



UNIVERSIDADE  
CATÓLICA  
PORTUGUESA

O DESPORTO NOS PRINCIPAIS NOTICIÁRIOS DA TVI:  
ANÁLISE DA COBERTURA DE NOTÍCIAS DESPORTIVAS  
NO *JORNAL DA UMA* E *JORNAL DAS 8*

Relatório de Estágio apresentado à Universidade Católica  
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências  
da Comunicação, vertente Media e Jornalismo

Por

Miguel Ângelo Manuel de Oliveira

Faculdade de Ciências Humanas

Julho de 2020



UNIVERSIDADE  
CATOLICA  
PORTUGUESA

O DESPORTO NOS PRINCIPAIS NOTICIÁRIOS DA TVI:  
ANÁLISE DA COBERTURA DE NOTÍCIAS DESPORTIVAS  
NO *JORNAL DA UMA* E *JORNAL DAS 8*

Relatório de Estágio apresentado à Universidade Católica  
Portuguesa para obtenção do grau de mestre em Ciências  
da Comunicação, vertente Media e Jornalismo

Por

Miguel Ângelo Manuel de Oliveira

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Professora Doutora Catarina Duff  
Burnay

Julho de 2020

## RESUMO

A televisão é o meio de comunicação mais enraizado no quotidiano dos portugueses e desempenha, por isso, um papel fundamental enquanto fonte de informação. A confiança e acessibilidade da informação televisiva, aliada à sua capacidade em reunir fontes e transmitir as notícias de uma forma que facilita a compreensão dos assuntos que dominam a atualidade, faz dos noticiários das estações generalistas portuguesas um dos conteúdos televisivo mais vistos da programação síncrona.

O jornalismo televisivo, pelo seu poder de visibilidade e representatividade, deve ser investigado sob várias perspetivas. Desse modo, considerando a relação que o desporto e as várias modalidades desportivas têm vindo a desenvolver com os meios de comunicação ao longo dos anos, especialmente com televisão – tendo um poder significativo naquilo em que se transformaram muitas das modalidades mais praticadas e com um maior número de simpatizantes nos dias de hoje –, que se tornou num dos meios mais populares para acompanhar os grandes eventos desportivos, procura-se, nesta investigação, estudar o jornalismo desportivo no contexto televisivo.

O presente relatório pretende conjugar a experiência prática adquirida no estágio desenvolvido na editoria de *Desporto* da *TVI* com uma reflexão sobre o estado atual do jornalismo desportivo português. Nesta perspetiva, a investigação procura analisar como é que as notícias desportivas transmitidas pelos dois principais noticiários da *TVI*, *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, são trabalhadas pelos profissionais da estação, percebendo como é que são retratados os vários agentes desportivos: clubes, atletas, treinadores ou presidentes.

Para cumprir os objetivos propostos nesta investigação delineou-se uma metodologia que inclui a análise de 36 noticiários, distribuídos ao longo de quatro meses (outubro a janeiro), permitindo a identificação dos principais tópicos abordados nos serviços noticiosos. Entre os principais resultados foi possível identificar a categoria de notícias «Desporto» como uma das mais representadas e o tema «Futebol» como aquele que assumiu maior protagonismo no conjunto de noticiários examinados durante o horizonte temporal da investigação.

**Palavras-chave:** Jornalismo Televisivo; Jornalismo Desportivo; TVI; Jornal da Uma; Jornal das 8.

## ABSTRACT

Television is the most rooted *medium* in the Portuguese's daily life and, therefore, plays a fundamental role as a source of information. The confidence and accessibility of television information, combined with its ability to gather sources and transmit the news in a way that facilitates the understanding of the subjects, makes the Portuguese generalist television's news one of the most viewed content in television synchronous programming.

Television journalism, due to its power of visibility and representativeness, must be investigated from several perspectives. Thereby, considering the relationship that the various sports have developed with the *media*, especially with television - having a significant power in what had become many of the most practiced sport disciplines and with a greater number of sympathizers -, that has become one of the most popular *media* to follow the main sporting events, in this investigation we are trying to study the sports journalism in the television context.

This report intends to combine the practical experience acquired in the internship in Sports department of *TVI's* newsroom with a reflection on the current state of Portuguese sports journalism. In this perspective, the research seeks to analyze how the sports news transmitted by the two main *TVI* newscast, *Jornal da Uma* and *Jornal das 8*, are treated by the professionals of this television broadcaster, realizing how the various sports agents are portrayed: clubs, athletes, coaches or presidents.

In order to fulfill the proposed objectives in this investigation, the methodology outlined includes the analysis of 36 newscasts, distributed over four months (October to January), allowing the identification of the main topics covered in the newscasts. Among the main results achieved, it was possible to identify the news category «Sport» as one of the most represented and the topic «Football» as the one that had the leading role in the set of news examined during the investigation's period.

**Keywords:** Television Journalism; Sports Journalism; *TVI*; *Jornal da Uma*; *Jornal das 8*.

## AGRADECIMENTOS

Todo o processo de formação que culminou com este relatório de estágio foi repleto de enormes desafios, algumas conquistas, diversos receios, tantas preocupações e, sobretudo, inúmeras aprendizagens. Desenvolver um trabalho como este foi, sem dúvida, uma viagem longa e algo solitária, no entanto, também é verdade que foram várias as pessoas que contribuíram para que tudo chegasse a bom porto e para que esta fosse uma etapa concluída com sucesso. A todos eles quero apresentar publicamente os meus sinceros agradecimentos.

À minha orientadora, Professora Doutora Catarina Duff Burnay, por ter aceitado acompanhar-me nesta fase tão importante do meu percurso académico e pela ajuda prestável e apoio fundamental ao longo deste projeto.

Aos meus pais e ao meu irmão um obrigado muito especial por estarem sempre presentes, pelo carinho incondicional e orgulho com que sempre me olharam, pelo esforço e dedicação que empenharam no meu progresso académico, por terem acreditado em mim e por confiarem, tanto quanto eu, nas minhas ambições.

Aos meus amigos de sempre estou grato por todas as palavras de incentivo quando mais precisei e por me transmitirem força, vontade e ânimo nos momentos mais difíceis.

