabilidade da sua profissão, importa primeiro questionar o que deve ou não ser noticiado. Para responder à questão existem critérios de noticiabilidade, os chamados valores-notícia, os quais devem guiar a comunidade jornalística no desempenho das suas funções. Para Mauro Wolf (1985: 195), são centrais na definição de noticiabilidade.

“A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas - para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos é «excluído», por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional. (...) Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícia”, (Wolf, 1985: 189).

Embora hoje em dia, com a predominância do sensacionalismo na oferta de informação, possa parecer que tudo o que acontece na sociedade pode e deve ser noticiado, de acordo com estes critérios existem condições que são necessárias reunir até se decidir o que é transmitido ao público. São esses critérios que definem se um acontecimento ou assunto deve ser noticiado. Tal depende de fatores como a novidade, a notoriedade dos envolvidos, a atualidade ou a relevância. Galtung e Ruge (1965) são dois dos autores que tentaram definir esses critérios que influenciam o que é notícia. Enumeram doze fatores que explicam o que leva a que determinados temas e acontecimentos sejam noticiados: a duração do acontecimento; a dimensão do acontecimento; a clareza ou falta de dúvida; o significado; a consonância (no sentido de inserir algo novo numa ideia já existente, que corresponda àquilo que é esperado que aconteça); o que é inesperado; a continuidade de um assunto; a composição; referência a

elites; a relevância do ator do acontecimento; a referência a quem está envolvido no acontecimento (personalização); e a negatividade, que Traquina (2005:70) explica recorrendo à expressão “*bad news is good news*”. Aprofundando cada um destes critérios de noticiabilidade, Galtung e Ruge (1965) relacionam, em primeiro lugar, a duração do acontecimento com o espaço de tempo que o mesmo leva a desenrolar-se até obter significado e relevância. A sua dimensão deverá depender da amplitude que o acontecimento consegue ganhar antes de ser sequer registado e realçam que quanto mais evidente, claro e incontestável for o acontecimento, maior será o seu alcance, será muito mais facilmente notado e discutido.

Já sobre o significado do acontecimento, Galtung e Ruge (1965) consideram que pode existir mais do que uma interpretação - sobre a sua relevância e sobre a sua proximidade perante o recetor. A importância deste critério depende, portanto, do impacto que o acontecimento pode ter na audiência e a proximidade/identificação que poderá ser possível alcançar com o mesmo (como a proximidade cultural, por exemplo). Segundo a sua perspetiva, o que é novo sobre o acontecimento relaciona-se diretamente com uma perspetiva já existente, sobre o mesmo acontecimento. Como Traquina (2005:71) explica, é a relação entre um “novo acontecimento” e uma “velha narrativa”. Galtung e Ruge (1965) realçam também o facto de um acontecimento inesperado, que cause surpresa, que seja raro, ser muito mais impactante para o recetor. Se causa surpresa e é algo que não se esperava que acontecesse, atrai muito mais atenção.

Sobre a continuidade do acontecimento enquanto valor-notícia, Galtung e Ruge (1965:67) consideram que a partir do momento em que determinado assunto é considerado notícia e surge nos cabeçalhos dos media, mesmo que o seu impacto perca relevância entre o público, irá continuar a ser definido como “notícia” durante algum tempo. Ou seja, o acontecimento não perde essa caracterização. Outro valor-notícia é a referência a elites (nações ou personalidades) – assuntos relacionados com pessoas importantes na sociedade costumam cativar o interesse do público. Além disso, Galtung e Ruge (1965) consideram também que a notícia costuma ser apresentada numa frase que contém um sujeito que é responsável pelo acontecimento (uma pessoa ou um conjunto de pessoas), o que para si representa o valor-notícia de personalização. Por último, os autores destacam o fator de negatividade, que se relaciona com o facto de parecer existir uma preferência por notícias negativas. Esta é uma característica que podemos constatar ao

prestarmos atenção aos noticiários que fazem parte da nossa rotina. Galtung e Ruge (1965) consideram que as notícias negativas são mais explícitas/claras, por existir concordância sobre o que representam: algo negativo. Consideram ainda que são mais inesperadas do que notícias positivas, geram maior surpresa por representarem algo raro e novo e, por consequência, mais impacto no público.

Para Wolf (1985), os valores-notícia são utilizados, nas redações, de forma a permitir tomar decisões rápidas, sobre o que deve ou não ser noticiado. De acordo com a sua perspectiva, quanto mais simples e prático for o exercício de raciocínio do jornalista sobre o assunto, mais facilmente irá evitar incertezas sobre se fez ou não a escolha certa. Além disso, existe uma quantidade infinita de acontecimentos que podem ou não ser notícia. Como tal, ao existirem critérios flexíveis e práticos, mais fácil é a adaptação e a seleção de cada assunto. Devem ainda poder ser alvo de comparação, tendo em conta que a escolha sobre um assunto depende do que forem os restantes acontecimentos, também disponíveis para serem noticiados. Os critérios devem ser eficientes, devem garantir o reabastecimento de notícias de forma menos dispendiosa, mais prática e rápida possível – num modo geral, de forma quase automática.

Mauro Wolf (1985) distingue os valores-notícias em duas categorias: os valores de notícia de seleção e de construção. Os de seleção são referentes aos critérios utilizados pelo jornalista para selecionar um acontecimento. Wolf (1985) divide esta categoria em dois subgrupos - os critérios substantivos e os critérios contextuais. Os critérios substantivos consistem numa análise direta ao acontecimento sobre a sua importância ou interesse público enquanto notícia. Os critérios contextuais relacionam-se com o contexto de produção da notícia. Já os valores-notícia de construção funcionam como diretrizes, regras, que se devem utilizar na apresentação do assunto – “o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público”, (Wolf, 1985:195).

Galtung e Ruge (1965) incluem os dois tipos de valores-notícia na sua teoria, mas não fazem uma distinção clara entre ambos. Nelson Traquina (2005) faz uma distinção entre os valores notícia de seleção e de construção. Em relação aos valores-notícia de seleção, Traquina (2005) começa por se focar nos seus critérios substantivos. Nesta subcategoria, o primeiro valor sobre o qual reflete é a morte, um critério que parece ser

sempre relevante para o público – provoca choque, drama, negativismo. Quanto mais enigmática for uma morte, maior é a espectacularização em volta da mesma e mais destaque ganha nos canais noticiosos. Perante este valor, Traquina (2005) considera que a sua importância depende da notoriedade do ator principal do acontecimento, outro valor-notícia que se inclui nesta categoria. A importância dos atos de uma pessoa depende do seu estatuto na sociedade. Quanto mais elevado for o estatuto, maior relevância irá ter caso se envolva em algum acontecimento que possa ser notícia. No mesmo sentido, Traquina (2005) realça também o valor-notícia da proximidade – que pode ser geográfica ou cultural. Um acontecimento que mereça cobertura jornalística em Portugal pode não merecer no estrangeiro e vice-versa, pois irá depender de uma avaliação sobre a sua relevância em termos de proximidade geográfica ou cultural para o público específico a que a notícia seja direcionada.

Outro valor notícia, também referido por Galtung e Ruge (1965), é a relevância, que se relaciona com o facto de um acontecimento merecer ser noticiado porque representa uma preocupação do público. Se um assunto tem impacto sobre a vida das pessoas, o país ou a nação em que se inserem, deverá ter relevância suficiente para ser notícia. O fator novidade é um valor-notícia também muito valorizado pela comunidade jornalística, pois provoca espanto e interesse. O tempo é outro critério que importa – permite ao público estar a par da atualidade, sobretudo hoje em dia, que consegue aceder a uma informação nova a cada segundo que passa. E segundo Traquina (2005:81) este fator pode ser utilizado como um “gancho” para outro acontecimento relacionado com o mesmo assunto, como acontece com os aniversários ou efemérides, onde existe uma justificação para voltar a falar sobre determinada pessoa ou acontecimento.

Existe também o valor-notícia de notabilidade. A notícia deve incluir vários aspetos que cativam a atenção do público: o número de pessoas envolvidas no acontecimento ou a presença de personalidades importantes no mesmo, a inversão (algo que não é considerado normal), o insólito (de carácter cómico e invulgar), a falha (acidentes, por exemplo) ou o excesso ou escassez de pormenores da informação. Perante este valor existe, contudo, a hipótese de existir uma desvalorização sobre a verdadeira importância do acontecimento – “As notícias interessantes são as que procuram narrar um acontecimento com base na perspectiva do “interesse humano”, das curiosidades que atraem a atenção e o insólito. É esse critério de relevância – notícia interessante com

potencialidade de entretenimento – que se coloca em contradição com o critério da importância própria dos acontecimentos” (Aguiar, 2008: 23).

O valor-notícia de conflito (ou controvérsia) também pode surpreender e romper com a normalidade do dia. Consiste na existência de violência física ou simbólica, como acontece nas guerras ou em disputas entre líderes políticos, por exemplo. Segundo a perspectiva de Traquina (2005:84), a “presença da violência física fornece mais noticiabilidade e ilustra de novo como os critérios de noticiabilidade muitas vezes exemplificam a importância da quebra do normal”. Este fator relaciona-se ainda com o valor-notícia de infração, que se refere à desobediência sobre as regras e que realça mais uma vez a relevância do crime no mundo jornalístico, que faz parte dos noticiários diariamente. Como Traquina (2005) sublinha, um crime que seja mais violento vai envolver um maior número de envolvidos e por consequência garantir maior noticiabilidade ao acontecimento. Neste tipo de situações existe ainda o fator escândalo, fundamental para a comunidade jornalística por despertar uma sensação de interesse no público.

Ainda sobre os valores-notícia de seleção existem também, como já referido, critérios contextuais, que são relativos ao processo de produção das notícias. Em primeiro lugar, existe o valor-notícia da disponibilidade – referente a toda o gasto necessário para cobrir um acontecimento, à facilidade/dificuldade que pode existir ao fazê-lo e acima de tudo se vale ou não a pena, tendo em conta toda a logística envolvente para noticiar o acontecimento. Existe também o valor-notícia do equilíbrio, que deve ser aplicado quando algum acontecimento já tiver sido noticiado várias vezes ou há pouco tempo. Além destes, importa também destacar o valor-notícia de visualidade – é fundamental que existam imagens de qualidade, vídeos ou fotos, sobre o acontecimento. Este é um fator determinante ao selecionar um acontecimento enquanto notícia, que lhe garante muita noticiabilidade. A parte visual de um assunto capta muito mais atenção do que apenas a passagem de informação (Traquina, 2005). Talvez seja por isso que os noticiários televisivos atingem elevados níveis de audiência “em tempos de guerra e conflito”, como destaca Thussu (2007: 113) – “o dramático espetáculo visual de violência e morte chama a atenção e envolve o público como poucos outros assuntos (...), sejam causas humanas (guerras, tumultos, assassinatos), naturais (enchentes, terremotos, furacões) ou ambas (fomes)”.

A concorrência é também um critério fundamental. Os jornalistas estão, por norma, atentos ao trabalho dos seus concorrentes e quando uma consegue um conteúdo exclusivo, uma notícia em primeira mão, existe a percepção de que tal aumenta a atenção do público. Porém, a pressão para ser o primeiro a noticiar determinado acontecimento “pode criar uma tendência entre os canais de notícias de sacrificar a profundidade em favor do alcance mais amplo e rápido das notícias ao vivo para um público cada vez mais heterogéneo. Existe o perigo de esse aspeto da cultura noticiosa poder ser prejudicial para a qualidade das notícias” (Thussu, 2007: 114). E além disso:

“Os jornalistas de televisão trabalham sob a tremenda pressão de 'prazos a cada minuto', deixando-os com pouco tempo para investigar e pesquisar minuciosamente uma história antes de ser transmitida, uma situação particularmente problemática no momento de um conflito quando desinformação, rumores e meias-verdades são inevitavelmente misturadas com informações precisas. (...) Na ausência de novas informações sobre um evento em andamento (...) os jornalistas podem, às vezes, usar fontes não identificadas, entrar em especulações duvidosas ou produzir reportagens distorcidas influenciadas por boatos” (Thussu, 2007: 114).

Por último, dentro dos critérios contextuais existe ainda o valor-notícia que Traquina (2005) caracteriza como dia noticioso. Existem dias em que não vão existir notícias com grande valor, da mesma forma que existem dias em que a atenção sobre um acontecimento importante irá ser substituída por algo ainda mais importante e imprevisto. Vai depender do que possa acontecer nesse dia.

Passando aos valores-notícia de construção, importa explicar que consistem em critérios utilizados para selecionar elementos que devem ser incluídos na notícia. Um deles é a simplificação – quanto mais fácil de compreender e menos complexo for o acontecimento, mais notável irá ser perante o recetor. Como Traquina (2005) destaca, os jornalistas procuram escrever as notícias de forma acessível a todos, simplificada e de modo a que possam ser facilmente compreendidas. Existe também o valor-notícia de amplificação, que também faz parte da identificação de critérios feita por Galtung e Ruge (1965). Sobre este, importa compreender que quanto mais amplificada for a forma como determinado acontecimento é noticiado, mais importante irá ser a informação. Acontece o mesmo com o valor-notícia de relevância. O jornalista cria relevância sobre o assunto, faz com que as pessoas se identifiquem ou achem determinado assunto importante, para

que prestem atenção à sua cobertura jornalística. Outro valor também presente na teoria de Galtung e Ruge (1965) é a personalização feita sobre o acontecimento no que diz respeito aos aspetos negativos ou positivos sobre o mesmo, ou à valorização de quem está envolvido. Existe também o valor-notícia da dramatização, que se baseia em reforçar os aspetos mais marcantes, reforçar a vertente emocional ou de conflito, sobre o acontecimento. E por último, existe o valor-notícia de consonância – se uma notícia se inserir num contexto já conhecido pelo público, mais importante poderá ser. É uma informação nova sobre algo, o que chama sempre à atenção do recetor.

Embora os valores-notícia sejam fundamentais no processo jornalístico de produção de notícias, a política editorial da organização em que o jornalista se insere também tem impacto no processo de seleção de acontecimentos. “Os repórteres têm de seguir as instruções de seus editores e produtores para ir ao ar e fornecer as imagens mais dramáticas e envolventes para superar as redes de notícias rivais”, (Thussu, 2007: 114). A interpretação sobre esse processo depende não só do jornalista como da organização. O mesmo acontecimento pode ser visto de acordo com diferentes perspetivas sobre o seu valor e a sua noticiabilidade, por cada jornalista/organização. Aspetos financeiros, por exemplo, também podem ter impacto naquilo que cada organização pode cobrir. Para concluir, Traquina (2005: 96) destaca que “à pergunta “o que é notícia?” a resposta dos membros da tribo jornalística não é científica, aparece como instintiva e permanece quase como uma “lógica não explicitada”. Neste sentido, os valores-notícia fornecem as linhas guia sobre as quais o processo de criação da notícia se pode guiar, mas não garantem uma “fórmula” exata de como se deve processar, por envolver diversos fatores.

Estamos perante uma evolução da forma como a informação nos chega e o infoentretenimento faz parte da mesma. A priorização de oferta de conteúdo sério e relevante já não existe, perdeu lugar para a oferta de assuntos cativantes, mesmo que sem relevância. Perante esta mudança, Patterson (2000) defende que as notícias se dividem em duas categorias, as *hardnews* (sérias) e as *softnews* (leves). As *hardnews* são aquelas que se referem a acontecimentos que incluem personalidades importantes como líderes políticos e assuntos de preocupação pública-geral – acontecimentos que contêm algo que perturbe ou que se relacione com a vida do telespectador (desastres naturais, guerras, etc.). Por outro lado, as *softnews* são geralmente de carácter sensacionalista (notícias que causam uma sensação), focam-se sobretudo numa só personalidade, com uma menor

evidência de base temporal e baseadas em acontecimentos insólitos, por vezes de carácter cómico, por exemplo, (Patterson, 2000). São estes dois tipos de notícias que constituem o infoentretenimento.

Durante o processo de seleção do que deve ser noticiado ou não, os jornalistas devem ter o cuidado de não ceder ao sensacionalismo, de não tornar uma notícia num “espetáculo” e respeitar o rigor e seriedade com que o jornalismo deve ser encarado. Contudo, com a ascensão do infoentretenimento, os conteúdos que tinham como objetivo informar e relatar a realidade dos factos, cedem à tentação de entreter o público. Como consequência, muitas das vezes as regras deontológicas do jornalismo acabam por não ser respeitadas. É por isso que, por vezes, os jornalistas veem-se obrigados a entregar a sua carteira jornalística, ao preferirem produzir conteúdo que não está de acordo com os valores éticos e deontológicos da sua profissão. Além disso, “o modo como os acontecimentos são tratados para se tornarem notícia está, sem dúvida, muito ligada ao entretenimento, e isso faz com que exista, uma clara aproximação, a formatos de base sensacionalista”, (Brandão & Morais, 2012: 256). O infoentretenimento é um género informativo que prioriza o espetacular - para além de oferecer informação, oferece sensações, o que faz com que muitas vezes certas características-base do jornalismo sejam desvalorizadas e postas de parte. Por esse motivo, surgiram dúvidas em relação à sua seriedade e ao seu papel na sociedade.

“Mergulhamos no domínio privado da vida pública, e afundamo-nos em notícias de interesse humano onde vigora o senso comum e uma linguagem “massmediática”, sendo que muitas vezes somos aludidos por peças exaustivamente editadas e acompanhadas de textos dúbios, que maximizam a nossa compaixão e nos deixam com a noção de que vemos noticiários repletos de “desgraças” (...). Neste sentido, [sobre o infoentretenimento] surge também outro problema: o de não oferecer uma imagem completa do mundo, pois a realidade televisiva é retratada e construída segundo a lógica do espetáculo” (Brandão & Morais, 2012: 256).

2.2 – As Dúvidas sobre o Infoentretenimento

Existe quem encare o infoentretenimento como uma mais-valia no campo da informação, como um formato dinâmico que oferece a informação através de uma forma

mais acessível a todos. E existe quem considere este um formato que desvaloriza a seriedade do jornalismo, a respeitabilidade com que determinadas informações devem ser transmitidas e que considera a junção do ato de entreter com o ato de informar, algo prejudicial para uma sociedade devidamente informada. A prioridade parece ser divulgar informação que prenda a atenção do público, daí muitas vezes se recorrer à espectacularização da mesma. As estações televisivas e as fontes noticiosas procuram transmitir imagens que despertem emoção, choque e curiosidade no seu público, de forma a que isso capte a sua atenção e interesse. Quando o infoentretenimento começou a ganhar popularidade, a expectativa sobre o formato era “a de um crescimento da importância do sensacionalismo e das notícias de interesse humano, seguindo o exemplo da imprensa tabloide (...)” (Brants, 2005: 46). As dúvidas sobre estes aspetos mantêm-se.

Canavilhas (2001:4) afirma que um espetáculo se baseia em dois fatores: “uma atividade que se oferece e um sujeito que a contempla”, o que pode servir como uma analogia à forma como o infoentretenimento se processa. Para este autor, a dramatização da informação no infoentretenimento baseia-se na espectacularização da notícia, em que o telespectador prioriza o que é insólito, excepcional ou chocante. Brandão & Morais (2012) destacam quatro fatores relacionados com a espectacularização presente nos noticiários de canais generalistas: a seleção de dramas humanos, a reportagem em direto, a dramatização e os efeitos visuais utilizados na construção da imagem.

Com a seleção de acontecimentos chocantes, os noticiários conseguem explorar os sentimentos do telespectador e suscitar emoções ou insegurança, de forma a criar uma aproximação com o público e a despertar a sua atenção. “Ao consumirmos televisão, em particular os telejornais (...), ficamos com a sensação de que vivemos rodeados pelo perigo porque o número de notícias que trata ou está relacionado com esse tipo de temática é tão elevado, que não nos deixa margem para refletir nos poucos conteúdos positivos que o noticiário passa”, (Brandão & Morais, 2012: 257). Na cobertura de guerra, por exemplo, embora exista “um esforço jornalístico difícil”, “a demanda por notícias ao vivo 24 horas por dia, 7 dias por semana, bem como a competição entre provedores de notícias, pode levar à sensacionalização e banalização de situações muitas vezes complexas e à tentação de destacar o valor de entretenimento nas notícias”. Esta constante seleção de acontecimentos deste género que inclui “(...) imagens emocionantes e repletas de ação e imagens dramáticas, guerras e conflitos civis são particularmente suscetíveis ao

infoentretenimento” (Thussu, 2007: 113). A cobertura de guerra é um bom exemplo porque embora a sua cobertura seja dispendiosa, costuma garantir retorno aos media, pois os telespectadores parecem sempre querer saber mais sobre aquilo que lhes pode ser uma “ameaça”. Porém, importa não esquecer que, perante a competição dos canais televisivos sobre a audiência, “os jornalistas estão sob tremenda pressão para tornar as reportagens de guerra divertidas. Após a empolgação inicial de uma campanha militar, o público tende a perder o interesse pelas guerras, forçando os repórteres a incluir um elemento de interesse humano na sua cobertura” (Thussu, 2007: 118).

A reportagem em direto, “com recurso ao enquadramento local, se possível na hora do acontecimento, tirando partido da emoção oferecida pelo repórter no papel de testemunha ocular” (Canavilhas, 2001: 5), garante um fator fundamental nesta tentativa de aproximação com o público: realidade. Neste caso o telespectador tem acesso, em direto, a imagens completas transmitidas de forma real e muitas das vezes às emoções do próprio jornalista. O fator realidade, relacionado com a transmissão em direto, é também bastante importante do ponto de vista da veracidade do acontecimento. Por outro lado, o cenário onde é apresentada a informação é também relevante para a seriedade com que o telespectador encara a mesma.

Em termos visuais, não é difícil manipular o que é visto, o que facilita o processo de espectacularização: ao poder decidir mostrar determinadas imagens e ocultar outras, a sua ordem ao longo da peça e a sua sequência, torna-se fácil “explorar a vertente espetacular da notícia. (...) Uma frase bombástica a abrir, um pequeno oráculo a dizer "exclusivo", uma filmagem em contraluz ou uma voz distorcida, são alguns dos elementos que despertam a atenção (...).», Canavilhas (2001: 7). É aqui que entram os efeitos visuais – que incluem a “montagem e pós-produção” dos conteúdos “com manipulação do acontecimento através da seleção das imagens mais elucidativas”, duas particularidades fulcrais no processo de espectacularização da notícia, (Canavilhas, 2001: 5) possíveis através de determinados movimentos de câmara, música dramática ou recursos de edição. A dramatização é também um aspeto fulcral durante a espectacularização do acontecimento. Através de gestos, da postura e da linguagem (volume, tom e ritmo de voz) é possível emocionar e reforçar as imagens que são transmitidas. Canavilhas (2001) realça cinco aspetos da dramatização: o exagero, a oposição, a simplificação, a deformação e a amplificação emocional.

Neste processo, importa que o jornalismo não se desvie da sua regra mais importante – relatar os factos com base na verdade, na realidade – e que consiga transmitir uma mensagem perceptível apesar do apelo à emoção do telespectador, para que o mesmo possa entender a informação no seu todo. Canavilhas (2001) destaca o facto de ser difícil representar a realidade. Segundo a sua perspectiva, a construção da realidade televisiva “exige que se dê uma ênfase especial ao conteúdo dramático e emocional, cumprindo, no entanto, duas regras fundamentais”: a garantia de uma “compreensão universal do discurso” e a procura por uma linguagem “simples e próxima da fala de rua” (Canavilhas, 2001: 5). Sobre a compreensão do discurso, importa destacar que a realidade televisiva deve garantir os recursos mínimos para que o telespectador compreenda a mensagem.

Canavilhas (2001:5) sintetiza três processos que garantem a compreensão da realidade por parte do público: a simplificação (através da redução do número de personagens/situações que fazem parte do acontecimento e da eliminação de elementos que sejam difíceis de compreender); a separação do acontecimento em duas partes: o bem e o mal; e a atualização/modernização (falar sobre uma personagem/situação passada, no presente, de forma a garantir uma perceção mais rápida). Segundo a sua interpretação, estes três fatores garantem um raciocínio mais simples por parte do telespectador e contribuem para uma compreensão mais fácil. A utilização de uma linguagem mais simples e próxima da fala de rua permite uma aproximação com o telespectador. Canavilhas (2001:5) considera este fator, que existe nos leads de notícias, apelativo. A informação que podemos ler nos leads de notícias que surgem no nosso televisor ao assistirmos aos noticiários é simples, sucinta e fácil de compreender - de forma curta e direta transmite ao público de que se trata o acontecimento abordado, sem que este tenha de refletir muito para chegar a essa conclusão e de modo a que rapidamente este perceba se é do seu interesse, ou não.

Os pivots acabam muitas vezes por se esquecer do papel imparcial que devem ter enquanto jornalistas, demonstrando emoções e recorrendo a uma escrita e linguagem emotiva, menos factual e neutra. Com o infoentretenimento, “apresentações com dois pivots, especialmente nas notícias do período diurno, passaram a ser vulgares nos canais públicos”, onde o apresentador passou a assumir “características de vedeta, comportando-se de acordo com esse padrão. Em vez do arquétipo da inteligência e da independência, pilares do serviço público”, os apresentadores entraram “no mundo da cultura popular”,

onde é possível tão depressa apresentarem um noticiário como um *reality show* (Brants, 2005: 47). Como Mesquita (2003:102) refere, o pivot pode ser identificado como um “ator que assume o papel principal” e que “olha o telespectador nos olhos”. A sua postura, o seu ar afetado com alguma informação e a sua linguagem têm um papel fundamental na transmissão dos factos ao telespectador. A forma como os acontecimentos são relatados está, portanto, mais relacionada com a vertente de entretenimento, o que contribui para que exista uma proximidade com conteúdo sensacionalista. No que toca ao recurso à dramatização para captar a atenção do telespectador, o pivot tem o papel de personagem principal – afinal de contas, a sua função é transmitir informação que seja encarada pelo público como confiável e verdadeira. Como referido, tudo na sua postura vai influenciar a forma como quem assiste encara o acontecimento, a informação. Não só pela sua linguagem como pelos movimentos corporais, expressões faciais e vocabulário que indique de alguma forma a sua opinião em relação a algo.

Canavilhas (2001:6) encara a dramatização da notícia como uma “fachada” para transmitir o acontecimento com mais clareza. Essa “fachada” depende de dois aspetos: o cenário e a “fachada pessoal” do apresentador. Os estúdios de noticiários têm, habitualmente, cores sóbrias, sonoridades dramáticas, de suspense ou emoção. O local onde o pivot se insere tem, portanto, um papel fundamental, da mesma forma que a fachada pessoal do próprio. Com o termo “fachada pessoal”, Canavilhas (2001:6) refere-se ao conjunto de características expressivas do pivot – o ritmo e modulação da voz, a gesticulação e as reações à própria informação que transmite. Para o autor, esta fachada pessoal divide-se em duas características: a aparência, que se relaciona com o *status* social do pivot e a maneira de agir, que define como os “estímulos que funcionam no momento de nos informar” (Canavilhas, 2001:6). Estes estímulos incluem atitudes como rir-se depois de dar uma notícia de carácter cómico ou mostrar-se afetado depois de noticiar um acidente, por exemplo. Este tipo de atitude acaba por garantir uma espécie de confiança, aproximação e credibilidade junto do público, que muitas vezes se identifica com os “pensamentos” do pivot.

Muitas das críticas que recaem sobre o infoentretenimento baseiam-se no facto de, ao oferecer a informação com recurso a emoções, através do espetacular, muitas vezes, do sensacionalismo, se passe de “uma televisão baseada na oferta para uma televisão assente na procura, na sua estreita ligação ao mercado, ou seja, para a «neotelevisão», que

se caracteriza por uma vontade acrescida de comunicar a todo o custo”, como afirma Brandão (2012: 9). No nosso quotidiano, assistimos cada vez mais a conteúdos de carácter sensacionalista em todo o tipo de programas televisivos, e essa é uma das principais advertências sobre este tipo de formato. David Altheide (*apud* Brandão & Morais, 2012: 260), considera que o “enquadramento do problema” que o jornalista faz está associado ao medo enraizado na sociedade. De acordo com a sua perspetiva, quando uma notícia é sobre questões relacionadas com criminalidade e violência, é capaz de provocar medo na população, mas também um “bom entretenimento, muitas audiências e a ideia de um mundo muito conturbado” através da imagem visual que é transmitida ao telespectador, como afirmam Brandão & Morais (2012: 260). Além disso, o autor considera que desta forma “os formatos de notícia (...) quase não permitem uma contextualização da notícia, o que é essencial para se entender um acontecimento em vez de se “apreciar” apenas o seu aspeto dramático”, (Altheide *apud* Brandão & Morais, 2012: 260). Por vezes, é dada ênfase a aspetos superficiais do acontecimento que, embora impactantes, negligenciam o contexto do que ocorreu e não garantem uma análise completa sobre os factos.

Ao elemento da criminalidade/violência, Canavilhas (2001:8) adiciona mais “ingredientes” que fazem parte da “fórmula que faz subir audiências” com base no sensacionalismo – o inesperado, o surpreendente, o falso exclusivo e o dinheiro. Faz ainda referência às perspetivas de duas escolas televisivas – a anglo-saxónica e a latina. A perspetiva anglo-saxónica define o sensacionalismo como a oferta de factos comprovados e controlados, mas que abordam apenas “pormenores mais interessantes do ponto de vista das audiências”, (Canavilhas, 2001:8). Já na perspetiva latina, esquece-se muitas vezes a confirmação dos acontecimentos e recorre-se, se necessário, “às muletas “cerca de” ou “segundo fontes bem colocadas”, tecendo-se comentários com base em suposições”, (Canavilhas, 2001:8). Além do sensacionalismo, enumera ainda três características sobre o infoentretenimento – a ilusão do direto, a uniformização e os efeitos perversos. Na sua perspetiva, o espetáculo atinge o seu auge quando ao direto se junta o imprevisto, tendo em conta que “a maximização da emoção é transmitida via informação em tempo real”, (Canavilhas, 2001:8). A oferta de informação em direto impossibilita o olhar sobre outras perspetivas, outros pontos de vista: “A falta de *background* conduz à uniformização do comentário e à redundância, já que o acontecimento é apenas o momento”, (Canavilhas, 2001:8). Por último, o julgamento feito sobre os acontecimentos sem ter em conta os precedentes podem constituir-se um efeito perverso do infoentretenimento porque “sendo

a informação mais rápida que a justiça”, o telespectador pode ser “induzido a efetuar o ser próprio juízo, fazendo com que o próprio julgamento fique desde logo condicionado” (Canavilhas, 2001:9).

As dúvidas sobre o papel do infoentretenimento recaem ainda sobre o facto de a informação poder ser desvalorizada em prol do entretenimento, sobre a possibilidade de existir uma priorização sobre esta segunda vertente que impossibilite também a produção de conteúdo que seja sério, mais pormenorizado e que permita a compreensão total sobre os factos e a informação. E como afirma Aguiar (2008: 17), “essa discussão pode ser vista como uma oposição entre, de um lado, a seriedade como um modelo de produção de informação e de outro, o entretenimento enquanto um modo de construção da linguagem jornalística capaz de atrair mais leitores e viabilizar economicamente a imprensa”. Isto porque a busca pelo aumento das audiências e pelo lucro sobrepõe-se muitas vezes a estes cuidados a ter com a produção de formatos de infoentretenimento que não desvalorizem a informação e que não priorizem a “eficiência económica em detrimento do bem-estar público”, (Nguyen (2012: 707). Esta sede de lucro pode levar a que exista um favorecimento da produção de conteúdo sensacionalista, tendo em conta que tendencialmente garante mais rendimento. Pelzer & Raemy (2022: 557) afirmam até que o infoentretenimento parece ter-se tornado “cada vez mais necessário para financiar o jornalismo e servir as necessidades do público”, contudo, “corre o risco de marginalizar a informação para o interesse público e de criar uma realidade distorcida”. O ato de informar através do “espetáculo”, ao entreter, deve, por isso, concentrar-se num meio termo entre as duas vertentes, de forma a garantir um equilíbrio entre ambas e possibilitar a existência de uma sociedade informada e culta, capaz de desenvolver cada cidadão com as capacidades necessárias para participar no debate sobre problemas comuns da sociedade.

Brants (2005) reflete sobre o papel do infoentretenimento perante a informação política e a democracia. A política também faz parte deste formato, como já referido, e a presença de líderes políticos em programas de infoentretenimento, muitas vezes em *talk shows*, é bastante normalizada e frequente – “Pode haver mais informação sobre as qualidades de um candidato num *talk show* do que temas de substância e de política num programa de informação ou de assuntos correntes” (Brants, 2005: 52). Como Thussu (2007: 164) afirma, “a chamada ‘nova televisão política’ começou a explorar múltiplos

caminhos para apresentar a política de maneiras imaginativas, tratamentos que podem oferecer vozes, posições e perspectivas que não se encontram nas apresentações tradicionais da política na televisão”. Talvez porque “com a fragmentação das audiências, os políticos sentem-se mais ou menos obrigados a usar todos os canais de informação política disponíveis” e “(...) para além dos políticos se centrarem mais nos programas de entretenimento, os próprios géneros de programas também mudaram” (Brants, 2005: 47-48). Isto acontece mais nos canais públicos do que nos privados. Mas esta integração pode desenvolver alguns perigos, que o autor enumera:

“Tendo em conta os prós e os contras, é necessário perceber de que perigo se trata. O *infotainment* ou a popularização da política na televisão é, segundo creio, problemática em três aspetos: em primeiro lugar, se constitui a principal forma pela qual a política é representada; em segundo, se leva a que se omitam outros aspetos; em terceiro, se conduz a uma distorção da imagem da política. Ora, nenhum desses aspetos parece aplicar-se incondicionalmente” (Brants, 2005: 52).

Embora o tratamento deste tipo de informação em programas de infoentretenimento faça parte da realidade política atual, importa refletir sobre as desvantagens que podem surgir. Sobretudo quando líderes políticos aproveitam *talk shows* ou formatos do mesmo género para reforçar a sua campanha eleitoral, por exemplo. Nesse caso, será:

“(…) Preocupante que a estratégia de uma campanha seja focada no *infotainment*, como forma de evitar o escrutínio profissional por parte dos jornalistas que cobrem a atividade política. Pior ainda se o objetivo for enganar ou esconder algo do público, não dizendo tudo o que há para dizer e, portanto, projetar uma imagem que, se fosse desvendada, poderia levar as pessoas a votar de maneira diferente. Uma das funções principais do jornalismo numa democracia participativa – responsabilizar os detentores de cargos públicos pela maneira como exerceram o poder – não seria, então, cumprida”, (Brants: 2005: 52-53).

Ainda assim, o infoentretenimento também é encarado como algo que é natural num meio de comunicação como a televisão, por fazer parte daquele que é o principal propósito deste meio, entreter as pessoas (Lourenço, 2017). Como Brandão (2012: 165) afirma, os telejornais de hoje em dia são como um espaço onde “se misturam perigosamente a informação com ficção, emoção, dramatização, sensacionalismo”, e onde se valoriza sobretudo a “espetacularidade da notícia”. Tendo em conta isto mesmo,

“retirar então o lado emotivo – próprio da esfera do entretenimento (...) seria extrair algo que é natural e intrínseco da televisão” (Lourenço, 2017: 28). As opiniões a favor do infoentretenimento defendem que “à medida que as escolhas dos meios de comunicação proliferam e as audiências se fragmentam (...), não há melhor forma de manter uma audiência nas notícias do que dar às pessoas aquilo que elas parecem querer e consumir em grandes números” (Nguyen, 2012: 707). Também Aguiar (2008: 23) afirma que “(...) para informar o público é necessário produzir um jornal que desperte o seu interesse, não existindo utilidade em optar por um tipo de jornalismo aprofundado, se os leitores não se sentem atraídos.”

Martino & Lobato (2011: 145) defendem que ambas as esferas (de informação e entretenimento) podem coincidir tendo em conta que “enquanto formas de narrativa, ambas se prestam a veicular conteúdos de carácter político-social” e “ambas são discursos vinculados às condições sociais nas quais são produzidos”. Os autores exemplificam a possibilidade de conciliação entre as duas vertentes através da influência de ambas na participação cívica e política dos cidadãos na sociedade – segundo a sua perspetiva, o entretenimento não reúne as condições necessárias para promover a participação política na sociedade, “a construção de representações de grupos no contexto de uma sociedade”, mas isso não significa que exista uma “diminuição na participação de indivíduos em problemas coletivos”, existe sim uma mudança sobre como acontece, (Martino & Lobato, 2011:145). Além desta perspetiva, existe quem encare o infoentretenimento como uma mais-valia na integração dos mais jovens ou mesmo da população em geral, não só no mundo jornalístico como na democracia. Este tipo de jornalismo pode ser “mais eficiente para muitos, se não para a maioria, dos cidadãos do que o tipo de cobertura sóbria, detalhada e abrangente dos assuntos públicos que os estudiosos do jornalismo elitista exigem que todos os jornalistas produzam e que todos os cidadãos consumam” (Nguyen, 2012: 708).

“À medida que as pessoas, especialmente os jovens, são cada vez mais indiferentes às notícias, muitos vêem [as *soft news*] como uma questão de desenvolvimento sustentável tanto para o negócio noticioso como para a democracia: a quem serviriam os meios de comunicação (como instituição pública) no futuro se os jovens de hoje continuassem a evitar as notícias? As *soft news* são a solução segura para mantê-los envolvidos (...) nos assuntos públicos”, (Nguyen, 2012: 708).

Nesse sentido, optar pelas *hard news* em vez das *soft news* seria “mitificar uma era passada de jornalismo de qualidade que nunca existiu de facto e que, se existiu, nunca esteve disponível para mais do que uma pequena proporção da população” (Mcnaair, 2003: 50). Assim, importa pensar neste formato híbrido como uma forma de “elaboração de representações na busca por voz, legitimidade e reconhecimento” dentro da sociedade (Martino & Lobato, 2011: 145) – que permite aos cidadãos ter um papel argumentativo sobre o espaço social onde se inserem. Martino & Lobato (2011) reforçam ainda que importa compreender que nenhuma narrativa, seja de entretenimento ou informação, deixa de estar relacionada com a realidade, “ao mesmo tempo que a narrativa dedicada a uma representação fiel da realidade” não irá “cumprir integralmente o seu propósito diante da impossibilidade” de transformar a realidade numa narrativa ficcional, (Martino & Lobato, 2011: 145). Desta forma, talvez seja possível compreender o papel do infoentretenimento na sociedade. Como Stockwell (*apud* Lourenço, 2012:29) refere, “talvez o jornalismo mais eficaz sempre tenha sido uma combinação de notícias e entretenimento”.

Parte II - Estágio Curricular na Media Capital – TVI

3. Apresentação da Empresa de Acolhimento - A TVI

A TVI surgiu em 1993, como o segundo canal televisivo privado em Portugal. Faz parte do Grupo Media Capital – criado em 1992, também detentor da TVI Ficção, TVI Reality, TVI Internacional e CNN (o substituto da TVI24), e responsável pela produção de conteúdos televisivos (novelas e séries) assegurada pela Plural Entertainment.

No início, a Igreja tinha um papel importante na sua estrutura e nas suas emissões, sendo o Padre António Rego o responsável pela informação e José Nuno Martins pela programação. A TVI era dirigida por empresas relacionadas à Igreja Católica, como a Rádio Renascença, a Universidade Católica Portuguesa, a Editorial Verbo e a União das Misericórdias. Em 1997, a TVI foi adquirida pelo Grupo Media Capital numa percentagem de 30% do seu capital social. Em 1998, a SONAE juntou-se à Lusimundo e à Cisneros como parte dirigente da estação televisiva e José Eduardo Moniz assumiu o cargo de diretor, o que resultou numa reestruturação do canal. No ano seguinte, o Grupo Media Capital adquiriu o total das ações da TVI.

2000 é o ano que mais marca a história do canal, quando atingiu uma nova imagem e um aumento no número de audiências com o revolucionário “Big Brother”, com um novo tipo de jornalismo no “Jornal Nacional”, com uma indústria de ficção nacional de sucesso e vários outros formatos que asseguraram o fascínio dos telespetadores, através do fator novidade. Foi em setembro desse ano que a TVI anunciou uma mudança radical em todos os aspetos: uma nova linha editorial, novos programas, novos grafismos, novas cores representativas, novos logótipos e novos cenários. Entre 2000 e 2001 a estação televisiva atingiu um número de audiências em horário nobre considerado recorde, mesmo perante uma forte concorrente - a SIC.

“A partir do último trimestre de 2000, [a TVI] havia de dar muito que falar, constituindo-se como referência a vários níveis: numa informação que rasga fronteiras com a opinião e o espetáculo; nas chamadas *novelas da vida real* e, sobretudo, na ficção nacional que, a partir daqui, se constituiu como uma verdadeira indústria de sucesso”, Lopes (2012: 23).

O sucesso do *reality show* “Big Brother”, apresentado por Teresa Guilherme e produzido pela Endemol, foi um fator determinante para o sucesso da estação televisiva,

assim como o novo jornalismo determinado pelo “Jornal Nacional” que se destacou por criar uma relação mais próxima entre o telespectador e a redação – “(...) preferindo os assuntos nacionais às temáticas internacionais, sobrepondo a vida quotidiana à política, privilegiando o cidadão comum às fontes oficiais, valorizando o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza mais racional.” (Lopes, 2012: 21). Mas o triunfo foi antecipado por várias estratégias que José Eduardo Moniz adotou em 1999, com o objetivo de criar proximidade entre a TVI e a audiência. Entre estas estão a aposta na ficção através da série “Todo o Tempo do Mundo”, produzida pela NBP, que o público transformou “numa telenovela que se constitui como o princípio de uma forte indústria de ficção nacional”, (Lopes, 2012: 22). Moniz apostou também na transmissão de música popular, em espetáculos para assinalar efemérides e na programação infantil (através do icónico “Batatoon”, que comemorou o seu primeiro aniversário como líder de audiências das tardes dos dias úteis), (Lopes, 2012).

A rivalidade entre a SIC e a TVI acentuou-se em 2001, quando a SIC começou o ano com 36% de share, mais 4,7 pontos do que a TVI, que na altura contava com 31,3%. Contudo, em abril do mesmo ano, a ficção mostrou mais uma vez conquistar a aderência do público e revelou-se novamente uma boa aposta por parte de José Eduardo Moniz. A estreia das telenovelas “Anjo Selvagem”, “Filha do Mar” e “Nunca Digas Adeus”, permitiu que a TVI recuperasse a liderança e atingisse os 34,4% de share, enquanto a SIC desceu para os 30,5%.

Entre a produção de conteúdo de ficção nacional na TVI, destacam-se ainda as telenovelas “Olhos de Água” e “Jardins Proibidos”, além do fenómeno “Morangos com Açúcar” – a série juvenil criada em 2003 para agarrar o público jovem à estação, que contou com nove temporadas, um total de 2642 episódios e muitos anos de fama que foram recentemente lembrados, quando em maio deste ano a TVI anunciou o regresso da série, produzida em parceria com a Prime Vídeo e com a presença de atores que marcaram o sucesso da mesma.

Em 2004, Cristina Ferreira estreou-se com Manuel Luís Goucha no programa matinal “Você na TV!”, um formato que durante anos conquistou o público e que garantiu a Cristina a sua grande relevância no meio televisivo enquanto apresentadora.

A TVI revelou-se vencedora de audiências por 14 anos, até 2018, quando a inesperada saída de Cristina Ferreira para a SIC ganhou uma enorme mediatização e

garantiu à sua nova casa a liderança. Contudo, o regresso da apresentadora à TVI passado apenas dois anos, em 2020, permitiu novamente uma disputa mais direta entre os dois canais. Foi também nesse ano que o regresso de Cristina enquanto acionista da estação televisiva e Diretora de Entretenimento e Ficção revelou uma nova reestruturação na programação da TVI. Cristina quis pôr fim aos programas presentes na grelha televisiva do canal há anos, como o “Você na TV!” ou “A Tarde é Sua” e apostar em novos formatos. Atualmente a TVI conta com programas assíduos como “Dois às 10”, “Goucha”, “Esta Manhã”, “Em Família” e continua a sua aposta em *reality shows*. No início de 2023, Cristina Ferreira conquistou a curiosidade do público ao revelar que a TVI iria receber um formato de *reality show* nunca antes visto, diferente de todos os anteriores. Contudo, não superou as expectativas e acabou por alcançar resultados um pouco aquém das mesmas até ao seu término. Apesar disso, a TVI anunciou o regresso do “Big Brother” que irá ser a oitava edição deste formato de sucesso, que chegou a Portugal em 2000. Relativamente à informação, o Grupo Media Capital destacou-se em 2021 ao revelar um novo projeto informativo completamente inovador – a CNN Portugal. Este novo canal conta com a liderança de Nuno Santos, Diretor de Informação da TVI e serviu para substituir a TVI24. Entre a concorrência, destaca-se sobretudo pela aposta em novas caras na área do jornalismo e em assuntos internacionais.

A TVI define-se, através do seu estatuto editorial, como um canal generalista, independente, comercial que tem como missão informar e entreter o seu público. Integra todos os géneros da linguagem televisiva através dos programas que mantém e compromete-se a desempenhar uma função honesta, imparcial e rigorosa no meio televisivo.

3.1 Memória Descritiva do Estágio Curricular

No âmbito do 2º ano de Mestrado em Ciências da Comunicação, na vertente de Media e Entretenimento, foi escolhida como opção de término o estágio curricular. A escolha deveu-se ao interesse em ganhar mais experiência no mercado de trabalho, em aprender mais sobre áreas que cativam e em poder aplicar de forma prática as capacidades aprendidas e desenvolvidas ao longo dos dois anos de ensino de mestrado. O estágio curricular foi realizado na TVI, no programa ‘Esta Manhã’, na área da produção televisiva e de conteúdos. A sua duração foi de quatro meses – iniciou-se dia 3 de janeiro de 2023 e terminou no dia 3 de maio. O estágio foi realizado sob a orientação do Produtor

Executivo do ‘Esta Manhã’, Ricardo Rodrigues, com isenção horária, de segunda a sexta-feira – sendo que geralmente o horário de entrada era às 06:30 e de saída às 15:00h.

Optou-se pela TVI como uma das opções de local para realizar o estágio curricular não só por existir o objetivo de aprender e desempenhar competências pela primeira vez num canal televisivo, mas também por se considerar que seria um dos locais ideais para dar todas as ferramentas necessárias para desenvolver a aprendizagem já existente sobre a área. Sendo uma das principais emissoras televisivas do nosso país, considera-se um privilégio a oportunidade de aprender muito mais do que se julgava saber sobre o mundo da televisão, que desde sempre foi um fascínio. Ao longo dos quatro meses em estágio, considera-se que foram reunidos conhecimentos, experiências, características pessoais e capacidades profissionais que agora se estima serem indispensáveis para um futuro profissional e académico.

O facto de o estágio curricular ter sido desempenhado no programa ‘Esta Manhã’ (por ser um formato de infoentretenimento) também influenciou a escolha da temática a abordar neste relatório, sobre a qual incide a questão de partida e os respetivos aspetos a analisar. O ‘Esta Manhã’ foi criado em 2021 com o objetivo de dinamizar as manhãs da TVI não só através da vertente informativa que ao longo de vários anos os portugueses se habituaram a poder assistir no horário matinal, mas também através de uma vertente de entretenimento que se relaciona com os restantes programas da manhã, que antecedem os noticiários.

Os quatro meses em estágio no ‘Esta Manhã’ foram marcados por uma mudança na forma de tratar os conteúdos e no seu formato. Até ao início de março, a vertente de entretenimento estava bastante presente no programa, precisamente por representar o formato de infoentretenimento. Era possível ver em estúdio conteúdos relacionados com culinária, com marcas, com música, personalidades famosas e temas banais do quotidiano e de uma génese mais cultural e próxima do público, não tão rigorosa. Posteriormente, a partir de março e derivado de uma decisão da direção da TVI com base nos resultados e nas comparações de audiências de todas as estações, o programa passou a ser mais informativo. Atualmente, após esta mudança, o ‘Esta Manhã’ baseia os seus temas na atualidade e procura apresentá-los de uma forma mais séria, escolhendo com mais rigor não só os conteúdos como os convidados. Contudo, a postura dos apresentadores e

algumas rubricas mantêm-se e são abordadas da mesma forma. As interações feitas ao longo do programa continuam a marcar a vertente de entretenimento ainda presente e a distinguir o ‘Esta Manhã’ dos restantes programas com um formato do mesmo género, que atualmente se encontram no ar na televisão portuguesa. Foi possível, durante o período em estágio, não só assistir a esta mudança como uma estratégia de moldar o conteúdo televisivo ao gosto do telespetador, mas também como um desafio à equipa – o que acrescentou aprendizagem e uma nova perspetiva sobre como encarar desafios.

O estágio no ‘Esta Manhã’ foi dividido entre a produção em estúdio e o planeamento/gestão de conteúdos, o que permitiu aprender e vivenciar várias tarefas em televisão. Na produção em estúdio, durante o programa, o papel dos produtores é auxiliar os apresentadores e a restante equipa em tudo o que seja necessário e acima de tudo, garantir que tudo corre como planeado. Desde receber convidados, realizar chamadas para entrevistas remotas, levar os alinhamentos para estúdio e adereços necessários, organizar visualmente tudo o que entra no estúdio e está presente durante o programa, esclarecer qualquer tipo de dúvida que possa surgir sobre o decorrer do programa e lidar com imprevistos que podem ocorrer à última da hora. A adaptação ao horário não foi fácil, tendo em conta que era necessária a presença dos produtores em estúdio por volta das 06:30h, para garantir todas as condições necessárias para o programa começar. Mas terá sido essa a parte mais desafiante e enriquecedora – o sentimento de estar nas nossas mãos resolver qualquer tipo de problema/imprevisto que possa acontecer antes ou durante a transmissão do programa ao vivo para milhares de pessoas.

Na gestão e planeamento de conteúdos, o papel dos produtores e da restante equipa, passa por no final de cada programa, organizar os próximos – não só do dia seguinte como dos restantes dias da semana. É este o processo de seleção sobre os temas/conteúdos a tratar e sobre a abordagem que deve ser feita sobre cada um. Envolve pesquisar os convidados ideais para cada tema e fazer os respetivos convites, lidar com desistências de última hora, perceber que temas fazem sentido tratar de acordo com a atualidade e para isso estar sempre em cima de notícias e acontecimentos que possam surgir no dia. É a parte que requer mais criatividade, imaginação, perseverança e trabalho. Depois de decididos os temas e convidados, são feitas fichas informativas para passar a informação sobre cada conteúdo aos apresentadores e preparados/organizados os cartões por onde se guiam durante toda a emissão. Além disso, é também organizado o

alinhamento de cada programa, no seu dia anterior, e analisado em conjunto entre todos os apresentadores e restante equipa.

Foi ainda possível a assistência em algumas emissões no exterior, em programas especiais dedicados a temas específicos. Nestes casos, o papel do produtor passa por estar no terreno com o apresentador e garantir todos os materiais necessários, a presença dos operadores de câmara, o transporte, a autorização para gravar ou estar presente em determinados sítios, a articulação com os convidados e garantir a sua presença no local indicado à hora indicada, garantir a comunicação entre quem está no exterior com a equipa que está na régie/estúdio, entre outras tarefas desafiantes.

3.1.1 Balanço da Experiência em Estágio

O estágio curricular permitiu aliar o conhecimento adquirido ao longo do mestrado com uma primeira experiência prática na área da televisão, da melhor forma possível. As expectativas sobre o mesmo superaram-se.

A empresa escolhida, a equipa e o programa atribuídos foram sem dúvida aspetos fundamentais. Foi dada a oportunidade de trabalhar com profissionais que permitiram a liberdade necessária para expressar ideias e opiniões e para poder aplicar competências e conhecimento nas tarefas, o que foi um dos pontos mais positivos da experiência. Permitiu ainda aprender a encarar desafios da melhor forma, a trabalhar ainda melhor em equipa, a ter iniciativa para expressar ideias e opiniões, a aceitar todas as críticas ou opiniões contrárias como algo construtivo e que podemos ser nós próprios enquanto profissionais desde que inseridos num ambiente que assim o permita.