À *TVI* e a todos os que comigo se cruzaram naquela casa um enorme obrigado.

Um agradecimento especial à Cláudia Lopes e ao Bruno Ferreira por me terem integrado da melhor forma na equipa de *Desporto* da redação da *TVI*, pelas oportunidades que me proporcionaram e por terem confiado em mim nos diversos momentos em que me delegaram determinadas responsabilidades.

À Ana Margarida Caiola pelos ralhetes e incentivos, ao Nuno Chaves, ao Luís Martins e ao João Paiva pelo exemplo de determinação e pelas sugestões. À Catarina Cardoso, à Andreia Palmeirim, ao Henrique Mateus e ao Paulo Pereira pela colaboração, simpatia e confiança. Ao Pedro Ramalho e à Rita Mendonça pelos incentivos, conselhos e paciência. Ao Pedro Rosmaninho e ao João Pedro Rodrigues pela disponibilidade. A todos eles pelo profissionalismo, por tudo o que me ensinaram e, sobretudo, pela amizade e carinho com que me receberam.

Obrigado a todos aqueles que acreditaram em mim e que, direta ou indiretamente, contribuíram positivamente para a realização deste projeto e para o meu enriquecimento intelectual.

## ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	1
-------------------------	---

### **CAPÍTULO I A TELEVISÃO**

1. A evolução da televisão em Portugal: fim do monopólio e aparecimento da SIC e TVI.....	5
2. A televisão de serviço público e a televisão privada.....	15
3. O interesse público e o interesse dos públicos.....	21

### **CAPÍTULO II A INFORMAÇÃO E O JORNALISMO TELEVISIVO**

1. Os acontecimentos e as notícias.....	25
2. A noticiabilidade, os valores-notícia e as políticas editoriais.....	29
3. Jornalismo e <i>infotainment</i> .....	36
4. Os serviços noticiosos em televisão: o imediatismo do jornalismo televisivo.....	42

### **CAPÍTULO III O JORNALISMO DESPORTIVO**

1. A afirmação do desporto nos <i>media</i> .....	52
2. A agenda mediática desportiva: o jornalista e as fontes de informação .....	61
3. Jornalismo especializado: o jornalismo desportivo.....	66

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

1. Caracterização da <i>TVI</i> .....	71
2. Memória descritiva do estágio realizado na <i>TVI</i> .....	74

### **CAPÍTULO V METODOLOGIA**

1. Objeto e problemática em estudo .....	85
2. Objetivos do estudo .....	85
3. Questões de investigação .....	86
4. Estratégia metodológica .....	87

4.1. Dados secundários .....	87
4.2. Dados primários .....	89
5. Amostra e horizonte temporal da investigação .....	96
6. Limitações ao estudo .....	97

## **CAPÍTULO VI**

### **ESTUDO DE CASO: AS NOTÍCIAS DE DESPORTO NOS NOTICIÁRIOS JORNAL DA UMA E JORNAL DAS 8 DA TVI**

1. Apresentação e caracterização dos dados recolhidos .....	98
2. Estudo das variáveis enquadradas na macro análise .....	98
3. Estudo das variáveis enquadradas na micro análise .....	124
4. Reflexões finais e resposta às questões de investigação .....	142
5. Pistas futuras de investigação .....	153
<b>CONCLUSÃO</b> .....	155
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	159
<b>ANEXOS</b> .....	171
<b>Anexo A</b> – Grelhas com as variáveis em estudo .....	172
<b>Anexo B</b> – Quadro resumo da estratégia metodológica .....	176
<b>Anexo C</b> – Quadro resumo do horizonte temporal da investigação .....	177
<b>Anexo D</b> – Grelhas de análise da variável «Categoria» .....	178
<b>Anexo E</b> – Grelhas de análise da variável «Tema» .....	186
<b>Anexo F</b> – Grelhas de análise da variável «Posicionamento» .....	209
<b>Anexo G</b> – Grelhas de análise da variável «Outros espaços informativos» .....	213
<b>Anexo H</b> – Grelhas de análise da variável «Duração» .....	222
<b>Anexo I</b> – Grelhas de análise da variável «Formato» .....	224
<b>Anexo J</b> – Grelhas de análise da variável «Forma» .....	225
<b>Anexo K</b> – Grelhas de análise da variável «Natureza» .....	226
<b>Anexo L</b> – Grelhas de análise da variável «Valência» .....	227
<b>Anexo M</b> – Grelhas de análise da variável «Âmbito» .....	228
<b>Anexo N</b> – Grelhas de análise da variável «Modalidade» .....	229
<b>Anexo O</b> – Grelhas de análise da variável «Diversidade» .....	230
<b>Anexo P</b> – Grelhas de análise da variável «Conteúdo jornalístico» .....	233