É de sublinhar o privilégio de contactar com uma das áreas que mais nos fascina, a televisão. É possível afirmar que foi colocada toda a dedicação, interesse e empenho no trabalho realizado, desde o mais simples ao mais complexo, e que o horário e os deveres foram sempre cumpridos com responsabilidade. Todas as funções foram encaradas como um desafio e uma nova aprendizagem e esta experiência foi encarada como algo fundamental para uma evolução pessoal, académica e profissional.

Parte III – Trabalho Empírico

4. Metodologia

4.1 Objetivos e Questões de Investigação

Este estudo foi realizado com o intuito de realçar a existência cada vez mais frequente de formatos de infoentretenimento nas grelhas de programação da televisão portuguesa, assim como refletir sobre a influência que este tipo de conteúdo pode ter no estilo de vida dos cidadãos, nos seus hábitos de consumo de informação e na existência de uma sociedade devidamente informada. Para isso, importa perceber a estratégia de produção dos conteúdos de infoentretenimento e a forma como articulam as duas vertentes que compõem este termo. Tendo como objeto de estudo um dos formatos de infoentretenimento mais relevantes da televisão portuguesa na grelha de programação atual, a presente investigação foi motivada pela seguinte pergunta de partida: “De que forma é realizada a articulação entre informação e entretenimento no programa ‘Esta Manhã’”. De modo a responder a esta questão e a atingir os objetivos deste estudo, foram ainda definidas algumas sub-questões de investigação, com o objetivo de contribuir para uma análise mais detalhada: “Quais os temas prevaletentes nos espaços de informação e entretenimento?”; “De que modo é feita a interação entre jornalistas e apresentadores no programa?”; “O tempo de antena dado à informação equivale ao tempo de antena dado ao entretenimento?”; “Quais os critérios que se têm em conta na escolha de conteúdos?”. O principal foco deste estudo é compreender as estratégias de produção de um programa de infoentretenimento, neste caso do ‘Esta Manhã’ – para isso, é realizada uma análise sobre o tipo de conteúdos que aborda, sobre a forma como se estrutura e como trata ambas as vertentes, de informação e de entretenimento.

Vivemos numa era em constante desenvolvimento, em que diariamente surge uma nova forma de comunicar, de transmitir quer entretenimento, quer informação. O infoentretenimento faz parte do nosso dia-a-dia mesmo que a escolha por esse tipo de conteúdo, enquanto espectadores, seja feita inconscientemente. Importa, portanto, perceber o impacto que o infoentretenimento tem nas estratégias televisivas e na vida e hábitos dos seus consumidores. É também esse o objetivo da revisão de literatura apresentada neste estudo: realçar não só a evolução deste conceito – do infoentretenimento – que ainda tem muito por explorar, mas também a sua influência na

produção de novos tipos de conteúdos e numa nova forma de informar, que mesmo sendo alvo de muitas críticas parece ser a preferência dos telespectadores.

A escolha sobre o tema e o objeto em estudo relaciona-se com o facto de ter sido realizado um estágio curricular, na área de produção e conteúdos, no programa ‘Esta Manhã’. Durante o decorrer do estágio, foi possível aceder a uma perspetiva mais próxima dos processos de produção de um programa deste género e sobretudo do facto de o infoentretenimento ser um tópico que ainda garante muita investigação e que se encontra em constante evolução. Além disso, enquanto a duração do estágio curricular, o programa ‘Esta Manhã’ passou por um processo de reestruturação a nível de produção do formato – passou a garantir mais atenção à vertente informativa, tendo sido alteradas várias características do programa a nível estético e de conteúdos. Neste sentido, o presente estudo inclui também uma reflexão sobre as razões que levaram à reestruturação deste formato de infoentretenimento e sobre a forma como a mesma foi pensada e elaborada, de forma a corresponder às expectativas da audiência.

4.2 Estratégia Metodológica

O estudo empírico apresentado consiste numa investigação mista – modelo de investigação que segundo Creswell & Clark (*apud* Tomé, 2022: 68) é “uma forma intuitiva de investigar o que é constantemente exibido na nossa vida quotidiana” e que permite, se a partir de um estudo de caso, “desenvolver uma compreensão detalhada (...) através da recolha de diversas fontes de dados”. Desta forma, este estudo conta com uma análise de conteúdo, referente ao programa ‘Esta Manhã’ e com entrevistas semi-estruturadas a responsáveis sobre a sua produção.

Como referido, através de um estágio curricular com a duração de quatro meses na equipa de produção do ‘Esta Manhã’, foi possível obter uma perspetiva mais próxima da produção de um formato de infoentretenimento. Como tal, este estudo conta ainda com a ferramenta de observação direta, fundamental para a compreensão do processo de produção, dos desafios e de todas as características deste programa. A experiência em estágio permitiu aceder a informações que de outra forma nunca seriam acessíveis, compreender a expectativa comercial da estação televisiva (neste caso da TVI) perante este programa e este tipo de formato (o infoentretenimento) e respetivas soluções perante desafios imprevistos, ter noção das estratégias presentes no processo de seleção de

conteúdo a abordar no programa, compreender como é tratada cada vertente do formato de infoentretenimento e muito mais. Foi, portanto, uma mais-valia para este estudo, por fornecer as ferramentas necessárias para poder aceder a uma investigação mais detalhada e devidamente fundamentada.

Para a análise de conteúdo foram selecionadas um total de vinte emissões do ‘Esta Manhã’, incluídas no período de tempo em estágio. Este programa é emitido de segunda a sexta-feira, incluindo feriados, pelo que ao todo foram analisadas quatro semanas, com o objetivo de compreender a estrutura de cada programa. Como já referido, o ‘Esta Manhã’ passou por uma reestruturação importante no mês de março do presente ano, pelo que duas das semanas analisadas equivalem ao período antes dessa reestruturação e outras duas semanas equivalem ao período a seguir. Nesse sentido, a análise de conteúdo inclui as seguintes semanas: 9 a 13 de janeiro e 20 a 24 de fevereiro (antes da reestruturação), 27 a 31 de março e 10 a 14 de abril (depois da reestruturação). Procurou-se selecionar uma semana de cada mês do período em estágio. A plataforma de *streaming* TVI Play, onde é possível aceder a todos os programas do ‘Esta Manhã’, permitiu a visualização dos episódios analisados. Para a análise de cada emissão foi construída uma grelha de análise de conteúdo, que inclui nove categorias, referentes a cada segmento do alinhamento de cada programa (tendo em conta que o alinhamento é dividido em quatro partes e em vários segmentos, equivalentes a cada assunto/tema abordado):

- **Data** do programa;
- **Número** de segmento do alinhamento;
- **Categoria** (rubrica, entrevista, bloco de notícias, telepromoção, música, cozinha);
- **Duração** de cada segmento;
- **Tema**, onde é referido o assunto abordado em cada segmento;
- Distinção entre **Informação/entretenimento**, que permite diferenciar as duas vertentes do programa;
- **Intervenientes internos** (apresentadores, jornalistas e outros elementos que fazem parte da estrutura permanente do programa);
- **Intervenientes externos** ao programa (convidados);

- **Local do Estúdio** (dentro do estúdio existem várias zonas, com diferentes cenários: zona dos sofás, mesa do jornalista, ledwall, mesa central, etc.)

- **Funções de linguagem**, subdivididas em três categorias: linguagem referencial, emotiva ou fática.

Ao todo foram realizadas 20 grelhas auxiliares, cada uma correspondente a uma emissão do 'Esta Manhã'. Após a análise, foram compostos gráficos com a informação retirada, de forma a facilitar a observação e discussão sobre os dados.

As entrevistas semi-estruturadas também são fundamentais neste estudo, por representarem a perspetiva dos principais responsáveis pelo programa 'Esta Manhã'. Foram realizadas entrevistas ao produtor executivo e dois produtores – quem define diariamente que temas são relevantes para incluir no programa e como deve ser feita a sua abordagem, que convidados devem ser incluídos, como deve ser feito o alinhamento de cada programa de acordo com cada tema e a apresentação estética do estúdio. No momento em que o programa é exibido, a responsabilidade sobre tudo o que possa ou não acontecer é dos produtores. Por isso, a sua perspetiva é muito importante para chegar a uma resposta à pergunta de partida deste estudo. As questões apresentadas aos entrevistados foram criadas tendo em conta os objetivos da investigação e baseadas na informação adquirida sobre o tema. As entrevistas foram realizadas de acordo com um guião previamente concebido que inclui questões relacionadas com a estrutura do programa 'Esta Manhã' e questões relacionadas com a opinião de cada indivíduo sobre este tipo de formato, de acordo com a sua perspetiva mais pessoal. Recorreu-se a entrevistas semi-estruturadas para obter uma participação livre e respostas mais amplas por parte dos entrevistados. Após a transcrição das entrevistas, foi feita uma análise temática sobre as respostas.

5. Apresentação, Análise e Discussão de Dados

5.1 O Programa ‘Esta Manhã’

O ‘Esta Manhã’ foi criado em 2021 com o objetivo de dinamizar as manhãs da TVI não só através da vertente informativa que ao longo de vários anos os portugueses se habituaram a assistir no horário matinal, mas também através de uma vertente de entretenimento que se relaciona com os restantes programas da manhã (como o “Dois às 10”, por exemplo), que antecedem os noticiários, quer da manhã, quer da noite, que abordam temas semelhantes. Estreado a 1 de fevereiro de 2021, o “Esta Manhã” foi a aposta da TVI para substituir o “Diário da Manhã”, programa de informação onde todos os dias eram transmitidas as primeiras notícias do dia e que passou a terminar às 7h, dando lugar ao “Esta Manhã”, que antecede o programa “Dois às 10”.

De segunda a sexta-feira, incluindo feriados, com uma duração de 3h - entre as 7:00h e as 10:00h - o objetivo da sua criação foi inaugurar o formato de *morning show* em Portugal, tão comum em países como os Estados Unidos da América e Austrália. O programa conta com blocos de notícias apresentados pelo jornalista Pedro Carvalhas, com entrevistas sobre temas que marcam a atualidade e ainda com rubricas como a “Metereologia”, o “Trânsito”, “Revista de Imprensa”, “Imagens do Público”, “Café Central”, “Bola com Todos”, “Pop news” ou “Olhar em Português”.

Os principais apresentadores são Nuno Eiró (apresentador de entretenimento) e Sara Sousa Pinto (ex-pivô de informação), aos quais se juntam Iva Domingues (apresentadora de entretenimento), Pedro Carvalhas (jornalista), Susana Pinto (repórter), Vítor Moura (jornalista de cultura) e vários convidados que são recebidos diariamente, de acordo com os temas abordados. A equipa do programa é também constituída por um produtor executivo, Ricardo Rodrigues, dois produtores, Isabel Pedra e Rui Félix e um coordenador de informação, José Manuel Santos, para além da equipa que se encontra no estúdio durante o decorrer de todos os programas e que não é fixa – como realizadores, assistentes de operações, operadores de câmara e de robótica, operadores de áudio e de mistura e anotadores, por exemplo.

No início de março de 2023, a TVI anunciou uma mudança no programa, uma nova temporada que arrancou no dia 20 do mesmo mês, que garantia uma nova imagem e mais foco na atualidade e nas notícias nacionais e internacionais. Foi também anunciado

o regresso do espaço de trânsito, em parceria com a Rádio Comercial, rubrica que tinha sido cancelada durante um período de tempo. O ‘Esta Manhã’ tornou-se ainda mais informativo, com um novo cenário e uma nova imagem, e passou a abordar temas considerados mais sérios e atuais, e a contar com entrevistas mais frequentes a personalidades portuguesas do mundo da política, economia e sociedade.

5.2 Apresentação e Análise de Dados

5.2.1 Análise de Conteúdo

Para esta investigação foram analisadas um total de 20 emissões do ‘Esta Manhã’, o que implicou a categorização dos conteúdos nas grelhas de análise criadas para o efeito. Tendo em conta a reestruturação do programa no mês de março e as mudanças que surgiram como consequência da mesma, a análise de conteúdo será dividida em duas partes, também já referidas: o período antes dessa reestruturação e o período depois, de forma a analisar cada uma.

- **Período antes da reestruturação do ‘Esta Manhã’**

O período anterior à mudança na estrutura do programa, aqui abordado, equivale a uma semana do mês de janeiro e uma semana do mês de fevereiro: 9 a 13 de janeiro e 20 a 24 de fevereiro. O programa inicia-se com o “bom dia” dos apresentadores, que realçam os temas que vão ser abordados em cada programa e que dão seguimento para o jornalista, que passa a apresentar o primeiro bloco de notícias. É também habitual que os apresentadores façam comentários animados e emotivos, direcionados ao telespectador.

No formato de infoentretenimento existe, geralmente, uma vertente mais acentuada, em cada programa: ou a de informação, ou a de entretenimento. Nesse sentido, procurou-se analisar o número de segmentos existentes no alinhamento correspondentes a cada vertente e o tempo equivalente a cada um, durante a total emissão do programa. Neste período de tempo (janeiro e fevereiro), o ‘Esta Manhã’ contou com mais segmentos de entretenimento, do que informação. Num total de 253 segmentos, de 10 programas, 144 (56,92%) correspondem à vertente de entretenimento e 109 (43,08%) à vertente de informação, como é possível verificar no gráfico 1:

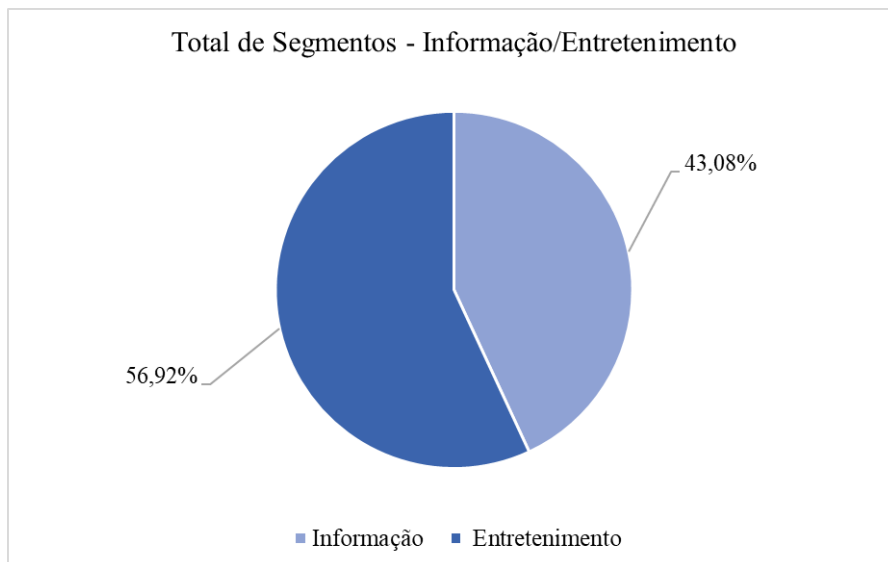


Gráfico 1 – Número de segmentos de informação e de entretenimento.

Contudo, ao verificarmos o tempo correspondente a cada vertente, no total de 22:26:07 horas analisadas, é possível observar (Gráfico 2) que o tempo da vertente de informação é superior ao da vertente de entretenimento. Nas duas semanas analisadas, a informação ocupou 12:28:30 (55,60%) e o entretenimento 09:57:37h (44,40%) do tempo:

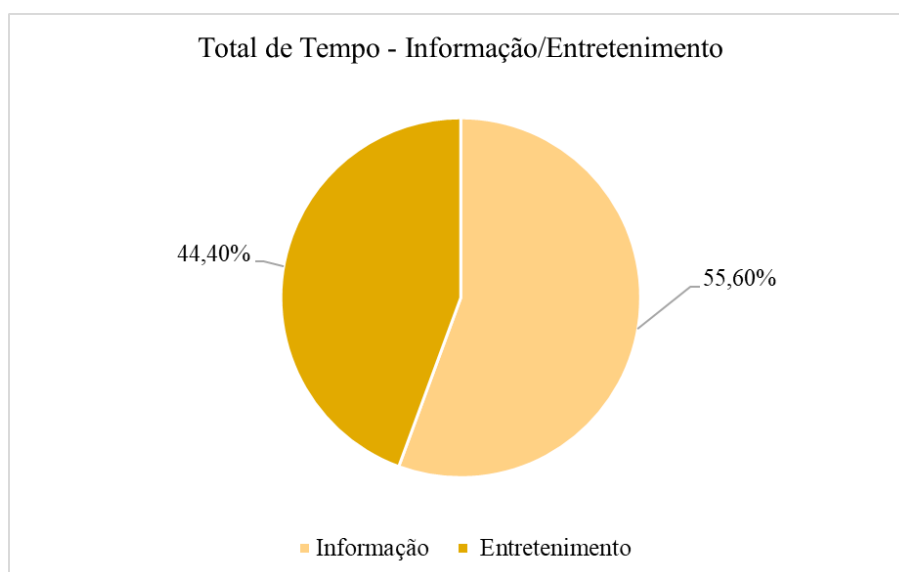


Gráfico 2 – Tempo ocupado pelos segmentos de informação e de entretenimento.

Neste sentido, podemos afirmar que nestes dez programas, apesar de existirem mais segmentos de entretenimento, a maior parte do tempo da sua emissão é dedicado à informação, sendo assim a vertente mais abordada nos programas analisados. A existência de mais segmentos de entretenimento pode estar relacionada com o facto de o

‘Esta Manhã’ ter, ao longo da sua emissão, muitas rubricas e conteúdos de curta duração, assim como blocos mais longos de notícias. Nestes dez programas, foi possível destacar a presença de seis tipos de conteúdos: rubricas, notícias, entrevistas, música (atuações em estúdio), diretos (geralmente relacionados com efemérides ou assuntos específicos e realizados por repórteres da TVI enviados a determinado local para abordar o tema, não propositadamente para a sua emissão no ‘Esta Manhã’ mas sim para criar material útil para toda a estação e respetivos programas) e cozinha (conteúdos de culinária em estúdio, auxiliados por material e uma bancada do programa, adquiridos para este tipo de conteúdo).

Ao refletir sobre o peso de cada tema/conteúdo no total de 253 segmentos, é possível concluir que as rubricas são o que ocupa mais tempo no alinhamento dos dez programas: estão presentes em 130 segmentos, ocupando 51,38% do tempo total de emissão. Seguem-se as notícias, presentes em 69 segmentos (27,27%); as entrevistas presentes em 61 (24,11%), incluindo em algumas rubricas; a música presente em apenas 5 (1,98%); os diretos que contam com 4 segmentos (1,58%); e o conteúdo de cozinha que equivale a apenas 1 segmento (0,40%):

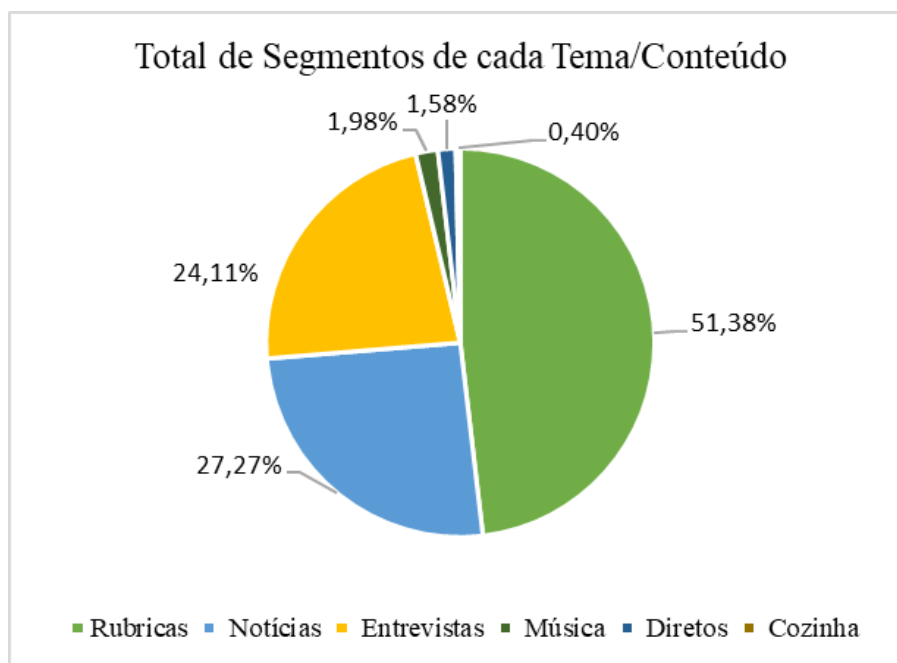


Gráfico 3 – Total de segmentos de cada tema/conteúdo.

O ‘Esta Manhã’ conta com rubricas relacionadas com vários temas. As que fazem parte de todos os programas são as rubricas: Meteorologia (onde os apresentadores

apresentam a previsão do tempo do dia de cada programa); Revista de Imprensa (onde os apresentadores leem as notícias em destaque nas capas dos jornais do dia); Amanheceres (onde são transmitidas imagens enviadas pelo público para um número de telemóvel pertencente ao programa, do nascer do sol ou dos seus animais de estimação, por exemplo); Bola com Todos (que aborda temas relacionados com desporto, maioritariamente futebol e jogos ocorridos nessa semana, onde é feita uma análise sobre os destaques desse meio, geralmente em conjunto com um comentador desportivo); Café Central (apresentado pela Susana Pinto, através de diretos no exterior, sobre determinado tema. No fundo, o objetivo da rubrica é que a Susana Pinto ofereça ao público o conteúdo que não é possível ter em estúdio, através do exterior). É também comum a presença de rubricas como o Popnews (um espaço de cultura onde são abordados temas e novidades relacionadas com o mundo do cinema, das celebridades, música, entre outros, que conta com a apresentação do jornalista de cultura Vítor Moura) e do trânsito. O trânsito também faz parte das principais rubricas diárias do programa, contudo, durante algum tempo não esteve presente nas emissões por questões exteriores ao ‘Esta Manhã’. No espaço dessa rubrica os apresentadores juntam-se à Rádio Comercial para apresentar o estado do trânsito do dia, geralmente com o jornalista Paulo Miranda via Skype.

A maioria dos conteúdos são abordados pelos apresentadores principais, Sara Sousa Pinto e Nuno Eiró. É esta dupla que apresenta as rubricas da Meteorologia, Amanheceres e Trânsito, além das entrevistas em estúdio (ou via Skype) sobre diversas temáticas. A rubrica Bola com Todos é geralmente apresentada pela Iva Domingues e o Café Central, como referido, pela Susana Pinto. O jornalista Pedro Carvalhas trata de apresentar as notícias, mas não só. Também é possível vê-lo a juntar-se à Sara Sousa Pinto e ao Nuno Eiró para apresentar a Meteorologia, Amanheceres e Trânsito, ou para participar/apresentar algumas entrevistas, sobre os mais variados assuntos. O seu papel não se limita, portanto, ao de um jornalista que apenas apresenta os noticiários.

Quando existem entrevistas ou conversas mais aprofundadas sobre determinado assunto, o ‘Esta Manhã’ conta com a participação de intervenientes externos. Nas dez emissões analisadas, o programa contou com a intervenção de 129 convidados, o que equivale a uma percentagem de 50,99% sobre o total de segmentos de todos os alinhamentos. Estes intervenientes externos são geralmente especialistas em determinadas áreas ou personalidades relevantes para falar sobre determinado tema (estão incluídos, por exemplo, médicos, especialistas, advogados, bastonários, presidentes de

associações, economistas, chefs, músicos, comentadores, investigadores ou qualquer outro cidadão comum).

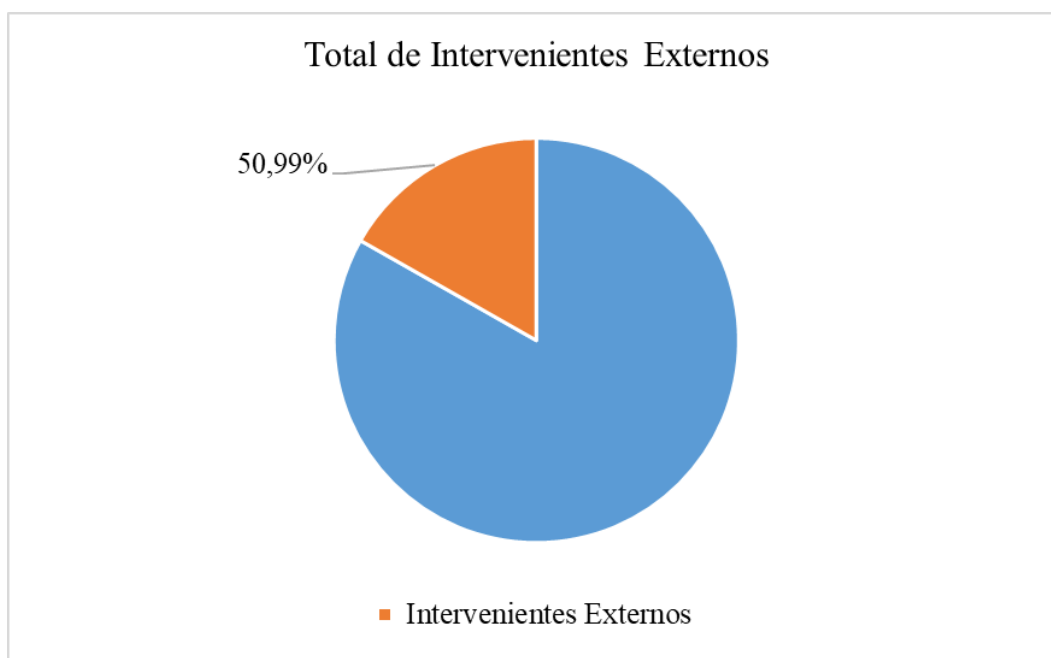


Gráfico 4 – Percentagem equivalente ao total de presenças de intervenientes externos.

O estúdio do ‘Esta Manhã’, neste período de tempo (janeiro e fevereiro), era composto por várias zonas:

- Zona dos **Sofás**, composta por vários móveis e adereços que transmitem um ambiente acolhedor e remetem para a idealização de uma sala de estar, onde habitualmente tinham lugar as entrevistas com convidados;

- Mesa do **Jornalista Pivô**, onde o jornalista estava sentado e apresentava os noticiários com um fundo que remete para um ambiente mais sério e neutro;

- A **Ledwall**, uma espécie de parede virtual onde geralmente os apresentadores se situavam à sua frente, de pé, para apresentar rubricas como a Meteorologia, Amanheceres, Trânsito ou algumas entrevistas realizadas por videochamada via Skype.

Além destas zonas em estúdio, também é possível realizar segmentos do programa através do exterior, como acontece no caso dos diretos ou em emissões especiais onde toda a equipa apresenta o programa a partir de determinado local fora do estúdio. Contudo, a *Ledwall* é a zona mais utilizada nestes dez programas (Gráfico 5). No total de

253 segmentos, 97 foram apresentados através da *Ledwall*, o que equivale a uma percentagem de 38,34%. Depois desta segue-se a Mesa do Jornalista, através da qual foram apresentados 70 segmentos (27,67%); a zona dos Sofás onde foram apresentados 42 segmentos (16,60%); e o Exterior onde foram realizados diretos equivalentes a 34 segmentos. A análise sobre o total de conteúdos inclui ainda 10 segmentos (3,95%) apresentados através da Redação da TVI numa edição especial de dia 20 de fevereiro, que pretendeu assinalar o aniversário da estação televisiva. Tendo em conta que as rubricas ocupam também a maioria dos segmentos do programa, e são apresentadas através da *Ledwall*, é normal que este seja o espaço mais requisitado em estúdio neste período de tempo.

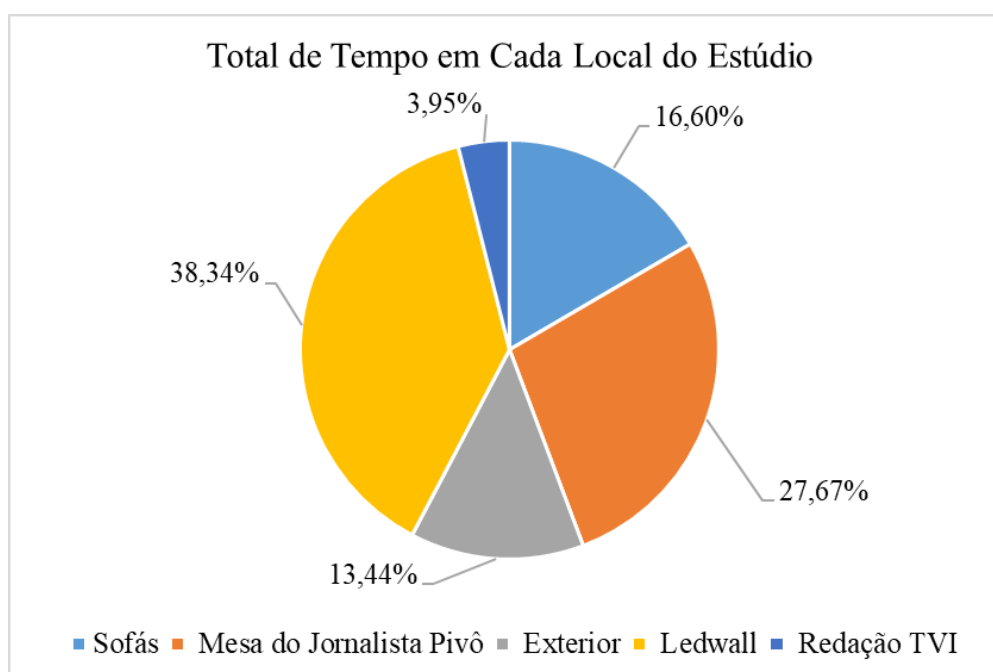


Gráfico 5 – Percentagem equivalente ao total de segmentos apresentados em cada local.

O tipo de linguagem utilizada em cada segmento do programa é também um aspeto fundamental na análise da estrutura do programa “Esta Manhã”. Como referido, na variável linguagem existem três categorias: referencial, emotiva e fática. A função de linguagem referencial é alusiva aos conteúdos de carácter informativo, por ser uma linguagem mais séria e informativa. Já as funções de linguagem emotiva e fática são alusivas aos conteúdos de entretenimento, por conterem emoções, opiniões, sentimentos e um carácter mais pessoal. A distinção feita sobre as categorias recai sobre o facto de a

linguagem fática estar relacionada com cumprimentos, despedidas ou qualquer outro tipo de intervenção direcionada mais diretamente ao público. Nestas duas semanas analisadas, a função de linguagem mais frequente é a referencial, apesar de existirem muitos segmentos de entretenimento. Este tipo de linguagem foi utilizado em 110 segmentos (43,48%) enquanto a linguagem emotiva foi utilizada em 106 (41,90%) e a fática em 37 (14,62%):

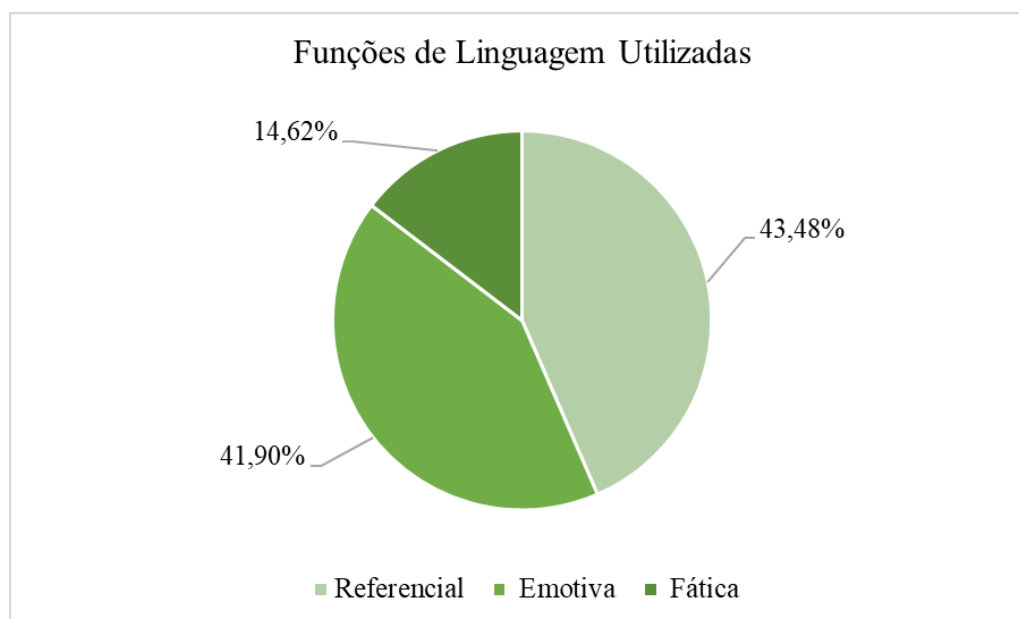


Gráfico 6 – Tempo ocupado por cada tipo de linguagem.

Podemos concluir que a linguagem utilizada no “Esta Manhã” nestas duas semanas é mais coloquial, do que formal, tendo em conta que, se somadas, as funções de linguagem emotiva e fática representam um total de 56,52%.

- **Período após a reestruturação do ‘Esta Manhã’**

Ao analisar o período após a reestruturação do programa, neste caso uma semana do mês de março e outra do mês de abril (27 a 31 de março e 10 a 14 de abril), é possível verificar que se mantêm muitas características. O programa continua a começar com a boa disposição dos apresentadores e o seu “bom dia”, que marca a proximidade que mantêm com a sua audiência. Após cumprimentarem o público, continuam a realçar os temas que vão ser abordados e a dar seguimento para o noticiário. Também o tipo de linguagem coloquial e a postura descontraída é mantida.

O número de segmentos dos alinhamentos de cada programa destas duas semanas é superior ao número de segmentos do anterior à reestruturação. Contudo, neste período de tempo também existem mais segmentos de entretenimento do que informação. Num total de 297 segmentos, existem 162 de entretenimento (54,55%) e 135 de informação (45,45%):

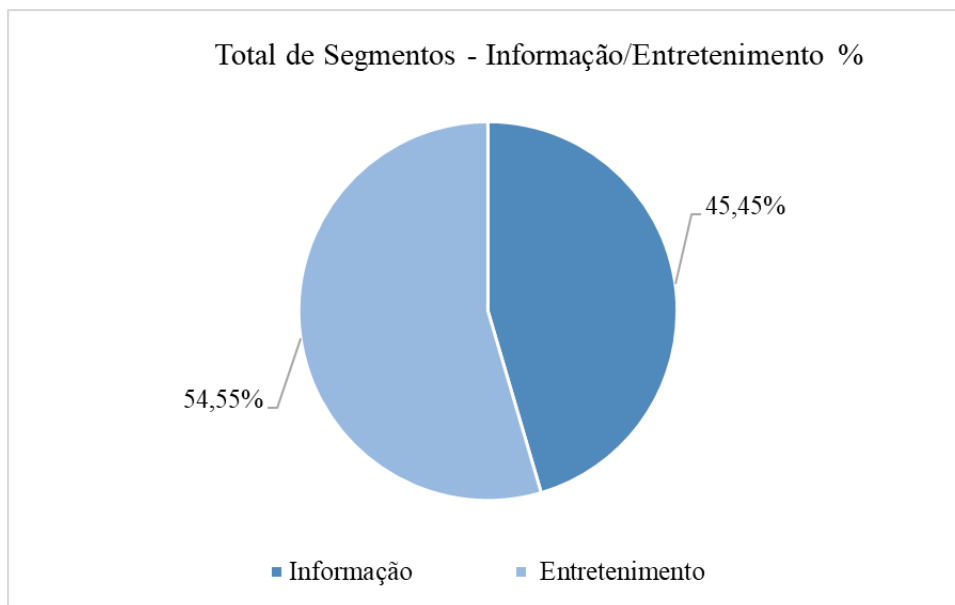


Gráfico 7 – Número de segmentos de informação e de entretenimento.

Porém, também o tempo de antena da vertente de informação é superior ao da vertente de entretenimento. No total de 21:34:30h, foram transmitidas 13:22:30h (61,99%) de segmentos relacionados com a vertente informativa e 08:12:00h (38,01%) de segmentos relacionados com a vertente de entretenimento. Nesse sentido, é possível afirmar que a oferta de conteúdo informativo se mantém superior à de conteúdo de entretenimento:

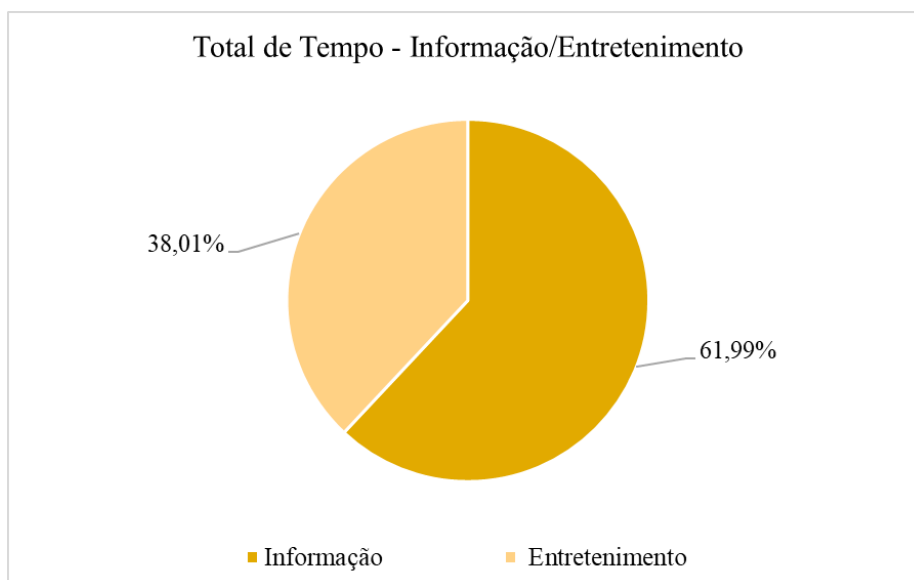


Gráfico 8 – Tempo ocupado pelos segmentos de informação e de entretenimento.

Já em relação aos temas/conteúdos abordados em cada segmento, é possível observar que neste período de tempo não existiram diretos nem conteúdo de culinária. Foram apenas introduzidos segmentos de telepromoção a uma marca de cosmética representada pela apresentadora Iva Domingues (a “Bella Aurora”) que equivaleram a apenas 4 segmentos, uma percentagem de 1,35% sobre o total de segmentos abordados. As rubricas mantêm-se as mesmas e continuam a ocupar mais tempo, estando presentes em 163 segmentos (54,88%). Continuam também a seguir-se as notícias, presentes em 70 segmentos (23,57%) e as entrevistas (incluindo em algumas rubricas), presentes em 68 (22,90%), um valor muito próximo das notícias. Por último, existiu apenas 1 segmento de música, que equivale a 0,34%:

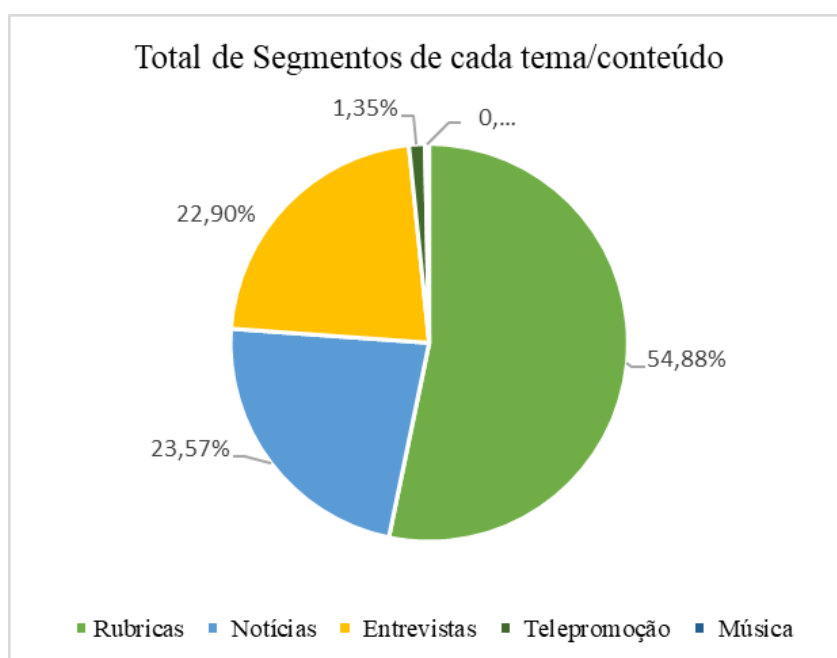


Gráfico 9 – Total de segmentos de cada tema/conteúdo.

Embora continue a existir um número elevado de entrevistas nestes dez programas, o número de intervenientes externos diminuiu. Estas duas semanas contaram com a intervenção de 122 convidados, o que equivale a uma percentagem de 41,08% sobre o total de segmentos. Podemos também verificar que é mais frequente a presença de convidados importantes do ponto de vista social, relacionados com áreas como política, saúde e sociedade.

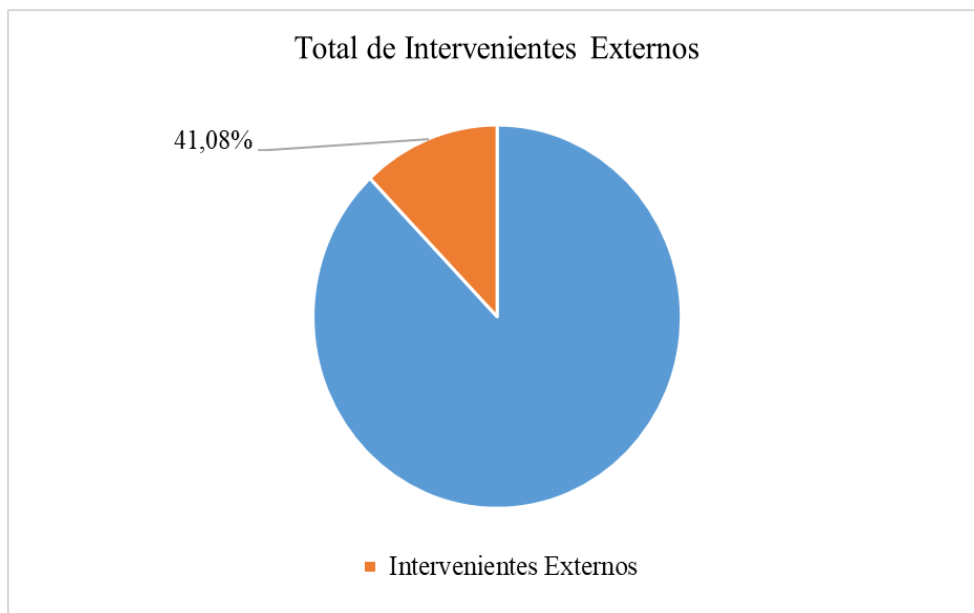


Gráfico 10 – Percentagem equivalente ao total de presenças de intervenientes externos.

O estúdio do ‘Esta Manhã’ também sofreu alterações e deixou de ter presente a área dos sofás e todos os móveis e acessórios correspondentes. Foi substituída pela área da Mesa, composta por uma mesa alta e oval onde os principais apresentadores, Sara Sousa Pinto e Nuno Eiró estão sentados e onde apresentam todas as rubricas, entrevistas e restantes conteúdos, do início ao fim do programa. Esta área remete também para um ambiente mais formal, não contém cores viva, apenas cores sóbrias e neutras, e é bastante semelhante à área da mesa do jornalista pivô. É também nesta área que se concentra a maioria do total de tempo do programa – 164 segmentos (55,22%) foram apresentados através da Mesa (principal); 70 (23,57%) através da Mesa do Jornalista; 37 (12,46%) a partir do *Ledwall*, que agora está integrado num espaço menor do estúdio e serve apenas para rubricas como Popnews ou Amanheceres; e 26 (8,75%) através do exterior:

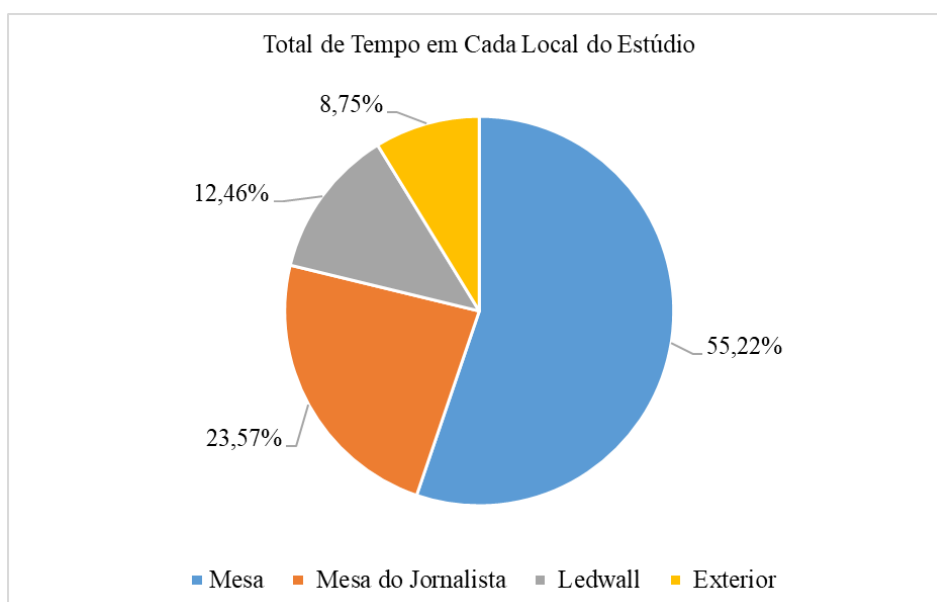


Gráfico 11 – Percentagem equivalente ao total de segmentos apresentados em cada local.

Em relação às funções de linguagem utilizadas, houve uma mudança – o número de segmentos que contêm um tipo de linguagem emotivo é superior ao que contêm uma linguagem referencial. A função de linguagem emotiva está presente em 142 segmentos (47,81%), enquanto a referencial está em 134 (45,12%) e a fática em 21 (7,07%):

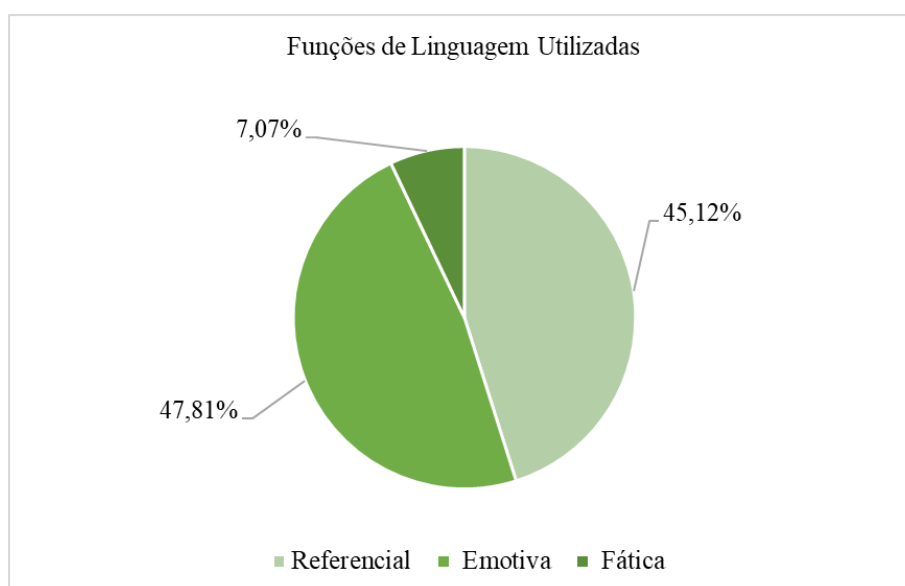


Gráfico 12 – Tempo ocupado por cada tipo de linguagem.

5.2.2 Análise Temática das Entrevistas

Com o auxílio de um guião com questões que visavam conhecer a opinião dos entrevistados sobre a estrutura e produção do programa “Esta Manhã” e sobre os formatos de infoentretenimento, foi possível alcançar a perspetiva de quem produz um dos programas deste género presentes na atual programação da televisão portuguesa. Neste sentido, foi realizada uma análise temática das entrevistas. Importa realçar que as entrevistas foram realizadas no período após a reestruturação do programa. As questões colocadas aos dois produtores, Rui Félix e Isabel Pedra, são menos do que as colocadas ao produtor executivo do programa, Ricardo Rodrigues, tendo em conta a diferença de cargos. Embora no estúdio, durante a emissão do programa, tudo o que se passa seja da responsabilidade dos produtores, o produtor executivo é quem lidera o programa. O seu trabalho durante as emissões é executado através da régie e é o produtor executivo que pensa cada emissão e define o que é necessário para cada dia.

- **O processo de produção do ‘Esta Manhã’**

Os temas presentes em cada emissão do programa são previamente definidos. Pode acontecer serem decididos com uma antecedência de uma semana, mas também acontece, muito frequentemente, serem pensados no dia anterior à emissão. O ‘Esta Manhã’ tenta focar os seus temas na atualidade, tenta abordar aquilo que faz parte da “ordem do dia”. Assim, o papel da equipa passa por estar sempre a par de notícias, de temas que estão a ser falados e de qualquer acontecimento que possa surgir que importe ser discutido no programa. A atualidade é, aliás, uma âncora à qual estão “sempre muito agarrados” e é o “primeiro e grande critério” sobre o qual a equipa se guia na escolha de conteúdos/notícias, como afirma o produtor executivo Ricardo Rodrigues. Esta é uma característica que demonstra que neste programa existe a preocupação de ir ao encontro de um dos principais pilares da informação - a atualidade – e que a informação apresentada no programa é relevante, porque aborda temas novos e atuais que são do interesse da sociedade.

O produtor Rui Félix também destaca a atualidade como o principal critério: “a forma como nós escolhemos os conteúdos que vamos passar no programa tem muito a ver com o que está na ordem do dia, o que é atual. Nós escolhemos sempre notícias, seja sobre política, desporto, economia, que aconteceram recentemente, preferencialmente no dia anterior para podermos falar no dia seguinte. Também podemos escolher efemérides para pegar em temas e abordar esses temas de acordo com a efeméride.” A abordagem a efemérides e datas comemorativas é muito frequente em programas deste género - assinalam a data através de conteúdos direcionados ao assunto e chamam a atenção dos telespectadores que também comemoram essa determinada data. Este aspeto também revela que esta é uma estratégia de corresponder aos interesses do público.

O alinhamento do programa é dividido em quatro partes (desde a sua estreia), sendo que as três primeiras partes são mais informativas e é na quarta parte que se inserem os temas mais direcionados para a vertente de entretenimento. Na segunda parte é onde se inserem, geralmente, os chamados temas do dia – onde são feitas entrevistas que permitem uma análise a um determinado assunto que faça parte da agenda mediática atual. A produtora Isabel Pedra afirma que: “para os temas do dia o principal critério é tentarmos corresponder à atualidade”. Destaca ainda que, na sua opinião, “os principais critérios, para além da atualidade e da relevância dos temas têm muito a ver com aquilo que interessa mais às pessoas no momento”.

Apesar da reestruturação do programa, não parece existir uma grande mudança na abordagem dos conteúdos. Sobre este aspeto Rui Félix afirma que a equipa tenta sempre “abordar os conteúdos de uma forma mais leve, não de uma forma tão pura e dura típica de informação. Os apresentadores também têm uma postura mais descontraída, que também deixa as pessoas mais descontraídas, e tentamos que a entrevista seja mais leve de certa forma, mas sem perder a essência do conteúdo.” Esta é uma característica muito evidente e comum nos formatos de infoentretenimento, a abordagem mais leve e menos séria aos conteúdos informativos, de forma a alcançar qualquer tipo de público. A análise de conteúdo também verifica isto mesmo: que a postura dos apresentadores, a boa disposição, a dinâmica do programa e a interação com o público de uma forma descontraída se mantém após a reestruturação do formato.