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal da Uma</i> durante o mês de outubro .....	99
<b>Gráfico 2</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal das 8</i> durante o mês de outubro .....	100
<b>Gráfico 3</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal da Uma</i> durante o mês de novembro .....	100
<b>Gráfico 4</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal das 8</i> durante o mês de novembro .....	101
<b>Gráfico 5</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal da Uma</i> durante o mês de dezembro .....	102
<b>Gráfico 6</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal das 8</i> durante o mês de dezembro .....	103
<b>Gráfico 7</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal da Uma</i> durante o mês de janeiro .....	103
<b>Gráfico 8</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal das 8</i> durante o mês de janeiro .....	104
<b>Gráfico 9</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal da Uma</i> durante todo o período de análise .....	105
<b>Gráfico 10</b> – Categorias abordadas no <i>Jornal das 8</i> durante todo o período de análise .....	105
<b>Gráfico 11</b> – Segmentação dos noticiários de acordo com o número de notícias da categoria «Desporto» .....	106
<b>Gráfico 12</b> – Principais temas abordadas em outubro por noticiário .....	109
<b>Gráfico 13</b> – Principais temas abordadas em novembro por noticiário .....	110
<b>Gráfico 14</b> – Principais temas abordadas em dezembro por noticiário .....	111
<b>Gráfico 15</b> – Principais temas abordadas em janeiro por noticiário .....	111
<b>Gráfico 16</b> – Temas abordados no <i>Jornal da Uma</i> durante todo o período de análise .....	112
<b>Gráfico 17</b> – Temas abordados no <i>Jornal das 8</i> durante todo o período de análise .....	113
<b>Gráfico 18</b> – Posicionamento das notícias abordadas no <i>Jornal da Uma</i> por mês .....	116
<b>Gráfico 19</b> – Posicionamento das notícias abordadas no <i>Jornal das 8</i> por mês .....	117
<b>Gráfico 20</b> – Notícias de abertura de todos os noticiários em estudo por categoria .....	117
<b>Gráfico 21</b> – Notícias de fecho de todos os noticiários em estudo por categoria .....	118
<b>Gráfico 22</b> – Outros espaços informativos por noticiário .....	119
<b>Gráfico 23</b> – Destaques por categoria e noticiário .....	120
<b>Gráfico 24</b> – Rubricas por categoria e noticiário .....	121
<b>Gráfico 25</b> – Entrevistas por categoria e noticiário .....	121
<b>Gráfico 26</b> – Entrevistas por categoria e noticiário .....	122
<b>Gráfico 27</b> – Duração média (minutos e segundos) das principais categorias por noticiário .....	123

<b>Gráfico 28</b> – Duração média das principais categorias em todos os noticiários em estudo .....	124
<b>Gráfico 29</b> – Formato das notícias da categoria «Desporto» por noticiário .....	125
<b>Gráfico 30</b> – Forma das notícias da categoria «Desporto» por noticiário .....	126
<b>Gráfico 31</b> – Natureza das notícias da categoria «Desporto» por noticiário .....	127
<b>Gráfico 32</b> – Valência das notícias da categoria «Desporto» por noticiário .....	128
<b>Gráfico 33</b> – Âmbito das notícias da categoria «Desporto» por noticiário .....	129
<b>Gráfico 34</b> – Modalidades abordadas nas notícias da categoria «Desporto» por noticiário.....	130
<b>Gráfico 35</b> – Diversidade das notícias da categoria «Desporto» por noticiário .....	131
<b>Gráfico 36</b> – «Clubes portugueses» abordados nas notícias da categoria «Desporto» .....	132
<b>Gráfico 37</b> – «Seleções» abordados nas notícias da categoria «Desporto» .....	136
<b>Gráfico 38</b> – «Treinadores» abordados nas notícias da categoria «Desporto» .....	138
<b>Gráfico 39</b> – Conteúdo jornalístico das notícias da categoria «Desporto» por noticiário.....	140

## ÍNDICE DE TABELAS

<b>Tabela 1</b> – Principais categorias abordadas por mês e noticiário .....	108
<b>Tabela 2</b> – Dados globais da categoria das notícias abordadas nos noticiários em estudo durante todo o horizonte temporal de investigação .....	109
<b>Tabela 3</b> – Principais temas abordadas por mês e noticiário .....	114
<b>Tabela 4</b> – Dados globais do tema das notícias abordadas nos noticiários em estudo durante todo o horizonte temporal de investigação .....	114
<b>Tabela 5</b> – Cruzamento das variáveis «Formato» e «Âmbito» .....	129
<b>Tabela 6</b> – Cruzamento das variáveis «Forma» e «Âmbito» .....	130
<b>Tabela 7</b> – Cruzamento das variáveis «Clubes portugueses» e «Valência» .....	133
<b>Tabela 8</b> – «Clubes internacionais» abordados nas notícias da categoria «Desporto» .....	134
<b>Tabela 9</b> – «Jogadores» abordados nas notícias da categoria «Desporto» .....	136
<b>Tabela 10</b> – Cruzamento das variáveis «Treinadores» e «Valência» .....	139
<b>Tabela 11</b> – Cruzamento das variáveis «Resultado» e «Valência» .....	141

## INTRODUÇÃO

A televisão é o *medium* mais enraizado no quotidiano da sociedade portuguesa e despenha, nos dias de hoje – apesar de a televisão generalista ter perdido audiências nos últimos anos –, um papel fundamental enquanto fonte de informação para a maioria dos cidadãos portugueses. Mesmo considerando que o acesso a notícias através das redes sociais digitais está a aumentar de forma considerável, as consultas por esta via têm, na maioria dos casos, como fonte principal grandes organizações noticiosas, nomeadamente as televisões (Obercom, 2014: 4; Obercom, 2015: 5).

A confiança e acessibilidade da informação televisiva deriva das próprias regras da produção televisiva que, apelando ao envolvimento do público, são concretizadas “na sua força para reunir fontes, no número de notícias que transmite e na facilidade de compreensão dos assuntos que dominam a atualidade” (Sá, 2019b: 172). Os noticiário da televisão generalista, agregando diariamente cerca de três milhões e meio de espetadores e “apresentando-se como um dos conteúdos televisivos mais vistos da programação síncrona” (Sá, 2019: 66), podem ser considerados como um momento importante no vínculo social criado pela televisão no sentido em que o telespetador “se agrega a esse público potencialmente imenso e anónimo que vê em simultâneo, e mantém, por esse mesmo facto, uma ligação invisível, especular e silenciosa” (Wolton, 1994: 124).

O jornalismo televisivo, pelo seu poder de visibilidade e representatividade, deve ser encarado como um dos principais “veículos de conhecimento e promoção da produção de sentido sobre a realidade existente no nosso quotidiano” de forma a garantir uma adequada construção da realidade social. Os noticiários televisivos revestem-se, por isso, de uma importância primordial no sentido em que ao hierarquizarem temáticas de notícias acabam por “gerir uma atividade simbólica decisiva para o exercício pleno da cidadania (...) e determinar as formas de orientação da atenção pública e da agenda dos temas dominantes que reclamam a atenção e a hierarquização da sua relevância” (Brandão, 2011: 747).

No que concerne aos conteúdos desportivos verifica-se que a relação entre os meios de comunicação e as modalidades desportivas é duradoura e, no que diz respeito à televisão, esta teve um poder significativo naquilo em que se transformaram muitas das modalidades mais praticadas e com um maior número de simpatizantes nos dias de hoje (Gouveia, 2018: 28). A televisão tornou-se, por isso, num dos meios mais populares para acompanhar os grandes eventos desportivos de tal forma que as “audiências do desporto” passaram a ter um

“lugar cativo nas grelhas de programação televisiva”, permitindo que os dois setores se tenham, ao longo dos anos, “misturado, influenciado, condicionado e potenciado” (Viseu, 2006: 89).

A análise das notícias relacionadas com o desporto emitidas pelos noticiários televisivos em Portugal pode ser encarada como um contributo para que se possam aprofundar os conhecimentos relativamente à relação que a atividade desportiva a nível profissional estabelece como o meio televisivo. Esta investigação assume ainda maior destaque na medida em que as modalidades desportiva, nomeadamente as mais populares, têm um papel social fundamental no “desenvolvimento de uma ideia de nação e consolidação do vínculo nacional”, bem como na “reprodução das próprias identidades locais e regionais”, possibilitando “formas de participação ativa que não encontramos em muitas outras dimensões sociais” (Lopes, 2003: 94). O casamento entre desporto e meios de comunicação de massa – especialmente a televisão – parece cada vez mais impossível de desfazer e no que diz respeito ao futebol esta ideia ganha ainda mais força tendo em consideração os lucros e a riqueza que gera quer para clubes, federações e estações televisivas, quer para um conjunto alargado de outras empresas (Azeredo de Aguiar *et al*, 2010: 53; Flores, 2004: 65).

Tendo em consideração a conjuntura apresentada, o presente estudo procura contextualizar a cobertura informativa desenvolvida pelos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, da TVI, ao nível dos acontecimentos desportivos. Neste sentido, a investigação pretende, atentando nos noticiários referidos, responder a duas questões de investigação: “Qual o relevo das notícias de desporto nos principais noticiários da TVI?” e “Como são trabalhadas as notícias de desporto nos principais noticiários da TVI?”.

O trabalho é composto por seis capítulos que permitem contextualizar a temática em estudo, enquadrar a experiência curricular que motivou a investigação, apresentar as metodologias utilizadas, descrever os resultados obtidos e delinear as principais conclusões. Os primeiros três capítulos são dedicados à revisão de literatura. No Capítulo I, designado “A Televisão”, será abordado o panorama televisivo português, com especial destaque para o período que ditou o fim do monopólio estatal e o aparecimento das primeiras estações privadas em Portugal. Este capítulo irá ainda debruçar-se sobre aquelas que, ao longo dos últimos anos, se têm afirmado como as principais diferenças entre as estações televisivas privadas e a operadora de serviço público de televisão.

O segundo capítulo, “A Informação e o Jornalismo Televisivo”, concentra-se nos

tópicos relacionados com o processo de construção da informação televisiva. Neste sentido, serão apresentadas informações relativas aos procedimentos de seleção dos acontecimentos que se transformam em notícia e, portanto, relacionados com todo o processo de construção da informação televisiva desde o instante em que os jornalistas tomam conhecimento de determinado evento até ao momento em que ele é noticiado. Para além disso este processo será enquadrado a partir de um conjunto de conceito – como noticiabilidade, valores-notícia, critérios editoriais ou *infotainment* – úteis para a total compreensão dos alinhamentos dos serviços noticiosos em televisão.

No Capítulo III, intitulado “O Jornalismo Desportivo”, serão abordados temas mais intimamente relacionados com o jornalismo desportivo, a propósito da afirmação que estes conteúdos informativos vêm assumindo nos noticiários televisivos, da relação que os jornalistas desportivos estabelecem com as suas fontes de informação e dos vários constrangimentos por que estas profissionais atravessam no seu quotidiano para fazerem chegar a informação aos telespetadores.

Uma vez terminada a componente teórica do relatório, será apresentado, no quarto capítulo, o “Enquadramento da Organização em Estudo e Memória Descritiva do Estágio”. Nesta secção será apresentada a organização que me acolheu durante o período de estágio – de outubro de 2018 a fevereiro de 2019 –, a *TVI*, e descrita a minha experiência enquanto elemento pertencente à editoria de *Desporto* da redação de informação da estação mencionada.

No quinto capítulo deste relatório, “Metodologia”, serão delineados vários aspetos fundamentais no trabalho de investigação, nomeadamente, a definição do objeto e problemática em estudo bem como dos seus objetivos, a formulação de questões de investigação, a apresentação da estratégia metodológica e do horizonte temporal da investigação, bem como possíveis limitações ao estudo. A investigação pretende, deste modo, apurar quais as temáticas dominantes dos noticiários da *TVI*, para perceber de que forma estão enquadrados os conteúdos desportivos nos noticiários da *TVI*, e, numa análise mais detalhada apenas às notícias de desporto, perceber quais as suas características específicas, nomeadamente ao nível da sua forma, formato, natureza, valência, âmbito e diversidade. Em suma, esta investigação terá com objetivo mapear os conteúdos desportivos nos noticiários da *TVI*, ao traçar uma visão geral e detalhada dos mesmos prestando, no último caso, atenção às suas principais características.

No sexto e último capítulo, “Estudo de Caso: As notícias de desporto nos noticiários *Jornal da Uma e Jornal das 8 da TVP*”, serão expostos os dados recolhidos e analisadas todas as variáveis definidas para este estudo. Posteriormente serão ainda apresentadas as principais conclusões obtidas, respondidas as questões de investigação levantadas e reveladas algumas pistas para investigações futuras.