Isabel Pedra considera que o critério sobre a escolha de convidados foi reforçado após a reestruturação. Afirma que: “quando tínhamos mais entretenimento tentávamos puxar pessoas que fossem mais conhecidas do público geral e que puxassem de alguma forma audiências ou interesse. Neste momento, tentamos muito trazer pessoas de referência na área da política, por exemplo. Tentamos muito ter ministros ou pessoas que não falam regularmente nos meios de comunicação e, portanto, as pessoas quando ligam a televisão e veem um ministro a falar ganham logo interesse e querem saber o assunto ou o que se está a passar. Tentamos nesse sentido trazer pessoas que sejam mais relevantes dentro das várias áreas, mas se for preciso trazer um desconhecido também trazemos.” Deste modo, o assunto abordado ganha relevância também através do convidado. Ao optar por ministros, por pessoas conhecidas do público geral (quando existia mais entretenimento), por bastonários, advogados ou outras personalidades com cargos elevados na sociedade, o tema irá ter credibilidade e relevância para o telespectador, que automaticamente vai considerar o assunto sério e importante. O facto de tentarem trazer ao programa pessoas que raramente falam em público também é uma estratégia para subir audiências e conquistar o interesse e atenção do público.

Também a ordem com que os conteúdos são alinhados no programa tem um critério. O Produtor Executivo, Ricardo Rodrigues realça que sendo o ‘Esta Manhã’ um programa matinal, emitido das 07:00h às 10:00h, pertence a um “período muito específico, que é a entrada do público em antena. E é gradual, as pessoas não ligam todas a televisão às 7 da manhã, nem toda a gente vê televisão com atenção a essa hora. O público vai crescendo na audiência, portanto nós vamos um bocadinho também respondendo ao tipo de público que

vai entrando. Esse é um dos critérios.” O tipo de conteúdo apresentado em cada parte do programa corresponde ao tipo de público que é esperado: “Por exemplo, eu sei que na primeira e segunda parte tenho um tipo de público, provavelmente que está a preparar-se para sair de casa e que precisa de informação numa determinada ordem, de um determinado tipo de conteúdos para sair de casa e ter ali um conjunto de informações úteis para o seu dia-a-dia. E depois há uma entrada de um público que fica por casa, pessoas desempregadas, pessoas que estão a ver televisão durante a sua lide de casa diária, e para essas pessoas há um tipo de conteúdo mais diferenciado, mais informativo, com mais tempo de conversa, etc. Ou seja, vamos do mais informativo e direto para uma abordagem um bocadinho mais *light* e para um desenvolvimento dos conteúdos com mais tempo.” Este aspeto pode demonstrar uma tendência do público perante a televisão em geral: começar o seu dia com acesso a informação, a ver notícias e a querer saber o que está a acontecer no mundo naquele momento. E posteriormente, aceder a um conteúdo mais descontraído e focado no entretenimento. Porém, também se relaciona com o que Ricardo Rodrigues sublinha – ao longo da manhã (sobretudo no horário em que o programa decorre, das 07:00h às 10:00h) existem diferentes tipos de telespectador: o que está a preparar-se para sair de casa e liga a televisão como uma forma de distração durante um curto período de tempo; e o que fica por casa e acompanha a programação de um determinado canal televisivo desde manhã, até à noite, por exemplo.

Sobre esta questão, Ricardo Rodrigues foi questionado se é por este motivo que o programa começa com a meteorologia e com o trânsito, ao que respondeu: “exatamente. Na última parte o trânsito e a meteorologia já não existem. Quem já saiu de casa, já saiu e leva essas informações, sobre o trânsito que vai encontrar no caminho para o trabalho ou como vai estar o tempo durante esse dia.”

- **O Público do ‘Esta Manhã’**

Ricardo Rodrigues caracteriza o público-alvo do ‘Esta Manhã’ da seguinte forma: “o programa procura ir buscar outro tipo de público, mas lá está, acho que há muita gente que secalhar não vê televisão de manhã, logo tão cedo. Acho que é um bocadinho transversal. Diria que é uma população ativa, de trabalhadores nas primeiras duas horas e depois que o público que começa a entrar em antena é o público que se mantém connosco o dia todo, com

a televisão na TVI.” O facto de durante o período da manhã não existir um grande número de pessoas a assistir televisão pode revelar-se um obstáculo aos resultados de audiências que a produção do ‘Esta Manhã’ tenta alcançar. Além disso, também é possível que muitas pessoas liguem a televisão nesse horário apenas para estar ligada enquanto se estão a despachar para sair de casa, sem prestarem grande atenção. Nesses casos, torna-se mais provável que a pessoa não mude de canal e se mantenha sempre a ver o mesmo programa, mesmo não tendo necessariamente interesse.

- **O papel das rubricas no ‘Esta Manhã’**

Como foi possível verificar na análise de conteúdo, as rubricas são o tipo de conteúdo que mais espaço ocupa em todos os alinhamentos, das quatro semanas analisadas (Gráficos 3 e 9). Nesse sentido, fazem parte daquilo que é a essência do ‘Esta Manhã’. Para Ricardo Rodrigues, as rubricas permitem que os espectadores saiam de casa com a informação que irá marcar o dia. Destaca como exemplo o trânsito, porque “as pessoas antes de saírem de casa querem saber os pontos chave, se há algum atraso que pode influenciar a sua viagem” e a meteorologia, com o que acontece “exatamente a mesma a coisa”. Rui Félix também destaca a importância das rubricas com o exemplo da Bola com Todos, a rubrica sobre desporto: “todas as pessoas que vêm o ‘Esta Manhã’ sabem que àquela hora têm o Bola com Todos, associam o nome ao conteúdo e às vezes podem até mesmo ver o programa para ver determinados conteúdos”. Realça ainda que “num programa que é duradouro, são estas pequenas coisas que deixam a sua marca de alguma forma”. Esta resposta também revela uma preocupação em criar uma identidade do programa, algo que o distinga da concorrência e que o torne único e diferente.

Já Isabel Pedra considera que as rubricas são importantes para “puxar alguns temas” e ainda que: “a meteorologia é muito importante porque interessa a toda a gente. Já o desporto, só interessa a algumas pessoas. A meteorologia e o trânsito interessam à generalidade.” Na sua opinião, “as rubricas influenciam conforme o gosto de cada um. Se eu não gostar de desporto, não vou querer ver a rubrica de desporto, ou deixo só a dar na televisão sem prestar atenção.” Sobre o facto de as rubricas poderem desempenhar um papel de aproximação com o público, Isabel Pedra tem uma opinião diferente dos outros dois produtores: “Se falarmos de rubricas como o café central, com a Susana, acho que sim, totalmente. Se falarmos sobre desporto, acho que prende as pessoas, mas, no entanto, se não

for dado na rubrica é dado nas notícias. O cinema é a nossa forma de tentar puxar um bocadinho o entretenimento. Não sei se as rubricas prendem as pessoas no sentido de as pessoas saberem que existe aquela rubrica naquele momento do dia e querem ver de propósito. Isso acho que não.” Mais uma vez, é realçada a preocupação em aproximar o público aos apresentadores.

- **A reestruturação do ‘Esta Manhã’**

Sobre o que levou à reestruturação do programa, todos os entrevistados consideram que o motivo se foca em querer “ir de encontro ao que as pessoas querem ver e ouvir”, como afirma Ricardo Rodrigues. Esta mudança está também relacionada com a falta de resultados. Isabel Pedra afirma que “a partir do momento em que a estação que ganha nesse horário só tem informação, tu queres ir atrás disso”. E Rui Félix realça: “o nosso concorrente direto é a RTP, que só faz informação, então nós cortamos a parte de entretenimento para podermos lutar contra eles nas audiências. O que se tem verificado é que tem sido positivo para nós, estamos com mais audiências porque as pessoas àquela hora querem mais informação do que entretenimento.” Estas respostas permitem-nos compreender como as diferentes estações televisivas reagem à falta de resultados, a nível de audiências. Para além de apostarem em conteúdos novos, também tentam aproximar os seus programas/conteúdos aos da estação que lidera, como podemos verificar através destas duas perspetivas. Os entrevistados revelam que a TVI se apercebeu que das 07:00h às 10:00h os telespectadores parecem preferir conteúdos de carácter informativo. Esse terá sido o principal motivo que levou à reestruturação do ‘Esta Manhã’, para um programa mais focado na informação. Contudo, Ricardo Rodrigues não considera que tenha existido uma mudança para um programa mais informativo: “quisemos reforçar algumas partes informativas para as pessoas que procuravam isso, sentimos um bocadinho também de necessidade de desenvolver algumas rubricas e alguns espaços. Mas não perdemos nunca a nossa matriz de infoentretenimento, atenção, isso não. Essa reformulação teve a ver com várias coisas, também mudamos de estúdio, de estética.” O facto de Ricardo Rodrigues sublinhar que a matriz de infoentretenimento se mantém pode ser visível através da postura descontraída e da boa disposição dos apresentadores que, como já referido, se manteve após a reestruturação do programa.

Os entrevistados destacam diferentes aspetos sobre aquilo que mudou com esta reestruturação. Rui Félix começa por destacar que depois desta mudança, “tudo aquilo que outros programas da TVI puderem fazer nós [a equipa do ‘Esta Manhã’] não vamos fazer igual. Por exemplo, na parte de entretenimento tínhamos muitas vezes música ou marcas que, se pensarmos em linha editorial, outros programas, como o ‘Em família’ ou o ‘Dois às 10’ também poderiam ter no programa deles. Ou seja, se eles podem fazer nós não fazemos, tentamos focar-nos agora num conteúdo mais sério, numa forma de entrevista que seja mais informativa, mesmo quando falo das efemérides.” Este facto revela novamente a procura por características que marquem a identidade do programa, que façam com que se distinga entre os outros formatos presentes na televisão portuguesa. Realça ainda que agora os conteúdos são mais rápidos, as entrevistas têm menos tempo de duração e existe uma maior repartição – se antes poderiam abordar dois temas do dia de uma forma mais aprofundada e longa, hoje em dia abordam três temas do dia de uma forma mais curta e menos detalhada. Desta forma é possível abordar mais assuntos e ir “mais diretos ao assunto porque na verdade as pessoas, aquela hora, não têm muito tempo para se sentar em frente à televisão e ouvir uma notícia, então quanto mais rápido, mais sucinto, mais direto for melhor”, afirma Rui Félix. Esta é uma estratégia que revela que pode existir uma certa preferência do público por conteúdos mais rápidos durante o período da manhã, sobretudo sendo conteúdos transmitidos de forma leve e não tão rigorosa como num noticiário.

Isabel Pedra destaca o facto de antes o programa ter “uma parte de entretenimento muito bem delineada” e ter deixado de “fazer totalmente aquilo que era puro e duro entretenimento”. Apesar de neste momento, segundo a sua opinião, a equipa deixar o entretenimento de lado, segundo Isabel Pedra, tenta ainda “ir buscar algumas coisas que se justifiquem com a atualidade. Podem até ser temas que se podem associar ao entretenimento, mas são justificados com algum tema que esteja a ser debatido na atualidade. A mudança é essencialmente essa, focar-nos cada vez mais na atualidade, naquilo que interessa às pessoas no dia a dia, no que se acabou de saber, as polémicas de que se falam, por aí.” Esta perspetiva revela que o ‘Esta Manhã’ se mantém fiel a um dos principais pilares da informação, como já referido. Hoje em dia, existindo milhares de fontes de informação, importa dar a conhecer tudo o que está a acontecer, minuto após minuto, aos espectadores.

Já Ricardo Rodrigues encara esta mudança da seguinte forma: “a nova imagem do estúdio obrigou-nos um bocadinho a criar novas dinâmicas na forma de realização, começa logo por aí. Em termos de conteúdos, eu não diria que fizemos uma mudança transversal, o

que fizemos foi reestruturar o programa de uma forma e sobretudo balizar determinadas horas e determinados conteúdos.” Esta resposta pode relacionar-se com o que anteriormente já foi sublinhado e que parece, assim, ser um obstáculo – agora os apresentadores apresentam o programa desde o início até ao fim, praticamente sempre no mesmo sítio, na mesa principal, o que garante menos dinâmica ao programa.

- **A opinião sobre o Infoentretenimento**

Foi pedido a todos os entrevistados que dessem a sua perspetiva sobre o facto de ser, ou não, possível informar e entreter em simultâneo, sem que o conteúdo perca qualidade e credibilidade ou sem que o público se sinta menos informado. Isabel Pedra acha que é “totalmente possível desde que exista uma barreira clara no que diz respeito à postura” dos apresentadores. Para si, “se estamos a falar de temas sérios, nesse momento estamos sérios. Se há um momento para brincar podemos também brincar. Ou seja, não existir mistura desse tipo de interações”. Também Rui Félix considera que a postura é um elemento chave e não sente que o público se sinta menos informado com o formato de infoentretenimento: “quando os assuntos são mais sérios, a postura e a forma de interagir com os convidados é diferente. Muitas vezes recebemos ministros ou outras figuras importantes e tentamos que mesmo assim a entrevista seja tranquila, que não seja tão séria”. Já Ricardo Rodrigues considera que é importante não confundir as coisas: “os conteúdos são por norma sempre informação. Obviamente que há sempre um ou outro componente mais lúdico, mas há sempre informação por detrás. Por isso acho que a forma de embrulhar o conteúdo e de apresentarmos de uma forma mais *light*, não tão densa, com uma linguagem não tão jornalística e séria, permite informar e desenvolver os conteúdos de outra forma até chegar às pessoas. Mas uma coisa não impede a outra.” Esta questão, da postura dos apresentadores num programa de infoentretenimento proporciona, como já referido, muitas críticas e dúvidas sobre este tipo de formato. Como apresentado na revisão de literatura, existem diferentes perspetivas sobre este aspeto – existe quem defenda que a postura de quem transmite informação deveria, em todos os momentos, ser séria, e quem defenda que é possível aliar as duas vertentes através de uma postura que se adegue a cada momento. É precisamente isso que os entrevistados realçam, que é possível informar e entreter em simultâneo, desde que exista uma postura adequada a cada tema, convidado e momento.

- **Características Diferenciadoras do ‘Esta Manhã’**

Todos os entrevistados tiveram a oportunidade de dizer qual é, para si, a característica que diferencia o ‘Esta Manhã’ de todos os outros programas. Para Rui Félix, o que mais distingue o ‘Esta Manhã’ é o facto de ser um programa que tem noticiário, mas não só: “é uma forma de informar o público de forma mais leve e brincar um bocadinho com a forma de ser dos apresentadores ou de brincarem uns com os outros. A equipa também é maior, não é uma dupla como no ‘Dois às 10’, não é só uma pessoa como no ‘Goucha’, são cinco apresentadores que interagem uns com os outros, num programa em que cada um tem um papel diferente, mas que é como se fosse uma família.” No fundo, a transmissão de informação de forma mais leve e a existência de momentos emotivos e de interação com o público são precisamente características que distinguem os formatos de infoentretenimento.

Para Isabel Pedra, a característica que distinguia o ‘Esta Manhã’ está a perder-se: “para além da leveza da informação era a ligação entre os apresentadores, a interação que existe entre todos. Está-se a perder um bocadinho essa característica a partir do momento em que há temas mais sérios e menos momentos para poder brincar. Automaticamente, mesmo que eles estejam abertos a estar nesse espírito de brincadeira, se estão a falar sobre um tema sério não vão, de um segundo para o outro, conseguir estar num *mood* de brincadeira para se meterem uns com os outros. Esses momentos já não existem tanto.” Apesar de, através da perspetiva de Isabel Pedra, os momentos de descontração e brincadeira não serem tão frequentes, o ‘Esta Manhã’ também evita, desta forma, críticas acerca da forma como trata a informação e sobre a postura dos seus apresentadores, como é tão comum acontecer com este género de programas.

Para Ricardo Rodrigues, o ‘Esta Manhã’ permitiu desenvolver um conceito que não era muito desenvolvido em Portugal: o *infotainment*: “só por aí já foi uma novidade nesse aspeto. Acho que tem um bocadinho também a ver com a forma como damos a informação e como a desdobramos, para desenvolver e dar outros tipos de abordagem ao mesmo tema. Abordamos o que marca o dia, sobretudo, lançamos o dia. Também vemos várias perspetivas sobre um tema só, num embrulho mais dinâmico, original e diferenciado.” Esta resposta realça um aspeto fundamental: a procura por formatos estrangeiros e a atenção ao mercado televisivo fora de Portugal. O objetivo do ‘Esta Manhã’, de acordo com esta perspetiva, parece ser destacar-se no panorama televisivo português ao desenvolver um conceito de

infoentretenimento diferenciador e original, que não se encontra em qualquer outro programa.

5.3 Análise Comparativa dos Dados

Após a reflexão sobre os dados recolhidos através da análise de conteúdo e das entrevistas, é possível encontrar uma concordância. O ‘Esta Manhã’ revela ser um programa de infoentretenimento marcado pela boa disposição e pela alegria – podemos ver isso através das emissões do programa, mas também através da perspetiva dos seus produtores. Ao contrário de muitos dos programas deste formato em Portugal, o ‘Esta Manhã’ não aborda temas dramáticos, que representem o sofrimento de alguém. Não temos presente, neste programa, o típico sensacionalismo que podemos ver em muitos outros. Na sua vertente de entretenimento, o ‘Esta Manhã’ aborda, geralmente, temas que interessam ao telespectador e que podem ser úteis no seu quotidiano, que fazem parte da sua realidade. Além disso, como os três entrevistados referiram, os seus temas são focados na atualidade. E ao abordar assuntos que fazem parte do dia-a-dia do telespectador ou que são ainda surpresa ou novidade, consegue obter mais atenção por parte da audiência.

A postura de todos os apresentadores é descontraída, também marcada pela boa disposição e simpatia para com o público. Podemos observar isso não só através do programa em si, como através do facto de existirem mais segmentos com linguagem emotiva e fática, do que com linguagem formal. Também os entrevistados consideram que o objetivo é oferecer a informação de forma mais leve, mesmo que sem perder a essência do conteúdo. A linguagem é, portanto, acessível a qualquer pessoa que esteja a assistir. Desta forma é também possível fazer chegar temas mais sérios/importantes a uma maior audiência. Ao longo do programa é também recorrente a intervenção de quem está em estúdio – operadores de câmara e assistentes de operações – nas rubricas, por exemplo. É comum que os apresentadores façam perguntas na meteorologia, por exemplo, e que os restantes profissionais gritem respostas. Existe um ambiente quase de festa, nestes momentos. Estas interações ocorrem tanto no período anterior à reestruturação, como no período posterior.

O ‘Esta Manhã’ é um programa de infoentretenimento que valoriza a informação. A prova disso é o facto de em todas as emissões analisadas, nas quatro semanas ao todo, o tempo de antena da informação ser superior à de entretenimento. Além disso, na perspetiva

dos entrevistados, que confessam que principalmente agora, o ‘Esta Manhã’ se dedica ainda mais à atualidade, prova também que é dada uma atenção fundamental às notícias de todos os dias, aos temas que marcam a sociedade e que fazem parte da agenda mediática. A sua preocupação é também corresponder aquilo que o público quer ver e saber, pelo que interessa qualquer tema que interfira com o seu papel enquanto cidadão na sociedade em que insere. O facto de a procura por um melhor número de audiências gerar uma mudança para uma estrutura que prioriza mais a informação, também revela essa preocupação. Mostra ainda que, neste horário matinal, o que o público pretende assistir é sobretudo informação.

Uma questão que se pode levantar sobre este aspeto é o facto de os jornalistas apresentarem não só os noticiários como conversas sobre outro tipo de temas. No dia 12 de janeiro, por exemplo, pudemos assistir ao jornalista Pedro Carolhas a apresentar o noticiário e minutos depois a participar numa conversa sobre como assumir cabelos brancos. Este tipo de interação feita em todos os programas quer pelo jornalista Pedro Carolhas, quer pelo Marcos Pinto (jornalista que substituiu durante os meses de março e abril o jornalista fixo Pedro Carolhas), pode levar a que se questione a seriedade que a sua profissão deve encarar. Ambos participam nas rubricas com piadas e brincadeiras com os outros apresentadores e para com o público e têm uma postura mais descontraída (fora dos noticiários, claro). Contudo, a forma como os entrevistados falam sobre a seriedade da parte informativa do ‘Esta Manhã’ prova que existe um cuidado em adotar a postura/linguagem correta e adequada a cada tema e em não desvalorizar a informação, apesar de ser transmitida de uma forma mais leve e descontraída no caso das entrevistas sobre temas pertencentes a esta vertente.

Os temas abordados ao longo dos vários segmentos de todos os programas são também um aspeto fundamental. Podemos afirmar que as rubricas são sem dúvida algo que caracteriza o ‘Esta Manhã’ e que o diferencia dos restantes programas. Para além de ocuparem muito tempo ao longo da emissão do programa, como é possível verificar nos gráficos 3 e 9, são pensadas para aproximar o público dos apresentadores. A Meteorologia e o Trânsito são muito comuns em *morning shows*, por oferecerem a quem assiste duas informações necessárias para o seu dia: o estado do tempo e o estado do trânsito, como realçaram os entrevistados. Estas duas rubricas deverão ser as mais importantes no programa, de acordo com as respostas dos entrevistados. Embora não concordem sobre a importância de outras rubricas (como o Bola com Todos), a opinião sobre estas duas rubricas fixas é semelhante.

A produtora Isabel Pedra faz referência ao facto de o programa ser dividido em quatro partes onde, antes da reestruturação, a terceira parte incluía um meio termo entre informação e entretenimento e em que a quarta parte pertencia apenas à vertente de entretenimento. Embora segundo a sua perspetiva, neste momento, já não exista tanto entretenimento na quarta parte como existia, podemos verificar através da perspetiva do produtor executivo Ricardo Rodrigues e das grelhas de análise de conteúdo, que esta passagem de uma vertente mais informativa para uma vertente mais divertida é realizada de forma gradual. Como Ricardo Rodrigues (2023) afirma, as primeiras partes são direcionadas ao público que está a sair de casa – a informação é dada de forma rápida e objetiva. Como podemos observar através das grelhas auxiliares (anexos), as rubricas de Meteorologia, Trânsito e Amanheceres estão muito presentes nas duas primeiras partes do programa (quer nas semanas antes da reestruturação, quer nas semanas depois) e não são integradas na última parte. Isto porque, como Ricardo Rodrigues (2023) sublinha, são as que oferecem ao telespectador aquilo que ele precisa de saber para começar o seu dia.

Como referido, o estúdio e a imagem do ‘Esta Manhã’ também sofreram alterações:



Fig. 1 – Disposição do estúdio antes da reestruturação: sofás.

Fonte: TVI Player.



Fig. 2 – Disposição do estúdio antes da reestruturação: ledwall.

Fonte: TVI Player.

Anteriormente, a presença dos apresentadores dividia-se entre o *ledwall* e a zona dos sofás, como podemos observar nas figuras 1 e 2. Na zona do *ledwall* estavam de pé e era-lhes permitida uma presença mais livre, mais leve. O facto de irem mudando de zona, de

acordo com o conteúdo (se iam apresentar uma entrevista, por exemplo, estavam na zona dos sofás), garantia um ambiente mais dinâmico ao programa e aos diferentes segmentos.

Com as mudanças no estúdio, os apresentadores passaram a estar, praticamente desde o início ao fim do programa, sentados na mesa principal, como podemos observar no gráfico 11 e na figura 3. Durante o decorrer de todas as emissões, os apresentadores apresentam os conteúdos e interagem com o público sempre através do mesmo sítio, o que torna a interação com o público mais estática e menos dinâmica. As novas cores no cenário e no genérico remetem para um noticiário – são cores escuras e neutras, enquanto anteriormente eram cores mais alegres, que remetiam mais para o típico formato de *morning show* americano. Esta é uma característica da nova mudança que também se revelou um desafio para a criação de novas dinâmicas na forma de realização do programa, como realça Ricardo Rodrigues (2023).



Fig. 3 – Disposição do estúdio depois da reestruturação: Mesa.

Fonte: TVI Player.

Conclusão

Este relatório teve como objetivo analisar a forma como o programa ‘Esta Manhã’ articula a vertente da informação com a vertente do entretenimento e compreender as diretrizes através das quais a sua produção é realizada. Através do trabalho empírico realizado, podemos responder à questão de partida: “De que forma é realizada a articulação entre informação e entretenimento no programa ‘Esta Manhã’?”.

Em primeiro lugar, podemos concluir que este é um formato de infoentretenimento que valoriza a vertente informativa. O ‘Esta Manhã’ dedica grande parte da emissão de cada programa a conteúdo informativo – a notícias, a entrevistas sobre temas que interessam à audiência, sobre política, saúde, sociedade – onde inclui personalidades relevantes e aptas para falar sobre temas considerados atuais e de interesse social e político. Apesar da linguagem e da postura mais descontraída na maioria dos segmentos, foi possível verificar que perante os temas informativos é encarada uma postura mais séria e rigorosa por parte dos apresentadores, o que permite afirmar que não existe uma desvalorização deste tipo de conteúdos. O facto de após a reestruturação, que ocorreu no programa, ser priorizada a vertente de informação prova também esta ideia e demonstra que o público pode preferir o consumo de informação no horário matinal.

A primeira impressão que retiramos do “Esta Manhã” é que equivale ao que a sua estreia prometeu: diversão aliada às primeiras informações de cada dia. A boa disposição dos apresentadores marca cada segmento de forma particular, através dos seus gestos, da sua linguagem e do tipo de proximidade que tentam criar com o público (ao incluí-lo em cada assunto).

A adaptação a um novo estúdio e a uma nova imagem, onde o papel dos apresentadores se torna mais limitado, por apresentarem o programa sempre através do mesmo cenário, afasta o ‘Esta Manhã’ da idealização existente sobre o que é um programa de infoentretenimento e sobre o que é um *morning show*. A ausência de cores ou de adereços em estúdio e o facto de estarem sentados no mesmo sítio quase do início ao fim do programa, faz-nos lembrar um noticiário. A imagem que vemos nos segmentos com os dois apresentadores nesta zona principal é muito semelhante à que vemos quando o jornalista está a apresentar o noticiário, não existindo desta forma uma distinção tão clara entre a informação e o entretenimento. Contudo, permanece uma das características que

mais marca o programa, a boa disposição através de piadas, interações e gestos que os apresentadores têm entre eles e para com o público. Mesmo sentados numa cadeira em frente a uma mesa oval durante quase três horas de emissão, os apresentadores têm a capacidade de desenvolver uma interação que pretende aproximar o ‘Esta Manhã’ do seu público.