## CAPÍTULO I

### A TELEVISÃO

#### 1. A evolução da televisão em Portugal: o fim do monopólio e aparecimento da SIC e TVI

O mercado televisivo está a mudar rapidamente e tem conhecido nos últimos anos um alargado conjunto de incertezas que podem ameaçar a sustentabilidade de um negócio que foi, em tempos, considerado o mais influente e poderoso na história da comunicação (Pires *et al*, 2013: 560). Neste sentido, o desaparecimento da televisão do catálogo dos meios de comunicação tem sido anunciado por muitos desde há vários anos a esta parte. Não obstante, até aos dias de hoje, essa previsão ainda está por se cumprir. É certo que a forma como se vê televisão tem sido alterada com o desenvolvimento de novos aparelhos tecnológicos, todavia, basta atentar em grandes acontecimentos, tanto a nível noticioso – o 11 de Setembro, por exemplo – como a nível de entretenimento – o Mundial de Futebol –, para perceber que a televisão continua a ter a capacidade de atrair maiores audiências do que qualquer outro meio (Torres, 2011: 8-11).

Efetivamente, “a televisão já não é o que era, mas está viva e recomenda-se” (Torres, 2016: 38). No entanto, a televisão que conhecemos hoje é bem diferente daquela que surgiu em Portugal em meados dos anos 50 e por isso o conceito de televisão tem-se alterado como consequência do crescente “poder de escolha e de decisão do indivíduo empoderado do século XXI”. Hoje, tal como nos primórdios da televisão, assistimos a emissões no televisor – como por exemplo *talk-shows*, novelas, filmes, noticiários e partidas de futebol – mas temos também a possibilidade de ver esses mesmos conteúdos numa série de outros dispositivos. Neste sentido, a televisão hoje já não pode ser definida por um conjunto de conteúdos visionados através do televisor, mas antes pela linguagem própria que foi desenvolvendo ao longo de décadas: “a televisão são conteúdos que reconhecemos como televisão, quer os contactemos num televisor, numa SmartTV, num telemóvel, num *tablet*, num computador, ou em qualquer outro ecrã” (*Ibidem*).

Embora nos Estados Unidos a televisão tenha dado os primeiros passos associada ao setor privado, na Europa o cenário foi diferente na medida em que os primórdios da atividade estiveram associados a um regime de monopólio caracterizado por um “Estado-Providência muito zeloso (talvez até manipulador) dos conteúdos emitidos”. A este paradigma seguiu-se

a era da desregulação onde grandes grupos mediáticos viram neste meio audiovisual uma oportunidade para reunir lucros assinaláveis através da atração de audiências. Mais recentemente, foram as promessas oferecidas pelo digital e as potencialidades disponibilizadas pela tecnologia que acabaram por transformar os públicos simultaneamente em consumidores e produtores ou, pelo menos, em “parceiros ativos da programação televisiva” (Lopes, 2009a: 13-14).

Se o quadro atual parece ser o reflexo daquilo a que Casetti *et al* (1990: 9-10) definem como Neotelevisão, um período caracterizado pelo nivelamento hierárquico entre emissores (apresentadores, pivôs e comentadores) e recetores (telespetadores), é interessante recuar no tempo para perceber os contornos das mudanças ocorridas no panorama televisivo.

O desenvolvimento da televisão estatal regulada no período pós-guerra surge como resultado da fragilidade do sistema político – e da própria soberania dos países – e por isso este meio de comunicação era baseado em princípios que permitissem a restauração do consenso e a valorização da Pátria (Mouzinho, 2009: 128). Em Portugal, desde a génese da RTP até à implementação do regime democrático, foi sempre o Estado que definiu o que considerava ser o interesse da nação e dos telespetadores – sem que para isso fosse necessário solicitar a apreciação ou o parecer dos cidadãos – e nem mesmo após a abolição formal da censura foram sentidas mudanças estruturais no que diz respeito à defesa dos interesses dos telespetadores (Sousa, 1999: 122).

Neste contexto de monopólio estatal, a televisão definia os programas emitidos de acordo com aquelas que seriam as suas três grandes funções comunicativas: informar, educar e entreter, por esta ordem. Assim, o telespetador tinha ao seu dispor “o momento do espetáculo, dedicado ao divertimento; o da informação ao longo do qual ficava a saber as notícias; e o da aprendizagem onde enriquecia a cultura” (Negri *et al*, 1990: 57). No mapa dos programas transmitidos esta tríade constituía a fronteira entre os diferentes géneros, cada um orientado para a concretização de determinada função. De um modo geral podia afirmar-se que uma televisão assim apresentada favorecia um contrato de comunicação paternalista, pedagógico e monodirecional com o telespetador na medida em que este apenas poderia ver o que estava programado ou, simplesmente, desligar a televisão (Mouzinho, 2009: 128; Lopes, 2003: 82). Este é quadro televisivo da Paleotelevisão, descrita como um meio capaz de transmitir saberes e enraizada na separação e hierarquização de papéis, onde os profissionais da televisão – sendo os detentores do saber e ocupando uma posição superlativa

faces aos recetores – transmitiam conhecimentos aos espetadores (Casetti *et al*, 1990: 9).

Foi então na década de 80 e anos seguintes que “se assistiu a uma profunda mudança na área dos *media* em Portugal” (Santos, 2007: 86) com o surgimento de um amplo debate em torno do monopólio televisivo detido pelo Estado que acabaria por reunir um consenso político face à inevitabilidade de acabar com o regime vigente. Para este desfecho contribuíram fatores de ordem política, económica e ideológica – Portugal não ficou imune ao impacto provocado pelas orientações políticas neoliberais, motivadas pela queda do regime comunista na Europa de Leste, incentivando práticas de desregulamentação e a abertura à lógica do mercado em todos os setores da vida pública –, mas também de ordem tecnológica dado que a tendência que se verificava em toda a Europa – o crescimento e a expansão da televisão difundida via satélite – acabou por chegar a Portugal de forma vertiginosa, assistindo-se à multiplicação de antenas parabólicas por todo o país. Desta forma caía por fim um dos argumentos apontados na Europa a favor do regime de monopólio: a escassez de espectro radioelétrico (Pinto, 2011: 260).

A revisão da Constituição de 1989 retirou do texto constitucional os obstáculos à entrada de operadores privados na atividade televisiva em Portugal – a Constituição de 1976 permitia apenas a existência da televisão estatal – e a partir desse momento, num quadro de maiorias absolutas lideradas por Aníbal Cavaco Silva, foi instituída a *Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS)* – atualmente, *Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC)* –, aprovada, em 1990, a nova Lei da Televisão – que previa a existência de estações privadas – e lançado, no ano seguinte, o concurso para dois novos canais. Depois de alguma controvérsia no processo de deliberação, Cavaco Silva decide atribuir uma licença à *Sociedade Independente de Televisão (SIC)* – liderada pelo ex-primeiro ministro social-democrata, Francisco Pinto Balsemão – e outra à *Televisão Independente (TVI)* – canal de inspiração cristã ligado a setores da Igreja Católica – que iniciaram as suas emissões, respetivamente, em outubro de 1992 e fevereiro 1993 (Cádima, 1999: 32; Sousa *et al*, 2003: 69; Pinto, 2011: 260; Sá, 2015: 147).

A abertura do mercado televisivo ao setor privado – um acontecimento marcante no que à esfera mediática diz respeito e um dos momentos mais disruptivos no panorama audiovisual português – foi impactante para a atividade do operador público de televisão não só porque a *RTP* passou a dividir as receitas publicitárias como as novas estações televisivas, mas também porque a taxa de televisão havia sido abolida e a rede de transmissores vendida

à *Portugal Telecom*. Se por um lado o operador estatal enfrentou uma abrupta redução das receitas (publicidade), por outro assistiu também a um considerável aumento das despesas (o pagamento da transmissão de sinal e a inflação dos custos relacionados com programas, formatos e estrelas televisivas como resultado da disputa pelos mesmos produtos audiovisuais e recursos humanos), o que acabaria por deixar a *RTP* numa situação financeira delicada (Cádima, 2002: 11-12; Sousa *et al*, 2003: 69; Torres, 2011: 52; Sá, 2015: 147).

A televisão Estatal viveu durante os últimos anos do século uma crise crescente motivada não só pelos fatores já enumerados, mas também porque viu as suas linhas de ação limitadas: por um lado foi obrigada a reduzir o tempo autorizado para anúncios publicitários, por outro, a celebração do primeiro contrato de serviço público de televisão, assinado em 1993, obrigou a *RTP* a cumprir determinados desígnios (Cádima, 2012: 27). Ainda assim, outro fator que ajuda a explicar a conjuntura económica da televisão pública nos primeiros anos de mercado concorrencial é o sucesso comercial obtido por um dos operadores privados, a *SIC*, que implementando uma estratégia de programação eficaz conseguiu conquistar a atenção dos telespetadores e, por conseguinte, atrair uma parte considerável do bolo publicitário (Sousa *et al*, 2003: 69; Pinto, 2011: 261).

Nos primeiros anos de coabitação dos setores público e privado, enquanto a *TVI* se afirmava como alternativa, a *SIC* adotou sempre uma postura de confronto direto com a *RTP* manifestando o objetivo de se tornar a televisão líder de audiências (Lopes, 2004: 215-221). A estação de Pinto Balsemão conseguiu, em menos de três anos, ser o canal mais visto e ultrapassar as audiências de uma estação que, na altura, contava já com cerca de quarenta anos de transmissões. Esta popularidade alcançada pela *SIC* deveu-se, sobretudo, aos programas de entretenimento, nomeadamente as telenovelas brasileiras – uma aposta que influenciou de forma decisiva a grelha de programas deste operador dado o acordo de exclusividade estabelecido entre a *SIC* e a *Rede Globo* (Sobral, 2012: 152; Lopes, 2000a: 2). A par destes trunfos vindos do outro lado do Atlântico, a estação de Carnaxide apostou num horário nobre falado em português, com conteúdos de comédia, concursos ou programas “feitos quer com gente anónima que tornava público os talentos ou as desgraças pessoais, quer com figuras públicas que transformavam a vida privada num verdadeiro espetáculo televisivo” (Lopes, 2000b: 87).

A informação também foi um dos trunfos assumidos pela *SIC* e desde o início a estação adotou, ao nível da informação, uma postura mais interventiva e inovadora, trazendo à

antena novos formatos – como por exemplo o *Praça Pública*, vocacionado para tratar, do ponto de vista jornalístico, de problemas sociais; o *Donos da Bola*, programa de debate que marcava a agenda do desporto futebolístico; ou outros formatos de entrevista e debate como *Contra Corrente*, *Terça à Noite* e *Conversas Curtas* – que vieram conferir outros traços ao jornalismo que, no caso desta estação, era feito, em grande parte, à revelia das fontes institucionais (Lopes, 2004: 215-218). O próprio estúdio de informação parecia também refletir um novo paradigma televisivo: os telespetadores – habituados a ver o *Telejornal* da *RTP* de um estúdio fechado onde apenas era concedida a entrada ao *pivot* e a um ou outro convidado – conseguiram, pela primeira vez, “ver a zona de retaguarda das notícias, o lugar onde são fabricadas”, já que no início das suas emissões, o noticiário da *SIC* era transmitido de um estúdio com “uma janela de vidro aberta para a redação” (Lopes, 2007c: 252). Os alinhamentos dos serviços noticiosos também sofreram uma transformação profunda: a hierarquização natural da informação – primeiro a atualidade nacional e internacional e só depois as matérias afetas ao desporto e cultura, por exemplo – inverteu-se e a *SIC* passou a priorizar as notícias assentes em valores-notícia como a novidade e o interesse do público (Lopes, 2000b:92).

Se a estação de Pinto Balsemão se conseguiu afirmar logo desde o início das suas transmissões, o mesmo não se poderia dizer da *TVI* que, apresentado uma oferta instável e incapaz de se estabelecer junto dos telespetadores, viveu tempos de crise e impasse nos primeiros anos da sua existência. As transações de capital do segundo canal privado português foram recorrentes e os vários grupos económicos que assumiram o seu controlo, embora oferecendo sempre renovadas expectativas quanto à viabilização do *Canal 4*, revelaram-se incapazes de aumentar os índices de audiência e de encontrar um equilíbrio financeiro para uma empresa que avançava paulatinamente para uma falência técnica. Deste modo, a *TVI* não conseguiu, nos seus primórdios, provocar um impacto significativo no panorama audiovisual que lhe permitisse destacar as suas emissões como uma referência na indústria dos conteúdos televisivos (Lopes, 2000b: 82-84).