O papel do jornalista no ‘Esta Manhã’ pode, porém, ser questionado, por não corresponder à expectativa que temos sobre um jornalista – sério, imparcial, rigoroso. Participa ativamente em muitos dos conteúdos do programa e não está limitado à apresentação das notícias. É livre de fazer piadas, de dar a sua opinião pessoal sobre o que o entender e de fazer parte das interações que os restantes apresentadores têm com o público (ou mesmo interagir por iniciativa própria). Estas são características que não são comuns na atitude dos jornalistas em programas de informação, mas que podem ser frequentes nos jornalistas que trabalham em formatos de infoentretenimento.

Podemos também afirmar que as rubricas têm um papel muito importante na estrutura do ‘Esta Manhã’. Estão presentes na maioria dos segmentos, em todos os programas. A Meteorologia e o Trânsito são as mais importantes por oferecerem ao telespectador informações úteis para o dia que está prestes a começar. Mas as restantes rubricas também desempenham um papel fundamental. Permitem que exista uma vertente de entretenimento, aliada a um certo tipo de informação. A rubrica Bola com Todos inclui muitas vezes peças jornalísticas que os noticiários também contêm. O mesmo acontece com a rubrica Popnews, apresentada pelo jornalista de cultura Vítor Moura. O jornalista produz peças que, para além de serem transmitidas no ‘Esta Manhã’, também são transmitidas nos noticiários e oferece-nos informações sobre o mundo das artes, do cinema, da televisão e das celebridades. Por outro lado, também a rubrica apresentada por Susana Pinto, o Café Central, nos pode fazer pensar sobre este assunto. A Susana Pinto encontra-se muitas vezes a interagir de forma animada com o público no exterior, mas também se encontra bastantes vezes em sítios como museus, instituições, escolas ou até hospitais. Neste caso, os seus diretos são mais informativos do que divertidos e existe um cuidado sobre o tipo de linguagem utilizada, o tipo de abordagem e o tipo de interação. Além disso, acaba também por existir uma oferta de informação, dependendo do tema e do sítio onde se encontra. Em suma, todas as rubricas fazem parte da essência do ‘Esta Manhã’, sendo representativas deste formato de infoentretenimento. O que é certo é que

sem estas, a vertente de entretenimento seria, neste momento, quase inexistente e o ‘Esta Manhã’ seria um programa praticamente informativo.

No ‘Esta Manhã’ a informação é transmitida de forma leve, mas de modo a corresponder à seriedade do jornalismo. Não existe apelo à dor ou ao sentimento do público, não existe o sensacionalismo que marca a maioria dos programas de infoentretenimento. Não são abordados temas relacionados com intrigas, celebridades ou tragédia com o intuito de despertar uma emoção. Podemos afirmar que o ‘Esta Manhã’ é um formato muito inspirado nos *morning shows* a que é possível assistir noutros países, mas que pode não corresponder às expectativas do público sobre este tipo de formato.

Apesar de o infoentretenimento ser um fenómeno televisivo cada vez mais presente na indústria televisiva e no nosso quotidiano, é evidente que ainda carece de muita adaptação à sua audiência. Este tipo de formato surgiu com o objetivo de captar, sobretudo, a atenção e a emoção dos telespectadores. Contudo, o mundo evoluiu, as ofertas de outros formatos multiplicaram-se e a oferta de informação chega-nos quase todos os dias de uma forma diferente. Assim, convém que o infoentretenimento também acompanhe essa evolução. Talvez possa começar por encontrar uma fórmula híbrida que permita respeitar os códigos deontológicos do jornalismo e separar os deveres que ambas as vertentes – informação e entretenimento – carregam. Como Traquina (2005) realça, o equilíbrio entre a informação e o entretenimento é fundamental, para garantir que o público recebe informações relevantes e de confiança. Assim, é possível que o infoentretenimento desempenhe um papel na criação de uma proximidade com o público, desde que o faça de forma responsável, consciente e que vá ao encontro às expectativas que se esperam em relação a questões éticas. Contudo, existe uma grande barreira a esta perspetiva sobre o infoentretenimento: como Nicolas Boileau (*apud* Charaudeau & Ghiglione, 2000: 129) refere, “o espírito não se comove com aquilo em que não acredita”. E muitas vezes o papel do infoentretenimento passa por isto, por oferecer a informação de uma forma excêntrica e que apela à emoção, para que o telespectador acredite na sua mensagem.

Este estudo pretende contribuir para a existência de mais uma perspetiva sobre o infoentretenimento. A impossibilidade de entrevistar o coordenador de informação do programa ‘Esta Manhã’ constituiu-se uma limitação. Seria mais uma-valia ter a perspetiva de quem coordena e produz a vertente informativa do programa. Também o tempo cedido pelos entrevistados pode ser considerado uma limitação. Tendo em conta que as

entrevistas foram realizadas depois da realização do estágio curricular, a logística sobre o tempo das mesmas foi mais controlada do que talvez seria se fossem realizadas enquanto o estágio decorreu, tendo em conta que foi necessário agendar um dia e um intervalo de tempo específico para a sua realização.

Referências Bibliográficas

Aguiar, L. (2008). Entretenimento: Valor-Notícia Fundamental. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. 5, nº 1, 13-23. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p13/10217>

Alves, D. (2013). Infoentretenimento nos Programas Televisivos. O Caso das Estações Televisivas Portuguesas. *Universidade da Beira Interior*. Disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1602/1/Daniela%20Alves.pdf>

Boukes, M. (2019). Infotainment. *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, vol.3, 1-9. Disponível em https://www.researchgate.net/publication/332737698_Infotainment

Bourdieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Zahar.

Brandão, N.; Morais, I. (2012). O Espetáculo e o Drama Televisivo - Uma Abordagem Sobre a Informação Televisiva Portuguesa. *International Business and Economics Review*, nº 3, 252 - 261. Disponível em: https://recil.ensinolusofona.pt/bitstream/10437/5389/1/21_iber3.pdf

Brandão, N. (2006). *Prime Time - Do que Falam as Notícias nos Telejornais*. Casa das Letras.

Brants, K. (2005). Quem Tem Medo do Infotainment? *Media & Jornalismo*, nº 7, 38-58. Disponível em: <http://fabricadesites.fesh.unl.pt/polocicdigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/n7-02-Kees-Brants.pdf>.

Caiado, S. (2014). Infotainment - A Arte de Entreter e o Compromisso de Informar: O Espaço e a Importância do Infotainment no Canal Televisivo SIC. *Escola Superior de Educação Social*. Disponível em: <https://repositorio.ipl.pt/bitstream/10400.21/4407/1/RELAT%C3%93RIO%20Sofia%20Caiado%20FINAL%20PDF.pdf>

Canavilhas, J. (2001). O Domínio da Informação-Espectáculo na Televisão. *Universidade da Beira Interior*. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/canavilhas-joao-o-dominio-da-informacao-espectaculo-na-televisao.pdf>

Charaudeau, P.; Ghiglione, R. (2000). *A Palavra Confiscada*. Instituto Piaget.

Dejavite, F. (2007). A Notícia Light e o Jornalismo de Infoentretenimento. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1472-1.pdf>

Eco, U. (1993). *Viagens na Irrealidade Quotidiana*. Difel.

Galtung, J.; Ruge, M. (1965). The Structure Of Foreign News. *Journal of Peace Research*, nº1, 64-91. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/423011>.

Gomes, A. (2009, agosto 08). ZIP-ZIP: Os Sete Meses que Marcaram a Televisão em Portugal. *Público*. Disponível em: <https://www.publico.pt/2009/08/08/culturaipsilon/noticia/zipzip-os-sete-meses-que-marcaram-a-televisao-em-portugal-por-adelino-gomes-1395288>

Lima, P. (2023, maio 28). Audiências Televisivas: do 'Pontapé do Marco' ao 'Efeito Cristina'. *Expresso*. Disponível em: <https://expresso.pt/economia/2023-05-28-Audiencias-televisivas-do-pontape-do-Marco-ao-efeito-Cristina-926b212e>

Lopes, F. (2008). Da Pós-Neotelevisão: A Reconfiguração do Prime-Time nos Canais Generalistas Portugueses. *Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*, 33-46. Disponível em: http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/41093/1/MP_SM_media-em-Portugal_2008_FL_cap.pdf

Lopes, F. (2012). *Vinte Anos de Televisão Privada em Portugal*. Editora Guerra & Paz.

Lusa. (1993). Código Deontológico do Jornalista. Disponível em <https://www.lusa.pt/Files/lusamaterial/PDFs/CodigoDeontologicoJornalista.pdf>.

Martino, L.; Lobato, J. (2011). A Diversão que Informa ou a Informação que Diverte? Notícias, Lazer Midiático e Entretenimento. *Revista Líbero*, vol. 14, nº 28, 141-150. Disponível em: <https://static.casperlibero.edu.br/uploads/2014/05/10-A-divers%C3%A3o-que-informa-ou-a-informa%C3%A7%C3%A3o-que-diverte.pdf>

Mcnaur, B. (2003). *Notícias e Jornalismo no Reino Unido* (4ª ed.). Routledge.

Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco - O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Minerva.

Moreira, L., Jerónimo, P., & Botelho, M. (2015). A Expansão do Info-Entretenimento nos Media Portugueses em Tempo de Eleições. *Revista Estudos de Jornalismo*, nº 3, 33-47.

Nascimento, V. (2010). Entretenalismo: Quando o Humor se Torna Notícia: O Caso Gato Fedorento - Esmiuça os Sufrágios nas Eleições Legislativas de 2009. *Universidade de Coimbra*. Disponível em: https://estudogeral.uc.pt/bitstream/10316/18153/1/TESE_ENTRETENALISMO_FINAL.pdf

Nguyen, A. (2012). The Effect of Soft News on Public Attachment to the News. *Journalism Studies*, nº 13, 706-717. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2012.664318>

Patterson, T. (2001). Doing Well and Doing Good. *KSG Working Paper*, nº 1, 1-28. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=257395.

Pelzer, E.; Raemy, P. (2022). What Shapes the Cultivation Effects from Infotaining Content? Toward a Theoretical Foundation for Journalism Studies. *Journalism*, nº 23, 552-568. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1464884920922704>.

Postman, N. (1985). *Amusing Ourselves to Death*. Penguin Books.

Público. (2001, dezembro 27). SIC é a estação mais vista de 2001, mas TVI lidera desde Setembro. Disponível em: <https://www.publico.pt/2001/12/27/portugal/noticia/sic-e-a-estacao-mais-vista-de-2001-mas-tvi-lidera-desde-setembro-56264>

Rato, A. (2009). Interacção Conversacional no Talk Show Televisivo: Institucionalidade e Género nas Entrevistas de Late Night With Conan O'Brien e The Tonight Show With Jay Leno. *Universidade do Minho*. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/23080/1/Tese_ARato.pdf

Silva, F. (2008). A Não-Notícia, um Produto do Infoentretenimento. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, vol. 5, nº1, 99-108.

Silva, F. M. (2009). Talk Show: Um Género Televisivo entre o Jornalismo e o Entretenimento. *E-compós*, vol.12, nº1. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/289/315>

Stockwell, S. (2004). Reconsidering the Fourth Estate: The Functions of Infotainment. *Griffith University*. Disponível em: https://research-repository.griffith.edu.au/bitstream/handle/10072/1967/27740_1.pdf?sequence=1

Thussu, D. K. (2007). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. SAGE Publications.

Tomé, C. (2022). O Processo de Internacionalização e Adaptação de Formatos Televisivo em Portugal: O Estudo de Caso "A Máscara". *Universidade Católica Portuguesa*. Disponível em: https://repositorio.ucp.pt/handle/10400.14/40516?locale=pt_PT

Torres, E. C. (2018). *Televisão do Século XXI*. Universidade Católica Portuguesa.

Tourinho, C. (2012). O Tempo da "Hipertelevisão". *Observatório da Imprensa*. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/feitos-desfeitas/ed684-o-tempo-da-hipertelevisao/>

Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Quimera.

Wolf, M. (1985). *Teorias da Comunicação*. Editora Presença .

Anexos

Anexo A – Entrevistas

- **Entrevista ao produtor do “Esta Manhã”, Rui Félix:**

Leonor Carrapiço (LC): Existem critérios que tenham em conta na escolha de conteúdos e na forma como são abordados?

Rui Félix (RF): A forma como nós escolhemos os conteúdos que vamos passar no programa tem muito a ver com o que está na ordem do dia, o que é atual. Nós escolhemos sempre notícias, seja sobre política, desporto, economia, que aconteceram recentemente, preferencialmente no dia anterior para podermos falar no dia seguinte. Também podemos escolher efemérides para pegar em temas e abordar esses temas de acordo com a efeméride. Por exemplo, se é o dia da abelha vamos fazer um conteúdo relacionado com abelhas. Independentemente do tema que for, depois podemos aprofundá-lo de formas diferentes. Tentamos sempre abordar os conteúdos de uma forma mais leve, não de uma forma tão pura e dura típica de informação. Os apresentadores também têm uma postura mais descontraída, que também deixa as pessoas mais descontraídas, e tentamos que a entrevista seja mais leve de certa forma, mas sem perder a essência do conteúdo.

LC: Existe algo que se evite na escolha de conteúdos?

RF: Neste momento do programa não nos focamos tanto no entretenimento. Tudo aquilo que outros programas da TVI puderem fazer nós não vamos fazer igual. Por exemplo, na parte de entretenimento tínhamos muitas vezes música ou marcas que se pensarmos em linha editorial outros programas, como o ‘Em família’ ou o ‘Dois às 10’ também poderiam ter no programa deles. Ou seja, se eles podem fazer nos não fazemos, tentamos focar-nos agora num conteúdo mais sério, numa forma de entrevista que seja mais informativa mesmo quando falo das efemérides. Se for o dia da abelha, não vou trazer para aqui abelhas e tirar mel, não vou ensinar as pessoas lá em casa a fazer mel, vou falar das abelhas, da importância das abelhas. É mais nesse sentido.

LC: Considera que as rubricas contribuem para um sentimento de aproximação com o público?

RF: Sim. Por exemplo, nós temos o ‘Bola com todos’, que é a rubrica sobre desporto. Todas as pessoas que vêm o Esta Manhã sabem que aquela hora têm o ‘Bola com todos’, associam o nome ao conteúdo e às vezes podem até mesmo ver o programa para ver determinados conteúdos.

LC: Então pode-se afirmar que é esse o papel mais importante das rubricas?

RF: Acho que sim. Num programa que é duradouro, são estas pequenas coisas que deixam a sua marca de alguma forma.

LC: Perante a nova reestruturação do programa, o que mudou na escolha de conteúdos, no tempo de antena dado a cada tema, etc.?

RF: A mudança foi que temos mais informação do que entretenimento. Isto deve-se porque o nosso concorrente direto é a RTP, que só faz informação, então nós cortamos a parte de entretenimento para podermos lutar contra eles nas audiências. O que se tem verificado é que tem sido positivo para nós, estamos com mais audiências porque as pessoas àquela hora querem mais informação do que entretenimento. Sobre o tempo de antena, os conteúdos agora são feitos de forma mais rápida, as entrevistas não duram tanto tempo como duravam, na segunda parte do programa, por exemplo, somos capazes de fazer três temas do dia mais curtos em vez de dois mais longos, como fazíamos antes. Assim podemos abordar mais coisas e vamos mais diretos ao assunto porque na verdade as pessoas, aquela hora, não têm muito tempo para se sentar em frente à televisão e ouvir uma notícia, então quanto mais rápido, mais sucinto, mais direto for melhor.

LC: Acha possível informar e entreter, em simultâneo, sem que o conteúdo em si perca credibilidade – ou que o público se sente menos informado por estar perante um formato de infoentretenimento?

RF: Não acho que se sinta menos informado, acho que pode ser igual até porque quando os assuntos são mais sérios, a postura e a forma de interagir com os convidados é diferente. Muitas vezes recebemos ministros ou outras figuras importantes e tentamos que mesmo assim a entrevista seja tranquila, que não seja tão séria.

LC: Qual é a característica que mais diferencia o “Esta Manhã” de todos os outros programas?

RF: É um programa que tem noticiário, é o que acho que mais o distingue. Não é um noticiário por si só nem um programa de entretenimento por si só, que é o tipo de programas que existem ao longo do dia na TVI. É uma forma de informar o público de forma mais leve e brincar um bocadinho com a forma de ser dos apresentadores ou de brincarem uns com os outros. A equipa também é maior, não é uma dupla como no ‘Dois às 10’, não é só uma pessoa como no ‘Goucha’, são cinco apresentadores que interagem uns com os outros, num programa em que cada um tem um papel diferente, mas que é como se fosse uma família.

- **Entrevista à produtora do “Esta Manhã”, Isabel Pedra:**

LC: Existem critérios que tenham em conta na escolha de conteúdos e na forma como são abordados?

Isabel Pedra (IP): Eu acho que os principais critérios, para além da atualidade e da relevância dos temas têm muito a ver com aquilo que interessa mais às pessoas no momento. Para os temas do dia o principal critério é tentarmos corresponder à atualidade e no restante programa, tendo em conta que agora é um bocadinho mais informativo, tentamos ir de encontro a tópicos que sabemos que interessam mais a um maior número de pessoas. Por exemplo, toda a gente se preocupa com a saúde e, portanto, é uma coisa em que agora estamos a insistir mais e até a fazer uma rubrica diária sobre esse assunto.

LC: Existe algo que se evite na escolha de conteúdos?

IP: Não há nada que me lembre agora que nos tivesse por algum motivo retido de fazermos algum conteúdo em específico.

LC: Existe algum critério na escolha de convidados?

IP: Já houve, quando tínhamos mais entretenimento tentávamos puxar pessoas que fossem mais conhecidas do público geral e que puxassem de alguma forma audiências ou interesse. Neste momento, tentamos muito trazer pessoas de referência na área da política, por exemplo. Tentamos muito ter ministros ou pessoas que não falam regularmente nos meios de comunicação e, portanto, as pessoas quando ligam a televisão e veem um ministro a falar ganham logo interesse e querem saber o assunto ou o que se está a passar. Tentamos nesse sentido trazer pessoas que sejam mais relevantes dentro das várias áreas, mas se for preciso trazer um desconhecido também trazemos.

LC: Considera que as rubricas contribuem para um sentimento de aproximação com o público?

IP: Se falarmos de rubricas como o café central, com a Susana, acho que sim, totalmente. Se falarmos sobre desporto, acho prende as pessoas, mas, no entanto, se não for dado na rubrica é dado nas notícias. O cinema, é a nossa forma de tentar puxar um bocadinho o entretenimento. Não sei se as rubricas prendem as pessoas no sentido de as pessoas saberem que existe aquela rubrica naquele momento do dia e querem ver de propósito. Isso acho que não.

LC: Sendo assim, qual considera o papel mais importante das rubricas?

IP: É importante para nós conseguirmos puxar alguns temas. A meteorologia é muito importante porque interessa a toda a gente. Já o desporto, só interessa a algumas pessoas. A meteorologia e o trânsito interessam à generalidade. Acho que as rubricas influenciam conforme o gosto de cada um. Se eu não gostar de desporto, não vou querer ver a rubrica de desporto, ou secalhar deixo só a dar na televisão sem prestar atenção.

LC: Perante a nova reestruturação do programa, o que mudou na escolha de conteúdos, no tempo de antena dado a cada tema, etc.?

IP: No que diz respeito aos conteúdos, deixámos de fazer totalmente aquilo que era puro e duro entretenimento. Deixámos também de fazer música. Antes tínhamos uma parte de entretenimento muito bem delineada. O programa era dividido em quatro partes (que continuamos a ter), mas a última parte antes era totalmente entretenimento. Fazíamos uma terceira parte já com um meio termo entre informação e entretenimento e uma quarta já mesmo só direccionada ao entretenimento. O que estamos a fazer neste momento é deixar o entretenimento de lado, mas tentamos de vez em quando ir buscar algumas coisas que se justifiquem com a atualidade. Podem até ser temas que se podem associar ao entretenimento, mas são justificados com algum tema que esteja a ser debatido na atualidade. A mudança é essencialmente essa, focar-nos cada vez mais na atualidade, naquilo que interessa às pessoas no dia a dia, no que se acabou de saber, as polémicas de que se falam, por aí.

LC: Quais são os principais motivos desta mudança?

IP: Claramente a falta de resultados. A partir do momento em que a estação que ganha nesse horário só tem informação, tu queres ir atrás disso.

LC: Acha possível informar e entreter, em simultâneo, sem que o conteúdo em si perca credibilidade – ou que o público se sente menos informado por estar perante um formato de infoentretenimento?

IP: Eu acho que é totalmente possível desde que exista uma barreira clara no que diz respeito à postura. Por exemplo, se estamos a falar de temas sérios nesse momento estamos sérios. Se há um momento para brincar podemos brincar. Ou seja, não haver mistura desse tipo de interações.

LC: Qual é a característica que mais diferencia o “Esta Manhã” de todos os outros programas?

IP: Eu acho que o que distinguia o “Esta Manhã” é uma característica que agora se está a perder um bocadinho. Para além da leveza da informação era a ligação entre os apresentadores, a interação que existe entre todos. Está-se a perder um bocadinho essa característica a partir do momento em que há temas mais sérios e menos momentos para poder brincar. Automaticamente, mesmo que eles estejam abertos a estar nesse espírito de brincadeira, se estão a falar sobre um tema sério não vão, de um segundo para o outro, conseguir estar num *mood* de brincadeira para se meterem uns com os outros. Esses momentos já não existem tanto.

- **Entrevista ao Produtor Executivo do “Esta Manhã”, Ricardo Rodrigues:**

LC: Existem critérios que tenham em conta na escolha de conteúdos e na forma como são abordados?

Ricardo Rodrigues (RR): Eu resumiria todos no primeiro e grande critério, que é a atualidade. Nós estamos sempre muito agarrados à atualidade, a âncora é quase sempre essa. Tudo o que domina a atualidade, as informações que estão em cima da agenda mediática, se assim lhes pudermos chamar, é o que trazemos ao programa.

LC: A ordem com que os conteúdos são alinhados no programa tem algum critério?

RR: Tem muitos critérios, claro que sim. O programa é sempre de manhã, das 07:00h às 10:00h portanto tem a ver com um período muito específico, que é a entrada do público

em antena. E é gradual, as pessoas não ligam todas a televisão às 7 da manhã, nem toda a gente vê televisão com atenção a essa hora. O público vai crescendo na audiência, portanto nós vamos um bocadinho também respondendo ao tipo de público que vai entrando. Esse é um dos critérios. Por exemplo, eu sei que na primeira e segunda parte tenho um tipo de público, provavelmente que está a preparar-se para sair de casa e que precisa de informação numa determinada ordem, de um determinado tipo de conteúdos para sair de casa e ter ali um conjunto de informações úteis para o seu dia-a-dia. E depois há uma entrada de um público que fica por casa, pessoas desempregadas, pessoas que estão a ver televisão durante a sua lide de casa diária, e para essas pessoas há um tipo de conteúdo mais diferenciado, mais informativo, com mais tempo de conversa, etc. Ou seja, vamos do mais informativo e direto para uma abordagem um bocadinho mais light e um desenvolvimento dos conteúdos com mais tempo.

LC: Daí começar o programa com meteorologia e trânsito, por exemplo?

RR: Exatamente. Na ultima parte o trânsito e a meteorologia já não existem. Quem já saiu de casa, já saiu e leva essas informações, sobre o trânsito que vai encontrar no caminho para o trabalho ou como vai estar o tempo durante esse dia.

LC: Considera que as rubricas contribuem para um sentimento de aproximação com o público?

RR: Eu acho que sim, que há informação que interessa maioritariamente a esta hora. O trânsito naturalmente, as pessoas antes de saírem de casa querem saber os pontos chave, se há algum atraso que pode influenciar a sua viagem. Com a meteorologia, exatamente a mesma coisa. No fundo é sair de casa com a informação que vai marcar e que precisas para o dia.

LC: Como caracteriza o público alvo do “Esta Manhã”?

RR: O programa procura ir buscar outro tipo de público, mas lá está, acho que há muita gente que secalhar não vê televisão de manhã, logo tão cedo. Acho que é um bocadinho transversal. Diria que é uma população ativa, de trabalhadores nas primeiras duas horas e depois que o público que começa a entrar em antena é o público que se mantém conosco o dia todo, com a televisão na TVI.

LC: Quais são os principais motivos para esta mudança para um programa mais informativo?

RR: Não considero um programa mais informativo. Quisemos reforçar algumas partes informativas para as pessoas que procuravam isso, sentimos um bocadinho também de necessidade de desenvolver algumas rubricas e alguns espaços. Mas não perdemos nunca a nossa matriz de infoentretenimento, atenção, isso não. Essa reformulação teve a ver com várias coisas, também mudamos de estúdio, de estética. Foi sobretudo para ir de encontro ao que as pessoas querem ver e ouvir.

LC: Perante a nova reestruturação do programa, o que mudou na escolha de conteúdos, no tempo de antena dado a cada tema, etc.?

RR: Na verdade, a nova imagem do estúdio obrigou-nos um bocadinho a criar novas dinâmicas na forma de realização, começa logo por aí. Em termos de conteúdos, eu não diria que fizemos uma mudança transversal, o que fizemos foi reestruturar o programa de uma forma e sobretudo balizar determinadas horas e determinados conteúdos.

LC: Acha possível informar e entreter, em simultâneo, sem que o conteúdo em si perca credibilidade – ou que o público se sente menos informado por estar perante um formato de infoentretenimento?

RR: Eu acho que é importante não confundir as coisas. Os conteúdos são por norma sempre informação. Obviamente que há sempre um ou outro componente mais lúdico, mas há sempre informação por detrás. Por isso acho que a forma de embrulhar o conteúdo e de apresentarmos de uma forma mais *light*, não tão densa, com uma linguagem não tão jornalística e séria, permite informar e desenvolver os conteúdos de outra forma até chegar às pessoas. Mas uma coisa não impede a outra.

LC: Qual é a característica que mais diferencia o “Esta Manhã” de todos os outros programas?

RR: Eu acho que o *infotainment* não era um conceito muito desenvolvido em Portugal e só por aí já foi uma novidade nesse aspeto. Acho que tem um bocadinho também a ver com a forma como damos a informação e como a desdobramos, para desenvolver e dar outros tipos de abordagem ao mesmo tema. Abordamos o que marca o dia, sobretudo, lançamos o dia. Também vemos várias perspetivas sobre um tema só, num embrulho mais dinâmico, original e diferenciado.