Na *RTP* os últimos anos do milénio foram também de grande instabilidade em virtude das incompatibilidades recorrentes entre o Conselho de Administração e as Direções de Programas e Informação – enquanto o primeiro mostrava preocupação em inverter o défice financeiro da empresa, impondo restrições orçamentais, os segundos estavam mais interessados em contornar a baixa qualidade dos produtos e as baixas audiências (Lopes,

2000a: 4). Neste período as sucessivas mudanças ocorridas a nível hierárquico pareciam renovar o compromisso de garantir à *RTP* o cumprimento do serviço público de televisão, ainda assim nenhuma delas teve a capacidade de restaurar na televisão estatal a noção de “um serviço público de qualidade, com uma programação dirigida a todos os portugueses, respeitador da identidade cultural do país e independente das forças de financiamento” (Lopes, 2000b: 78).

Para o principal canal público de televisão a chegada dos operadores privados acabou por ter um efeito ambivalente na mediada em que a *RTP* começou a adotar, por uma lado, um “comportamento menos oficioso”, atribuindo uma maior importância às grandes questões nacionais, mas, por outro, surgiu fazendo uso das mesmas armas que os canais privados, adotando uma informação mais sensacionalista e “uma homogeneização por baixo do tipo de programação, cada vez mais dependente da chamada ditadura das audiências” (Pinto, 2011: 261). De facto, aquilo a que se assistiu até ao final da década de 90 – apesar da existência de mais dois canais generalistas em Portugal – foi a um decréscimo da “produção de ficção e de documentários” e a um aumento da “produção de fluxo” e dos “géneros híbridos” (Cádima, 1999: 27). A televisão pública, incapaz de encontrar uma estratégia sólida de longo prazo, adotou um modelo semelhante ao das estações privadas para tentar conter a perda progressiva das suas audiências (Brandão, 2008: 2592).

O que resultou, para a *RTP*, destes primeiros anos de convívio com as estações privadas foi uma crise financeira que se adensou a cada dia (Pinto, 2011: 262) e uma grelha de programação em constante deriva, ou seja, no operador público “à espera do ano de 2000 ficaram uma grelha de programação, que ansiava reunir mais qualidade, e um passivo gigantesco, que se esperava neutralizar com a ajuda de verbas estatais” (Lopes, 2000b: 82).

No decorrer da década de 90 as audiências foram o maior problema por que atravessaram a *RTP* e a *TVI* e à semelhança do que acontecia com a estação privada, também o canal público não conseguia esconder as lógicas quantitativas que se manifestavam na preocupação dos seus responsáveis face à recetividade das emissões do *Canal 1*. No entanto, a *TVI* vislumbra um novo paradigma em finais de 1998 com a chegada de José Eduardo Moniz ao cargo de Diretor Geral da estação, altura em que teve início um processo de mudança de identidade que lhe acabaria por trazer bons resultados num futuro próximo (Lopes, 2000a: 5). As alterações ao nível da programação foram mais visíveis em 1999 com a introdução de uma grelha que tornava irreconhecível o projeto inicial do canal e que reuniu

algum sucesso audimétrico junto dos telespetadores. A aposta de Moniz passou por transformar a *TVI* numa televisão popular com uma grelha maioritariamente falada em português incluindo programas ligados ao quotidiano que se debruçavam sobre temas mais sensacionalistas e relacionados com crime e justiça, emissões comemorativas de datas particulares, programas de piada fácil e apanhados, conteúdos de entretenimento popular – trazendo para antena caras conhecidas dos telespetadores e os grandes grupos de música portugueses – e uma aposta forte na produção de ficção nacional. A informação e o futebol também conseguiram despertar a atenção do público e é com a transmissão de um desafio desta modalidade que, no verão de 1999, a *TVI* consegue, pela primeira vez, ultrapassar o *share* da *RTPI*. Atingido o maior *share* de sempre (25,4%) e ultrapassando os seus rivais com a transmissão do programa *Há Festa no Hospital* a *TVI* acabaria por, no final desse ano, conquistar um resultado que realçava o rejuvenescimento da estação (Lopes, 2000b: 85-89).

O primeiro ano do milénio seria o ano de uma profunda renovação no quarto canal a todos os níveis – com novos grafismos, cenários, logótipos, cores, programas de entretenimento e informação – e da estreia do programa que veio revolucionar a televisão portuguesa, o *Big Brother* – trunfo utilizado por José Eduardo Moniz para enfrentar a concorrência. A visibilidade deste formato – com muito sucesso noutros países – foi especialmente conseguida quando um concorrente do *reality show* foi expulso por agredir uma colega. Este episódio foi muito divulgado na televisão, ultrapassando, inclusivamente, as fronteiras do programa – para além de ter sido destacado nas várias edições do *Big Brother* ao longo do dia, este incidente acabou por invadir os alinhamentos dos principais noticiários da *TVI* onde ocupou posição de destaque. Foi tema de abertura no noticiário da hora de almoço – *TVI Jornal* – bem como no *Jornal Nacional* que, para além de ter convidado o concorrente expulso para uma entrevista em estúdio, incluiu no alinhamento 16 peças sobre o tema (preenchendo 37% do tempo total do noticiário, enquanto a política ocupou 23%). Esta decisão editorial, apesar de polémica – principalmente porque teve lugar no dia em que Jorge Sampaio apresentou a sua recandidatura à presidência da República –, foi muito bem-sucedida ao nível das audiências (Lopes, 2007b: 98-100).

Foi com a ascensão da *TVI*, no início do novo século, que as alterações face ao regime de monopólio televisivo começaram a ser mais evidentes. O horário nobre das estações generalistas havia mudado de forma significativa pois embora começasse com o noticiário das 20 horas a partir daí as semelhanças com a programação dos anos 90 eram muito poucas

(Lopes, 2008: 33; Sobral, 2012: 151). O *Big Brother* foi um fenómeno que ocupou grande parte da programação da *TVI* e serviu de âncora a toda a grelha do canal, influenciando os restantes conteúdos televisivos: “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 é idiossincrático ao jornalismo” (Lopes, 2004: 229).