Anexo B – Grelhas de análise auxiliares

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
09/jan	Bloco 1 - Notícias	00:14:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
09/jan	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
09/jan	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
09/jan	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
09/jan	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
09/jan	Bloco 6 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
09/jan	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
09/jan	Bloco 8 - Entrevista	00:10:00	Comentário sobre Política	Informação	Sara Sousa Pinto	es Políticos - Miguel Pinheiro	Skype e Ledwall	Referencial
09/jan	Bloco 9 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
09/jan	Bloco 10 - Entrevista	00:05:00	Finanças Pessoais	Informação	Sara Sousa Pinto	. Ord. Contabilistas - Paula F	Sofás	Referencial
09/jan	Bloco 11 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
09/jan	Bloco 12 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Fática
09/jan	Bloco 13 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
09/jan	Bloco 14 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
09/jan	Bloco 15 - Rubrica -Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
09/jan	Bloco 16 - Rubrica -Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
09/jan	Bloco 17 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
09/jan	Bloco 18 - Rubrica - Bola com Todos	00:02:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
09/jan	Bloco 19 - Entrevista	00:05:00	Automobilismo e Karting	Entretenimento	Jornalista Pedro Carolhas	ts" Matilde Dias e Pt. Voz F	Sofás	Emotiva
09/jan	Bloco 20 - Rubrica -Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
09/jan	Bloco 21 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
09/jan	Bloco 22 - Entrevista	00:08:00	Características de Personalidade	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	uropsicólogo Alexandre Ma	Sofás	Emotiva
09/jan	Bloco 23 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
09/jan	Bloco 24 - Rubrica - Café Central	00:02:00	Aula de Ballet para Adultos	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Prof. De Power Ballet	Exterior	Emotiva
09/jan	Bloco 25 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
09/jan	Bloco 26 - Entrevista	00:12:00	Viagens	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	arta Durán e Desportista Ric	Sofás	Emotiva
09/jan	Bloco 27 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Aula de Ballet para Adultos	Entretenimento	Susana Pinto	Prof. E aluno de Power Ball	Exterior	Fática
09/jan	Bloco 28 - Entrevista Música	00:02:00	Música	Entretenimento	Jornalista Pedro Carolhas	1 - Cantora Picas	Ledwall	Emotiva
09/jan	Bloco 29 - Atuação Música	00:03:00	Música	Entretenimento	0	1 - Cantora Picas	Ledwall	Emotiva

Grelha 1 – Análise do alinhamento de dia 9 de Janeiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
10/jan	Bloco 1 - Notícias	00:12:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/jan	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
10/jan	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Fática
10/jan	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
10/jan	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
10/jan	Bloco 6 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/jan	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
10/jan	Bloco 8 - Entrevista	00:10:00	Cuidados Continuados do País	Informação	Sara Sousa Pinto	União das Miser. Port. - Mar	Skype e Sofás	Referencial
10/jan	Bloco 9 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/jan	Bloco 10 - Entrevista	00:08:00	Veterinários	Informação	Sara Sousa Pinto	1 - Bast. Ord. Vet. - Jorge Cid	Skype e Ledwall	Referencial
10/jan	Bloco 11 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/jan	Bloco 12 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
10/jan	Bloco 13 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
10/jan	Bloco 14 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
10/jan	Bloco 15 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/jan	Bloco 16 - Rubrica - Bola com Todos	00:06:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	entador Desp. - Pedro Rosm	Ledwall	Emotiva
10/jan	Bloco 17 - Entrevista	00:06:00	Reforma Antecipada	Entretenimento	Pedro Carvalhas	c. Financ. Pessoais - Barbara	Sofás	Emotiva
10/jan	Bloco 18 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
10/jan	Bloco 19 - Entrevista	00:10:00	"Na Sombra" sobre Príncipe H	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	dec. Em realza - Alberto Mi	Ledwall	Emotiva
10/jan	Bloco 20 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/jan	Bloco 21 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Cerâmica	Entretenimento	Susana Pinto	2 - Artesãos	Exterior	Emotiva
10/jan	Bloco 22 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/jan	Bloco 23 - Entrevista	00:08:00	stra Nacional de Jovens Criado	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	4 - 3 jovens + organizador	Ledwall	Emotiva
10/jan	Bloco 24 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Cerâmica	Entretenimento	Susana Pinto	2 - Artesãos	Exterior	Emotiva
10/jan	Bloco 25 - Cozinha	00:06:00	astronomia Inovadora - Joven	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	3 - jovens	Ledwall + Mesa Cozinha	Emotiva

Grelha 2 – Análise do alinhamento de dia 10 de Janeiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
11/jan	Bloco 1 - Notícias	00:14:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/jan	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
11/jan	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Fática
11/jan	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
11/jan	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
11/jan	Bloco 6 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/jan	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
11/jan	Bloco 8 - Entrevista	00:08:00	IRS	Informação	Sara Sousa Pinto	da Serra Jorge Custódio e J	Skype e Sofás	Referencial
11/jan	Bloco 9 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/jan	Bloco 10 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
11/jan	Bloco 11 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
11/jan	Bloco 12 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
11/jan	Bloco 13 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/jan	Bloco 14 - Entrevista	00:13:00	Reforço do SNS	Informação	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	o Ordem dos Médicos Migue	Skype e Sofás	Referencial
11/jan	Bloco 15 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	ro Carolhas, Sara Pinto e Paulo Mira	0	Skype e Ledwall	Emotiva
11/jan	Bloco 16 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/jan	Bloco 17 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
11/jan	Bloco 18 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
11/jan	Bloco 19 - Rubrica - Bola com Todos	00:09:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	entador Desportivo - Nuno	Ledwall	Emotiva
11/jan	Bloco 20 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
11/jan	Bloco 21 - Rubrica - Popnews	00:05:00	Cultura	Entretenimento	Sara Pinto e Vítor Moura	0	Ledwall	Emotiva
11/jan	Bloco 22 - Rubrica - Café Central	00:03:00	méride - Dia Intern. Do Obrigã	Entretenimento	Susana Pinto	3 - Bombeiros	Exterior	Fática
11/jan	Bloco 23 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/jan	Bloco 24 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/jan	Bloco 25 - Rubrica - Café Central	00:05:00	méride - Dia Intern. Do Obrigã	Entretenimento	Susana Pinto	2 - Polícias	Exterior	Emotiva
11/jan	Bloco 26 - Entrevista	00:10:00	Donas de Casa Modernas	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	ubers - Susana Lopes e Danie	Sofás	Emotiva
11/jan	Bloco 27 - Entrevista	00:05:00	Soluções para aquecer a casa	Entretenimento	Pedro Carolhas e Sara Sousa Pinto	Arquiteta - Thayanna Botel	Ledwall	Emotiva
11/jan	Bloco 28 - Rubrica - Café Central	00:04:00	méride - Dia Intern. Do Obrigã	Entretenimento	Susana Pinto	3 - Comerciantes	Exterior	Fática

Grelha 3 – Análise do alinhamento de dia 11 de Janeiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
12/jan	Bloco 1 - Notícias	00:14:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/jan	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
12/jan	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
12/jan	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
12/jan	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
12/jan	Bloco 6 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/jan	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
12/jan	Bloco 8 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
12/jan	Bloco 9 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/jan	Bloco 10 - Entrevista	00:06:00	Crédito à Habitação	Informação	Sara Sousa Pinto	1 - DECO Elisabete Policarp	Sofás	Referencial
12/jan	Bloco 11 - Entrevista	00:05:00	safios de 2023 para Engenheir	Informação	Sara Sousa Pinto	Bast. Ord. Eng. Fernando Sar	Skype e Sofás	Referencial
12/jan	Bloco 12 - Notícias	00:09:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/jan	Bloco 13 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
12/jan	Bloco 14 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
12/jan	Bloco 15 - Rubrica - Amanheceres	00:50:00	Imagens do Público	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
12/jan	Bloco 16 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
12/jan	Bloco 17 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/jan	Bloco 18 - Entrevista	00:06:00	Fórum Económico Mundial	Informação	Sara Sousa Pinto	s de Risco - Edgar Lopes e Fe	Ledwall	Referencial
12/jan	Bloco 19 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
12/jan	Bloco 20 - Rubrica - Bola com Todos	00:05:00	Desporto	Entretenimento	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Ledwall	Referencial
12/jan	Bloco 21 - Entrevista	00:08:00	ro "Torna-te o amor da tua vic	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	ana Martins - Escritora/psico	Sofás	Emotiva
12/jan	Bloco 22 - Notícias	00:09:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/jan	Bloco 23 - Rubrica - Café Central	00:03:00	Hobbies fora do comum	Entretenimento	Susana Pinto	o Estabelecimento atirar ma	Exterior	Emotiva
12/jan	Bloco 24 - Notícias	00:05:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/jan	Bloco 25 - Entrevista	00:10:00	Assumir Cabelos Brancos	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	res de prata" Marta Moncac	Sofás	Emotiva
12/jan	Bloco 26 - Rubrica - Café Central	00:03:00	Hobbies fora do comum	Entretenimento	Susana Pinto	o Estabelecimento atirar ma	Exterior	Fática
12/jan	Bloco 27 - Atuação Música	00:03:00	Música	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	1 - Paulo Gonzo	Ledwall	Emotiva
12/jan	Bloco 28 - Entrevista Música	00:02:00	Música	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	1 - Paulo Gonzo	Ledwall	Emotiva

Grelha 4 – Análise do alinhamento de dia 12 de Janeiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
13/jan	Bloco 1 - Notícias	00:13:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/jan	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
13/jan	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
13/jan	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 6 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/jan	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 8 - Entrevista	00:08:00	Greve dos Professores	Informação	Sara Sousa Pinto	do João Simões e Invest. Pe	Sofás	Referencial
13/jan	Bloco 9 - Entrevista	00:05:00	Ídolo - Dia da Luta Contra a Dep	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	1 - Psiquiatra Gustavo Jesus	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/jan	Bloco 10 - Entrevista	00:06:00	Situação Política no Brasil	Informação	Sara Sousa Pinto	son Garrone - Corresp. CNN	Sofás	Referencial
13/jan	Bloco 11 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 12 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/jan	Bloco 13 - Rubrica - Café Central	00:03:00	Jornadas Mundiais da Juventud	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Responsável	Exterior	Emotiva
13/jan	Bloco 14 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 15 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 16 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
13/jan	Bloco 17 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/jan	Bloco 18 - Rubrica - Bola com Todos	00:07:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	entador Desp. - Pedro Rosm	Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 19 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 20 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Jornadas Mundiais da Juventud	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Responsável	Exterior	Emotiva
13/jan	Bloco 21 - Entrevista	00:08:00	Saúde Mental	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	st. Ord. Psic. Francisco Rodr	Sofás	Referencial
13/jan	Bloco 22 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/jan	Bloco 23 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/jan	Bloco 24 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:16:00	Cultura	Entretenimento	dro Carvalhas, Sara Pinto e Vítor Mou	- Atores da Peça "A Mentira	Sofás	Emotiva
13/jan	Bloco 25 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Columbofilia	Entretenimento	Susana Pinto	olumbófilio - Manuel Gonça	Exterior	Emotiva
13/jan	Bloco 26 - Atuação Música	00:02:50	Música	Entretenimento	0	1 - Músico Martim Seabra	Ledwall	Emotiva
13/jan	Bloco 27 - Entrevista Música	00:02:00	Música	Entretenimento	Pedro Carvalhas e Sara Sousa Pinto	1 - Músico Martim Seabra	Ledwall	Emotiva

Grelha 5 – Análise do alinhamento de dia 13 de Janeiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
20/fev	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
20/fev	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:30	Notícias do dia	Informação	Sara Sousa Pinto	0	Redação TVI	Referencial
20/fev	Bloco 3 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Redação TVI	Emotiva
20/fev	Bloco 4 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Redação TVI	Emotiva
20/fev	Bloco 5 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
20/fev	Bloco 6 - Entrevista	00:10:00	seguros para situação de sismc	Informação	Sara Sousa Pinto	Diretor Aprese Nuno Catari	Redação TVI	Referencial
20/fev	Bloco 7 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
20/fev	Bloco 8 - Entrevista	00:08:00	Turismo em Portugal	Informação	Sara Sousa Pinto	ário Estado do Turismo Nunc	Redação TVI	Referencial
20/fev	Bloco 9 - Entrevista	00:04:00	40 anos TVI	Entretenimento	Nuno Eiró	2 - Funcionárias	Exterior - Plural	Emotiva
20/fev	Bloco 10 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
20/fev	Bloco 11 - Rubrica - Café Central	00:02:30	Gala TVI	Entretenimento	Susana Pinto	1 - António Bravo	Exterior	Fática
20/fev	Bloco 12 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Redação TVI	Emotiva
20/fev	Bloco 13 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	0	Redação TVI	Emotiva
20/fev	Bloco 14 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
20/fev	Bloco 15 - Entrevista	00:10:00	Carnaval Rio de Janeiro	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	1 - Repórter Nelson Garrone	Skype e Redação TVI	Emotiva
20/fev	Bloco 16 - Entrevista	00:07:00	40 anos TVI	Entretenimento	Nuno Eiró e Iva Domingues	- Atrizes Marta Gil e Catarin	Exterior - Plural	Emotiva
20/fev	Bloco 17 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Gala TVI	Entretenimento	Susana Pinto	4 - António Bravo e cidadãos	Exterior	Fática
20/fev	Bloco 18 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
20/fev	Bloco 19 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
20/fev	Bloco 20 - Entrevista	00:11:00	Regresso do Jornal Nacional	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	- Dire. Info. TVI Nuno Santo	Redação TVI	Emotiva
20/fev	Bloco 21 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Gala TVI	Entretenimento	Susana Pinto	nio Bravo e dona do café M	Exterior	Emotiva
20/fev	Bloco 22 - Entrevista	00:07:00	40 anos TVI	Entretenimento	Nuno Eiró e Iva Domingues	ores Manuel Luís Goucha e I	Exterior - Plural	Emotiva
20/fev	Bloco 23 - Entrevista	00:05:00	40 anos TVI	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	rnal Nacional João Guilherm	Redação TVI	Emotiva

Grelha 6 – Análise do alinhamento de dia 20 de Fevereiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
21/fev	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
21/fev	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
21/fev	Bloco 3 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Fática
21/fev	Bloco 4 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Pedro Carvalhas	0	Ledwall	Fática
21/fev	Bloco 5 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Pedro Carvalhas	0	Ledwall	Fática
21/fev	Bloco 6 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
21/fev	Bloco 7 - Entrevista	00:13:00	Lano de guerra Ucrânia-Rússia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	dora Helena Ferro Gouveia	Skype e Ledwall	Referencial
21/fev	Bloco 8 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
21/fev	Bloco 9 - Entrevista	00:06:00	Babysitters	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	ines Resp. Comunidade Bab	Skype e Ledwall	Referencial
21/fev	Bloco 10 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
21/fev	Bloco 11 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingues	0	Ledwall	Emotiva
21/fev	Bloco 12 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingues	0	Ledwall	Fática
21/fev	Bloco 13 - Notícias	00:09:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
21/fev	Bloco 14 - Rubrica - Bola com todos	00:08:00	Desporto	Entretenimento	Iva Domingues	- Coment. Desport. João Oc	Ledwall	Emotiva
21/fev	Bloco 15 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Carnaval	Entretenimento	Susana Pinto	oantes Escolas de Samba de	Exterior	Emotiva
21/fev	Bloco 16 - Diretos	00:09:00	Carnaval	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingues	Luísa Couto, Tânia Rei e Ant	Exterior	Emotiva
21/fev	Bloco 17 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
21/fev	Bloco 18 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
21/fev	Bloco 19 - Diretos	00:10:00	Carnaval	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingues	Luísa Couto, Tânia Rei e Ant	Exterior	Emotiva
21/fev	Bloco 20 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Carnaval	Entretenimento	Susana Pinto	oantes Escolas de Samba de	Exterior	Emotiva
21/fev	Bloco 21 - Entrevista	00:06:00	Samba	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto, Iva Domingues e Pedro	professora de Samba Carla Si	Ledwall	Emotiva

Grelha 7 – Análise do alinhamento de dia 21 de Fevereiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
22/fev	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
22/fev	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Referencial
22/fev	Bloco 3 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Sousa Pinto e Pedro Carolhas	0	Sofás	Emotiva
22/fev	Bloco 4 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Fática
22/fev	Bloco 5 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
22/fev	Bloco 6 - Entrevista	00:10:00	Futuro da Educação	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	2 Mafalda Guedes e Investigador	Sofás	Referencial
22/fev	Bloco 7 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
22/fev	Bloco 8 - Entrevista	00:10:00	Futuro da Política	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Sebastião Bugalho e Ativista	Sofás e Skype	Referencial
22/fev	Bloco 9 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
22/fev	Bloco 10 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Fática
22/fev	Bloco 11 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Fática
22/fev	Bloco 12 - Entrevista	00:02:00	Futuro da Medicina	Informação	Iva Domingues	0	Exterior	Emotiva
22/fev	Bloco 13 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Emotiva
22/fev	Bloco 14 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Fática
22/fev	Bloco 15 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
22/fev	Bloco 16 - Rubrica - Bola com Todos	00:07:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	ment. Despor. Pedro Rosma	Ledwall	Emotiva
22/fev	Bloco 17 -Entrevista	00:06:00	Futuro da Medicina	Informação	Iva Domingues	1 - Investigador Pedro Vaz	Exterior	Referencial
22/fev	Bloco 18 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Cozinha	Entretenimento	Susana Pinto	2 - Chefs Food Design Lab	Exterior	Emotiva
22/fev	Bloco 19 - Rubrica - Popnews	00:07:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura e Nuno Eiró	1 - Atriz Madalena Almeida	Ledwall	Emotiva
22/fev	Bloco 20 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
22/fev	Bloco 21 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
22/fev	Bloco 21 -Entrevista	00:08:00	Fundação Champalimaud	Informação	Iva Domingues	Fundação Champalimaud Leo	Exterior	Referencial
22/fev	Bloco 22 - Conteúdo	00:03:00	Futuro da Moda	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Pedro Carolhas	0	Ledwall	Emotiva
22/fev	Bloco 23 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Cozinha	Entretenimento	Susana Pinto	2 - Chefs Food Design Lab	Exterior	Emotiva
22/fev	Bloco 24 - Entrevista	00:04:00	Bebidas	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Pedro Carolhas	1 - Mixólogo João Felicidade	Ledwall (Mesa de Cozinha)	Emotiva
22/fev	Bloco 25 - Entrevista	00:06:00	Fundação Champalimaud	Informação	Iva Domingues	Fundação Champalimaud Leo	Exterior	Referencial

Grelha 8 – Análise do alinhamento de dia 22 de Fevereiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
23/fev	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
23/fev	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Referencial
23/fev	Bloco 3 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Emotiva
23/fev	Bloco 4 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Fática
23/fev	Bloco 5 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
23/fev	Bloco 6 - Entrevista	00:07:00	Taxas de Juro	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Economista Pedro Brinca	Sofás	Referencial
23/fev	Bloco 7 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
23/fev	Bloco 8 - Entrevista	00:06:00	Futebol Feminino	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Treinador Francisco Neto	Sofás e Skype	Emotiva
23/fev	Bloco 9 - Entrevista	00:08:00	Futebol Feminino	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Estado Juv. e Desp. João P	Sofás	Emotiva
23/fev	Bloco 10 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
23/fev	Bloco 11 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Pedro Carvalhas	0	Sofás	Emotiva
23/fev	Bloco 12 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Pedro Carvalhas	0	Sofás	Emotiva
23/fev	Bloco 13 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Emotiva
23/fev	Bloco 14 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Sofás	Fática
23/fev	Bloco 15 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
23/fev	Bloco 16 - Rubrica - Bola com Todos	00:09:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	Coment. Desport. Nuno Cha	Ledwall	Emotiva
23/fev	Bloco 17 - Rubrica - Café Central	00:02:00	Cozinha	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Chef Vítor Sobral	Exterior	Emotiva
23/fev	Bloco 18 - Rubrica - Popnews	00:08:00	Cultura	Entretenimento	Nuno Eiró e Vítor Moura	0	Sofás	Emotiva
23/fev	Bloco 19 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Cozinha	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Chef Vítor Sobral	Exterior	Emotiva
23/fev	Bloco 20 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
23/fev	Bloco 21 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carvalhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
23/fev	Bloco 22 - Entrevista	00:12:00	Arte de Teatro "Agora é que são e	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Vítor Moura	1 - Rui Brás e Psicóloga Marta	Sofás	Emotiva
23/fev	Bloco 23 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Cozinha	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Chef Vítor Sobral	Exterior	Emotiva
23/fev	Bloco 24 - Música - Atuação	00:03:40	Música	Entretenimento	Pedro Carvalhas	1 - Músico Miguel Carmona	Ledwall	Emotiva
23/fev	Bloco 25 - Música - Entrevista	00:02:00	Música	Entretenimento	Pedro Carvalhas	2 - Músico Miguel Carmona	Ledwall	Emotiva

Grelha 9 – Análise do alinhamento de dia 23 de Fevereiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
24/fev	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
24/fev	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Referencial
24/fev	Bloco 3 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Ledwall	Emotiva
24/fev	Bloco 4 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
24/fev	Bloco 5 - Direto	00:08:00	Guerra Ucrânia - Rússia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Repórter - Filipe Caetano	Exterior	Referencial
24/fev	Bloco 6 - Entrevista	00:09:00	Guerra Ucrânia - Rússia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	ouveia e Coronel Mendes Di	Sofás e Skype	Referencial
24/fev	Bloco 7 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
24/fev	Bloco 8 - Entrevista	00:09:00	Guerra Ucrânia - Rússia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Coment. António Costa	Sofás	Referencial
24/fev	Bloco 9 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
24/fev	Bloco 10 - Rubrica - Metereologia	00:03:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingue	0	Ledwall	Emotiva
24/fev	Bloco 11 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
24/fev	Bloco 12 - Entrevista	00:07:00	Guerra Ucrânia - Rússia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	t. PT Pedro Netto e Assessor	Sofás	Referencial
24/fev	Bloco 13 - Direto	00:04:00	Guerra Ucrânia - Rússia	Informação	Iva Domingues	- Repórter António Gonçalves	Ledwall	Referencial
24/fev	Bloco 14 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Espaço "Todos aqui"	Entretenimento	Susana Pinto	4 - Prof. E alunos	Exterior	Emotiva
24/fev	Bloco 15 - Rubrica - Popnews	00:06:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura e Iva Domingues	es. Coliseu Porto - Miguel G	Ledwall	Emotiva
24/fev	Bloco 16 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
24/fev	Bloco 17 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Pedro Carolhas	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
24/fev	Bloco 18 - Entrevista	00:14:00	Guerra Ucrânia - Rússia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingue	na, Voluntária Ana Silva e Er	Sofás	Emotiva
24/fev	Bloco 19 - Rubrica - Café Central	00:05:00	Espaço "Todos aqui"	Entretenimento	Susana Pinto	4 - Prof. E alunos	Exterior	Emotiva
24/fev	Bloco 20 - Música - Entrevista	00:02:00	Música	Entretenimento	Pedro Carolhas	- Cantora Anastasya Chycot	Ledwall	Emotiva
24/fev	Bloco 21 - Música - Atuação	00:02:37	Música	Entretenimento	Pedro Carolhas	- Cantora Anastasya Chycot	Ledwall	Emotiva

Grelha 10 – Análise do alinhamento de dia 24 de Fevereiro.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
27/mar	Bloco 1 - Notícias	00:13:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
27/mar	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
27/mar	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
27/mar	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
27/mar	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
27/mar	Bloco 6 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
27/mar	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
27/mar	Bloco 8 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
27/mar	Bloco 9 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
27/mar	Bloco 10 - Entrevista	00:05:00	eméride - Dia do Dador de Sang	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	a - Coord. Un. Dadores Sangu	Skype e Mesa	Referencial
27/mar	Bloco 11 - Notícias	00:02:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
27/mar	Bloco 12 - Entrevista	00:08:00	Política	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	2 Comentadores Políticos - M	Skype e Mesa	Referencial
27/mar	Bloco 13 - Notícias	00:12:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
27/mar	Bloco 14 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
27/mar	Bloco 15 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
27/mar	Bloco 16 - Notícias	00:09:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
27/mar	Bloco 17 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
27/mar	Bloco 18 - Rubrica - Meterologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
27/mar	Bloco 19 - Entrevista	00:06:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Iva Domingues e Vítor Moura	ri Catarino - Pres. Teatro D. Mi	Exterior	Emotiva
27/mar	Bloco 20 - Entrevista	00:04:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Penim - Dir. Artístico Teatro C	Skype e Mesa	Emotiva
27/mar	Bloco 21 - Entrevista	00:03:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Repórter - Miguel Cabral	Minhava - Vereadora Cultura	Exterior	Referencial
27/mar	Bloco 22 - Entrevista	00:03:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Repórter - Carla Cordeiro	1 - Luís Vicente - Ator	Exterior	Referencial
27/mar	Bloco 23 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:04:00	Mundial do Teatro - Robbie Wil	Entretenimento	Iva Domingues e Vítor Moura	go Moura - Vereador Cultura	Exterior	Emotiva
27/mar	Bloco 24 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
27/mar	Bloco 25 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:05:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Iva Domingues e Vítor Moura	1 - Luís Aleluia - Ator	Exterior	Emotiva
27/mar	Bloco 26 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
27/mar	Bloco 27 - Entrevista	00:03:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Repórter - Ana Aleluia	ndra Nóbrega - Dir. Teatro Fu	Exterior	Emotiva
27/mar	Bloco 28 - Entrevista	00:03:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Repórter - Carla Cordeiro	1 - Luís Vicente - Ator	Exterior	Emotiva
27/mar	Bloco 29 - Entrevista	00:04:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Repórter - Miguel Cabral	rvalho - Companhia de Teatrc	Exterior	Emotiva
27/mar	Bloco 30 - Entrevista	00:06:00	eméride - Dia Mundial do Teat	Entretenimento	Iva Domingues e Vítor Moura	a Matadinho, Paulo - Compan	Exterior	Emotiva
27/mar	Bloco 31 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	Jornalista José Carlos Araújo	Mesa	Emotiva

Grelha 11 – Análise do alinhamento de dia 27 de Março.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções de Linguagem
28/mar	Bloco 1 - Notícias	00:13:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
28/mar	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
28/mar	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
28/mar	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
28/mar	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
28/mar	Bloco 6 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
28/mar	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
28/mar	Bloco 8 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
28/mar	Bloco 9 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
28/mar	Bloco 10 - Entrevista	00:08:00	Iva Zero	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Pedro Brinca - Prof. Econo	Mesa	Referencial
28/mar	Bloco 11 - Notícias	00:05:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
28/mar	Bloco 12 - Entrevista	00:05:00	Iva Zero	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Ana Passos - DECO	Skype e Mesa	Referencial
28/mar	Bloco 13 - Notícias	00:09:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
28/mar	Bloco 14 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
28/mar	Bloco 15 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Pinto	0	Mesa	Emotiva
28/mar	Bloco 16 - Rubrica - Amanheceres	00:02:00	Imagens do Público	Entretenimento	Iva Domingues e Marcos Pinto	0	Ledwall	Fática
28/mar	Bloco 17 - Rubrica - Café Central	00:02:00	Iva Zero	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Vendedores	Exterior	Emotiva
28/mar	Bloco 18 - Notícias	00:09:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
28/mar	Bloco 19 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
28/mar	Bloco 20 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Iva Domingues e Paulo Miranda	0	Ledwall	Emotiva
28/mar	Bloco 21 - Entrevista	00:06:00	Iva Zero	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Economista - Paulo Núncio	Mesa	Referencial
28/mar	Bloco 22 - Entrevista	00:04:00	Maça de Alcobaça	Informação	Repórter António Pereira	a e Pres. Associação Maça de /	Exterior	Referencial
28/mar	Bloco 23 - Entrevista	00:06:00	Iva Zero	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Diretor-Geral APED - Gonç	Mesa	Referencial
28/mar	Bloco 24 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
28/mar	Bloco 25 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:07:00	Cultura	Entretenimento	Iva Domingues e Vítor Moura	1 - Escritora - Isabel Alçada	Ledwall	Emotiva
28/mar	Bloco 26 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
28/mar	Bloco 27 - Entrevista	00:05:00	Iva Zero	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	ss. Hotelaria, Restauração e Si	Mesa	Referencial
28/mar	Bloco 28 - Entrevista	00:03:00	Iva Zero	Informação	Repórter Mariana Silva	1 - Chef Culinária	Exterior	Referencial
28/mar	Bloco 29 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Iva Zero - Sagalexpo	Entretenimento	Susana Pinto	lutora Agrícola, Promotor Sag	Exterior	Emotiva
28/mar	Bloco 30 - Telepromoção	00:02:00	moção Marca Cosmética - Belle	Entretenimento	Iva Domingues	0	Ledwall	Referencial
28/mar	Bloco 31 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	iró, Sara Pinto, Marcos Pinto e Iva Don	Jornalista Cátia Nobre	Mesa	Emotiva

Grelha 12 – Análise do alinhamento de dia 28 de Março.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
29/mar	Bloco 1 - Notícias	00:14:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
29/mar	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
29/mar	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 5 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
29/mar	Bloco 6 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 7 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
29/mar	Bloco 8 - Rubrica - Meterologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 9 - Entrevista	00:06:00	Ataque ao Centro Ismaili	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	uropsicólogo - Alexandre Mac	Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 10 - Notícias	00:05:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
29/mar	Bloco 11 - Entrevista	00:05:00	Ataque ao Centro Ismaili	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	bservatório Seg. Interna - Ant	Mesa	Referencial
29/mar	Bloco 12 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
29/mar	Bloco 13 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 14 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 15 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Iva Domingues	0	Ledwall	Emotiva
29/mar	Bloco 16 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Sexo na 3ª Idade	Entretenimento	Susana Pinto	1 - Lojista	Exterior	Emotiva
29/mar	Bloco 17 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
29/mar	Bloco 18 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 19 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 20 - Entrevista	00:06:00	Iva Zero no Setor Agrícola	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Sec. Geral CAP - Luís Mira	Mesa	Referencial
29/mar	Bloco 21 - Entrevista	00:06:00	Vírus Sincicial Respiratório	Informação	Iva Domingues	ologista Pediátrico - Manuel C	Ledwall	Referencial
29/mar	Bloco 22 - Rubrica - Café Central	00:03:00	Sexo na 3ª Idade	Entretenimento	Susana Pinto	3 - Utentes e funcionária de la	Exterior	Emotiva
29/mar	Bloco 23 - Rubrica - Popnews	00:02:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	0	Ledwall	Referencial
29/mar	Bloco 24 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
29/mar	Bloco 25 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:03:00	Cultura - Festival Sónar Lisboa	Entretenimento	Iva Domingues e Vítor Moura	4 - Sónar Lisboa - Patrícia Lope	Ledwall	Emotiva
29/mar	Bloco 26 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
29/mar	Bloco 27 - Entrevista	00:05:00	Sexualidade - Livro "É Normal?"	Entretenimento	Nuno Eiró	rapeuta Sexual - Leonor de Ol	Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 28 - Entrevista	00:05:00	Sexualidade nas diferentes fases de	Entretenimento	Iva Domingues e Sara Sousa Pinto	5 - Influencer Glória Dias, Cristi	Ledwall	Emotiva
29/mar	Bloco 29 - Entrevista	00:02:00	Sexualidade - Livro "É Normal?"	Entretenimento	Nuno Eiró	rapeuta Sexual - Leonor de Ol	Mesa	Emotiva
29/mar	Bloco 30 - Rubrica - Café Central	00:03:00	Sexo na 3ª Idade	Entretenimento	Susana Pinto	5 - Utentes de lar	Exterior	Emotiva
29/mar	Bloco 31 - Música	00:03:00	Música	Entretenimento	Iva Domingues	Afonso Dubraz e Banda	Ledwall	Emotiva
29/mar	Bloco 32 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Nuno Eiró, Sara Pinto, Marcos Pinto	Jornalista José Carlos Araújo	Mesa	Emotiva

Grelha 13 – Análise do alinhamento de dia 29 de Março.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
30/mar	Bloco 1 - Notícias	00:12:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
30/mar	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
30/mar	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
30/mar	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Sousa Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Emotiva
30/mar	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
30/mar	Bloco 6 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
30/mar	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
30/mar	Bloco 8 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
30/mar	Bloco 9 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
30/mar	Bloco 10 - Entrevista	00:05:00	Política - 1 Ano de Maioria Absoluta	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Deputada IL - Joana Cordeiro	Skype e Mesa	Referencial
30/mar	Bloco 11 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
30/mar	Bloco 12 - Entrevista	00:07:00	Política - 1 Ano de Maioria Absoluta	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Deputada Livre e Pan - Isabel Lopes e	Skype e Mesa	Referencial
30/mar	Bloco 13 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
30/mar	Bloco 14 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
30/mar	Bloco 15 - Entrevista	00:07:00	Política - 1 Ano de Maioria Absoluta	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Deputada Inês de Gouveia Pedro Pinto e Líder Parla	Skype e Mesa	Referencial
30/mar	Bloco 16 - Rubrica - Café Central	00:04:00	Opinião do público - 1 Ano de Maioria Absoluta	Entretenimento	Susana Pinto	1 cidadão	Exterior	Emotiva
30/mar	Bloco 17 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
30/mar	Bloco 18 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Iva Domingues e Paulo Miranda	0	Skype e Ledwall	Emotiva
30/mar	Bloco 19 - Entrevista	00:09:00	Política - 1 Ano de Maioria Absoluta	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Deputada PCP e PSD - Pedro Soares, Paulo	Skype e Mesa	Referencial
30/mar	Bloco 20 - Entrevista	00:05:00	Política - Política Mais Habitação	Informação	Iva Domingues	Ordem dos Arquitetos - Carla V	Ledwall	Referencial
30/mar	Bloco 21 - Rubrica - Café Central	00:02:00	Opiniões do público - Mais Habitação	Entretenimento	Susana Pinto	1 cidadão	Exterior	Emotiva
30/mar	Bloco 22 - Rubrica - Popnews	00:02:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	0	Ledwall	Referencial
30/mar	Bloco 23 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
30/mar	Bloco 24 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:06:00	Cultura	Entretenimento	Iva Domingues e Vítor Moura	Artistas - Paula Neves e André N	Ledwall	Emotiva
30/mar	Bloco 25 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
30/mar	Bloco 26 - Entrevista	00:14:00	Violação como Crime Público	Informação	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingues	Dulce Rocha e Advogado Tiago	Mesa	Referencial
30/mar	Bloco 27 - Rubrica - Café Central	00:02:00	Opinião do público - Violação como Crime	Entretenimento	Susana Pinto	3 cidadãos	Exterior	Emotiva
30/mar	Bloco 28 - Telepromoção	00:02:00	Telepromoção Marca Cosmética - Belle	Entretenimento	Iva Domingues	0	Ledwall	Referencial
30/mar	Bloco 29 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Nuno Eiró, Sara Pinto, Marcos Pinto e Iva Dom	Jornalista Cátia Nobre	Mesa	Emotiva

Grelha 14 – Análise do alinhamento de dia 30 de Março.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
31/mar	Bloco 1 - Notícias	00:13:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
31/mar	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:04:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
31/mar	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
31/mar	Bloco 4 - Rubrica - Meteorologia	00:02:00	Meteorologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
31/mar	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
31/mar	Bloco 6 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
31/mar	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
31/mar	Bloco 8 - Rubrica - Meteorologia	00:02:00	Meteorologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
31/mar	Bloco 9 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
31/mar	Bloco 10 - Entrevista	00:10:00	Entrevista sobre Destaques Políticos	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	es Políticos - Pedro Tadeu e N	Skype e Mesa	Referencial
31/mar	Bloco 11 - Notícias	00:02:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
31/mar	Bloco 12 - Entrevista	00:04:00	Lei da Eutanásia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	L - Advogado - Manuel Correia	Skype e Mesa	Referencial
31/mar	Bloco 13 - Notícias	00:10:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
31/mar	Bloco 14 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Emotiva
31/mar	Bloco 15 - Rubrica - Meteorologia	00:02:00	Meteorologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Emotiva
31/mar	Bloco 16 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
31/mar	Bloco 17 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
31/mar	Bloco 18 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Paulo Miranda	0	Skype e Mesa	Referencial
31/mar	Bloco 19 - Rubrica - Meteorologia	00:02:00	Meteorologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Informal
31/mar	Bloco 20 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Informal
31/mar	Bloco 21 - Entrevista	00:07:00	Evento Millennium Estoril Open	Entretenimento	Iva Domingues	o Nuno Chaves e João Zilhão	Exterior	Emotiva
31/mar	Bloco 22 - Entrevista	00:09:00	Medidas do Governo - Habitação	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	ardo Miranda e Bast. Ord. Eng	Mesa	Referencial
31/mar	Bloco 23 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
31/mar	Bloco 24 - Rubrica - Popnews	00:04:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	0	Ledwall	Emotiva
31/mar	Bloco 25 - Notícias	00:02:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
31/mar	Bloco 26 - Entrevista	00:10:00	Primeira - Dia Mun. Do Doente com	Informação	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingues	Ana Nunes (Médica) (Direção	Mesa e Ledwall	Referencial
31/mar	Bloco 27 - Entrevista	00:08:00	Atividades/Acontecimentos Involuntários	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Iva Domingues	acêutica Alexandra Antunes e	Mesa	Emotiva
31/mar	Bloco 28 - Rubrica - Destaques	00:03:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Nuno Eiró, Sara Pinto, Marcos Pinto e Iva Domingues	Jornalista Cátia Nobre	Mesa	Emotiva

Grelha 15 – Análise do alinhamento de dia 31 de Março.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
10/abr	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/abr	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:04:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
10/abr	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:03:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
10/abr	Bloco 5 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/abr	Bloco 6 - Rubrica - Trânsito	00:02:30	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 7 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 8 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 9 - Entrevista	00:08:00	Covid-19 - Máscaras	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	ac. Médicos Saúde Pub. - João	Skype e Mesa	Referencial
10/abr	Bloco 10 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/abr	Bloco 11 - Entrevista	00:07:00	Consignação do IRS e IVA	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Fiscalista - Jaime Esteves	Mesa	Referencial
10/abr	Bloco 12 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/abr	Bloco 13 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 14 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
10/abr	Bloco 15 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 16 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Iva Domingues	0	Ledwall	Emotiva
10/abr	Bloco 17 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/abr	Bloco 18 - Rubrica - Bola com Todos	00:07:00	Desporto	Entretenimento	Iva Domingues	Coment. Desp. Bruno Andraç	Ledwall	Emotiva
10/abr	Bloco 19 - Rubrica - Trânsito	00:03:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 20 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 21 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
10/abr	Bloco 22 - Entrevista	00:07:00	Risco de Incêndio	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	and. Bomb. Carcavelos - Paulo	Mesa	Referencial
10/abr	Bloco 23 - Rubrica - Popnews	00:03:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	0	Ledwall	Emotiva
10/abr	Bloco 24 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:03:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
10/abr	Bloco 25 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/abr	Bloco 26 - Rubrica - Popnews	00:05:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura e Iva Domingues	0	Ledwall	Emotiva
10/abr	Bloco 27 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
10/abr	Bloco 28 - Entrevista	00:09:00	Vitaminas	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	ecialista em anti-aging - Sofia	Mesa (alta)	Emotiva
10/abr	Bloco 29 - Entrevista	00:06:00	Alimentos que ajudam a bronzear	Entretenimento	Iva Domingues	L - Nutricionista Iara Rodrigue	Ledwall	Emotiva
10/abr	Bloco 30 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Marcos Pinto	- Jornalista José Carlos Araújo	Mesa	Emotiva

Grelha 16 – Análise do alinhamento de dia 10 de Abril.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
11/abr	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/abr	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:04:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
11/abr	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:03:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
11/abr	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:03:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
11/abr	Bloco 5 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/abr	Bloco 6 - Rubrica - Trânsito	00:02:30	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
11/abr	Bloco 7 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
11/abr	Bloco 8 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
11/abr	Bloco 9 - Entrevista	00:06:00	12 anos de Troika	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Economista - Pedro Brinca	Mesa	Referencial
11/abr	Bloco 10 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/abr	Bloco 11 - Entrevista	00:07:00	em como proposta de novo aer	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Câmara Santarém - Ricardo G	Skype e Mesa	Referencial
11/abr	Bloco 12 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/abr	Bloco 13 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
11/abr	Bloco 14 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
11/abr	Bloco 15 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
11/abr	Bloco 16 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/abr	Bloco 17 - Rubrica - Bola com Todos	00:10:00	Desporto	Entretenimento	Iva Domingues	t. Desp. Bruno Andrade e Sofi	Exterior	Emotiva
11/abr	Bloco 18 - Rubrica - Trânsito	00:03:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
11/abr	Bloco 19 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
11/abr	Bloco 20 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
11/abr	Bloco 21 - Rubrica - Popnews	00:02:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	0	Ledwall	Referencial
11/abr	Bloco 22 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/abr	Bloco 23 - Rubrica - Popnews	00:05:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura e Nuno Eiró	0	Ledwall	Referencial
11/abr	Bloco 24 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
11/abr	Bloco 26 - Rubrica - Bola com todos	00:06:00	Desporto	Entretenimento	Iva Domingues	Marujo e Nelson Santiago, Cc	Exterior	Emotiva
11/abr	Bloco 26 - Rubrica - Bola com todos	00:03:00	Desporto	Entretenimento	Iva Domingues	t. Desp. Bruno Andrade e Sofi	Exterior	Emotiva
11/abr	Bloco 27 - Entrevista	00:06:00	Animais	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	aves Norberto Santos e Trata	Ledwall	Emotiva
11/abr	Bloco 28 - Telepromoção	00:01:00	Telepromoção Bella Aurora	Entretenimento	Iva Domingues	0	Ledwall	Emotiva
11/abr	Bloco 29 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Marcos Pinto	Jornalista Cátia Nobre	Mesa	Emotiva

Grelha 17 – Análise do alinhamento de dia 11 de Abril.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
12/abr	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/abr	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:04:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
12/abr	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:03:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:03:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 5 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/abr	Bloco 6 - Entrevista	00:05:00	Balanço da GNR sobre Páscoa	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Major Pedro Ares	Mesa	Referencial
12/abr	Bloco 7 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 8 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 9 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:05:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
12/abr	Bloco 10 - Notícias	00:03:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/abr	Bloco 11 - Entrevista	00:07:00	Comentário sobre Política	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Advogado - Paulo Morais	Skype e Mesa	Referencial
12/abr	Bloco 12 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/abr	Bloco 13 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 14 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Fática
12/abr	Bloco 15 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Fática
12/abr	Bloco 16 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/abr	Bloco 17 - Rubrica - Bola com Todos	00:07:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	antador Desporto - Pedro Ros	Ledwall	Emotiva
12/abr	Bloco 18 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 19 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Informal
12/abr	Bloco 20 - Entrevista	00:08:00	neiro voo espacial com tripula	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	apacial João Lousada e Bruno	Skype e Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 21 - Teaser	00:02:00	Associação Raríssimas	Entretenimento	Iva Domingues	0	Exterior	Emotiva
12/abr	Bloco 22 - Rubrica - Popnews	00:02:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	0	Ledwall	Emotiva
12/abr	Bloco 23 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/abr	Bloco 24 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:05:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	úsico Ala dos Namorados - Joê	Ledwall	Emotiva
12/abr	Bloco 25 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
12/abr	Bloco 26 - Entrevista	00:06:00	Associação Raríssimas	Entretenimento	Iva Domingues	1 - Maria Ganhão (Raríssimas)	Exterior	Emotiva
12/abr	Bloco 27 - Entrevista	00:08:00	Lidar com doença rara	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Cláudia Fernandes (mãe)	Skype e Mesa	Emotiva
12/abr	Bloco 28 - Entrevista	00:04:00	Associação Raríssimas	Entretenimento	Iva Domingues	1 - Carla (mãe)	Exterior	Emotiva
12/abr	Bloco 29 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Marcos Pinto	Jornalista José Carlos Araújo	Mesa	Emotiva

Grelha 18 – Análise do alinhamento de dia 12 de Abril.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
13/abr	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/abr	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:04:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
13/abr	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:03:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Fática
13/abr	Bloco 5 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Fática
13/abr	Bloco 6 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/abr	Bloco 7 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
13/abr	Bloco 8 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 9 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 10 - Entrevista	00:05:00	TAP	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Sind. Pilotos Aviação Civil Tia	Mesa	Referencial
13/abr	Bloco 11 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/abr	Bloco 12 - Entrevista	00:07:00	Produção de cereais	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	soc- Nac. Produtores Cereais	Mesa	Referencial
13/abr	Bloco 13 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/abr	Bloco 14 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 15 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 16 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Iva Domingues	0	Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 17 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/abr	Bloco 18 - Rubrica - Bola com Todos	00:06:00	Desporto	Entretenimento	Iva Domingues	mentador Desporto - Nuno Fa	Ledwall	Emotiva
13/abr	Bloco 19 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 20 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
13/abr	Bloco 21 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Fática
13/abr	Bloco 22 - Entrevista	00:07:00	Perfil do Dalai Lama	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	uropicólogo - Alexandre Ma	Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 23 - Rubrica - Popnews	00:03:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura e Iva Domingues	0	Ledwall	Emotiva
13/abr	Bloco 24 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/abr	Bloco 25 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:05:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	1 - Realizador Jorge Gomes	Ledwall	Emotiva
13/abr	Bloco 26 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
13/abr	Bloco 27 - Telepromoção	00:04:00	Telepromoção Bella Aurora	Entretenimento	Iva Domingues	0	Ledwall	Emotiva
13/abr	Bloco 28 - Entrevista	00:07:00	e Dia do beijo : Teleconsulta sc	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	1 - Médica Dulce Rocha	Ledwall	Emotiva
13/abr	Bloco 29 - Entrevista	00:06:00	ride: O beijo do ponto de vista	Entretenimento	Nuno Eiró	1 - Psicóloga Marta Leite	Mesa	Emotiva
13/abr	Bloco 30 - Entrevista	00:05:00	Efeméride: Beijo técnico	Entretenimento	Iva Domingues	1 - Ator - José Raposo	Skype e Ledwall	Emotiva
13/abr	Bloco 31 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	Jornalista Cátia Nobre	Mesa	Emotiva

Grelha 19 – Análise do alinhamento de dia 13 de Abril.

Data	Segmentos do Alinhamento	Duração	Tema	Informação /Entretenimento	Intervenientes Internos	Intervenientes Externos	Local do Estúdio	Funções Linguagem
14/abr	Bloco 1 - Notícias	00:08:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
14/abr	Bloco 2 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:04:30	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
14/abr	Bloco 3 - Rubrica - Trânsito	00:03:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 4 - Rubrica - Metereologia	00:03:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 5 - Notícias	00:06:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
14/abr	Bloco 6 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 7 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 8 - Rubrica - Revista de Imprensa	00:02:00	Notícias do dia	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Referencial
14/abr	Bloco 9 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 10- Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 11 - Entrevista	00:09:00	Privatização TAP	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Diretor SkyExpert - Pedro Cas	Mesa	Referencial
14/abr	Bloco 12 - Notícias	00:04:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
14/abr	Bloco 13 - Entrevista	00:05:00	Surtos Zengue e Zinka	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Prof. Hig. E Med. Tropical - Filome	Mesa	Referencial
14/abr	Bloco 14 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
14/abr	Bloco 15 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 16 - Rubrica - Metereologia	00:02:30	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Fática
14/abr	Bloco 17 - Rubrica - Amanheceres	00:01:00	Imagens do Público	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Marcos Pinto	0	Mesa	Fática
14/abr	Bloco 18 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
14/abr	Bloco 19 - Rubrica - Bola com Todos	00:06:00	Desporto	Entretenimento	Sara Sousa Pinto	- Coment. Desp. Sofia Oliveir	Ledwall	Emotiva
14/abr	Bloco 20 - Rubrica - Trânsito	00:02:00	Trânsito	Entretenimento	Nuno Eiró, Sara Pinto e Cláudia	0	Skype e Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 21 - Rubrica - Metereologia	00:02:00	Metereologia	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	0	Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 22 - Entrevista	00:10:00	Denúncias Hospitalares	Informação	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	Medicos Miguel Guimarães e Ad	Mesa	Referencial
14/abr	Bloco 23 - Notícias	00:07:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
14/abr	Bloco 24 - Rubrica - Popnews + Entrevista	00:05:00	Cultura	Entretenimento	Vítor Moura	Prof. - Historiadora Anabela Bech	Ledwall	Emotiva
14/abr	Bloco 25 - Notícias	00:05:00	Notícias	Informação	Jornalista Marcos Pinto	0	Mesa do Jornalista Pivô	Referencial
14/abr	Bloco 26 - Entrevista	00:12:00	Temas Insólitos	Entretenimento	Nuno Eiró e Sara Sousa Pinto	1 - Deputada Alexandra Leitãc	Mesa	Emotiva
14/abr	Bloco 27 - Rubrica - Destaques	00:02:00	Destaques do TVI Jornal	Informação	Marcos Pinto	Jornalista José Carlos Araújo	Mesa	Emotiva

Grelha 20 – Análise do alinhamento de dia 14 de Abril.

Anexo C – Tabelas de resultados

- **Resultados de Janeiro e Fevereiro**

Total Segmentos - Informação/Entretenimento	253	Porcentagem %
Informação	109	43,08
Entretenimento	144	56,92

Tabela 1 – Total de segmentos de informação/entretenimento nas semanas analisadas em Janeiro e Fevereiro.

Total - Tempo	22:26:07	Porcentagem %
Informação	12:28:30	55,60
Entretenimento	09:57:37	44,40

Tabela 2 – Total de tempo de informação/entretenimento nas semanas analisadas em Janeiro e Fevereiro.

Temas	Total	Porcentagem %
Rubricas	130	51,38
Notícias	69	27,27
Entrevistas	61	24,11
Música	5	1,98
Diretos	4	1,58
Cozinha	1	0,40

Tabela 3 – Total de temas nas semanas analisadas em Janeiro e Fevereiro.

Local do Estúdio	Total	Porcentagem %
Sofás	42	16,60
Mesa do Jornalista	70	27,67
Exterior	34	13,44
Ledwall	97	38,34
Redação TVI	10	3,95

Tabela 4 – Total de segmentos apresentados através dos diferentes locais de estúdio nas semanas analisadas em Janeiro e Fevereiro.

Tipo de Linguagem	Total	Percentagem %
Referencial	110	43,48
Emotiva	106	41,90
Fática	37	14,62

Tabela 5 – Total de funções de linguagem utilizadas nas semanas analisadas em Janeiro e Fevereiro.

Total de Intervenientes Externos	Total de Blocos	Percentagem %
129	253	50,99

Tabela 6 – Total de intervenientes externos nas semanas analisadas em Janeiro e Fevereiro.

- **Resultados de Março e Abril**

Total Segmentos - Informação/Entretenimento	297	Percentagem %
Informação	135	45,45
Entretenimento	162	54,55

Tabela 7 – Total de segmentos de informação/entretenimento nas semanas analisadas em Março e Abril.

Total - Tempo	21:34:30	Percentagem %
Informação	13:22:30	61,99
Entretenimento	08:12:00	38,01

Tabela 8 – Total de tempo de informação/entretenimento nas semanas analisadas em Março e Abril.

Temas	Total	Percentagem %
Rubricas	163	54,88
Notícias	70	23,57
Entrevistas	68	22,90
Telepromoção	4	1,35
Música	1	0,34

Tabela 9 – Total de temas nas semanas analisadas em Março e Abril.

Local do Estúdio	Total	Percentagem %
Mesa	164	55,22
Mesa do Jornalista	70	23,57
Ledwall	37	12,46
Exterior	26	8,75

Tabela 10 – Total de segmentos apresentados através dos diferentes locais de estúdio nas semanas analisadas em Março e Abril.

Tipo de Linguagem	Total	Percentagem %
Referencial	134	45,12
Emotiva	142	47,81
Fática	21	7,07

Tabela 11 – Total de funções de linguagem utilizadas nas semanas analisadas em Março e Abril.

Total de Intervenientes Externos	Total de Blocos	Percentagem %
122	297	41,08

Tabela 12 – Total de intervenientes externos nas semanas analisadas em Março e Abril.