Na estação de José Eduardo Moniz o horário nobre passava a iniciar com um noticiário renovado – o *Jornal Nacional* –, cuja política editorial estava centrada em assuntos da vida quotidiana, no cidadão anónimo como fonte de informação e em notícias com impacto social marcadas pelo registo emotivo (Lopes, 2007b: 98; Pires *et al*, 2013: 563). De um modo geral, os serviços noticiosos ficaram mais extensos – incluindo formatos televisivos que, usualmente, constituíam emissões autónomas –, os *reality shows* emitidos, no caso da *TVI*, antes e depois do noticiário constituíam uma “espécie de mini grelha que condiciona a restante franja noturna” e as novelas – portuguesas e brasileiras – passaram a ser o conteúdo dominante no horário nobre (Lopes, 2008: 33).

A nova oferta televisiva do quarto canal teve uma vasta aceitação por parte das audiências e em 2001 a *TVI* conseguiu suplantar a estação de Pinto Balsemão no bloco noturno. A *SIC* adota a partir desse momento uma programação concorrencial com o mesmo tipo de conteúdos (nomeadamente no segmento dos *reality shows* e ficção nacional), no entanto a estratégia não obteve o sucesso desejado. A maior consequência deste novo desenho de programação nos canais generalistas – principalmente nos privados – foi para o jornalismo televisivo. Tendo de gerir o horário nobre com noticiários, *reality shows*, *talk shows*, ficção nacional e novelas brasileiras, os programadores não encontraram espaço nesta franja horária para introduzir emissões de informação semanal que analisassem com maior detalhe certos temas, passando, por isso, os géneros jornalísticos como o debate, a entrevista, o comentário político ou a grande reportagem, a fazer parte integrante dos serviços noticiosos (Lopes, 2007a: 140; Lopes, 2007b: 98-101). A natureza generalista das estações privadas – mas de concessão pública – parecia constantemente negada e sem que nenhuma entidade reguladora tivesse força suficiente para travar esta engenharia de programação e fazer cumprir a Lei da Televisão bem como as determinações do órgão regulador, *SIC* e *TVI* mostravam evidências de se transformarem em “canais monotemáticos de entretenimento” (Lopes, 2006b: 110).

A televisão em Portugal conheceu um novo paradigma com a chegada do *Big Brother*, um programa que teve a capacidade de influenciar o rumo deste *medium* em geral e, particularmente, da *TVI*, uma estação que em tempos todos haviam condenado ao fracasso:

*“Entretenimento.* Neste primeiro quinquénio do século XXI, a ficção nacional e os novos *reality shows* são géneros que conquistaram grandes franjas no horário nobre. A popularidade das novelas da vida real e de novelas que se assumem como ficção fortaleceu uma indústria já com alguns anos, mas que apenas neste período se fortalece.

*Dilatação do horário nobre.* Juntando à ficção nacional (novelas e séries) as edições diárias das novelas da vida real e os noticiários com uma duração que ultrapassa os 60 minutos, o *prime time* dos canais generalistas privados avançava para um horário que ultrapassava a meia-noite. Mas é esse também o objetivo da TV comercial: manter os telespectadores agarrados a uma emissão o mais tempo possível. É essa a moeda de troca nos negócios com os anunciantes.

*Menos informação semanal.* Com a grelha a rebentar de novelas deixa de haver espaço para a informação semanal que, neste período, se circunscreve ao canal generalista de serviço público. Eis um sinal de que, em televisão, a oferta é determinada pelas leis do mercado. Noticiários albergam todos os géneros. Para além das peças noticiosas, a informação diária integra entrevistas alargadas, grandes reportagens e comentários. 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: 44-45).

A recessão económica que se vivia durante os anos de liberalização do mercado televisivo em Portugal também teve repercussões no campo da comunicação social e à entrada no novo milénio a concorrência direta entre os canais generalistas – principalmente entre os privados – tornou-se mais evidente. Deste modo, a grelha de programação – que, desenhada com base em estudos de audiências e sociológicos, se constituía como um meio de fidelização do público por articular o tempo social do telespetador com o tempo televisivo – simbolizava um “meio de ação estratégica” que ira permitir atingir melhores níveis de audiências e, por conseguinte, um maior investimento publicitário – fonte de receita vital para a visibilidade económica das estações televisivas (Fernandes, 2000: 117-118). Esta necessidade de conquistar a audiência é referida por Jean Jacques Jespers como a transição da televisão com uma função social para uma televisão com uma função meramente económica, “gerando uma dinâmica que procura substituir os monopólios do Estado por monopólios privados”, onde o lema passa a ser “distrair, convencer, vender” (1998: 14-15).

O ambiente competitivo tornava cada vez mais claro o objetivo de maximizar as audiências e fazia emergir uma nova relação com os telespetadores no sentido em que o paradigma de “audiência como público” parecia dar lugar à “audiência como mercado” (Fernandes, 2000: 118). Captar investimento publicitário era a prioridade e, por isso, a escolha dos conteúdos a introduzir na grelha, especialmente no horário de maior consumo,

era crucial para o sucesso comercial da estação e deveria estar de acordo com o perfil do telespetador disponível em determinado momento do dia:

“são os programas de grande consumo, dirigidos quase em exclusivo aos estratos sociais de menor poder aquisitivo e de nível cultural reduzido – o grande público –, que, de um modo geral, preenchem os espaços nobres das diferentes grelhas de programas, públicas e privadas, constituindo a quase totalidade da oferta televisiva dos diferentes canais” (Cádima, 1997: 38).

O pequeno ecrã tornava-se, assim, “uma espécie de amigo do público, acompanhando-o ao longo do dia” (Lopes, 2003: 83) e apresentando uma “grelha de programas adequada aos ritmos quotidianos do espetador” (Fernandes, 2000: 127).

Este momento marca, definitivamente, a passagem da Paleotelevisão para a Neotelevisão; o romper de uma “televisão pedagógica”, vista como “espaço de formação e realização”, e o eclodir de uma televisão encarada como “um espaço de convívio”; a substituição de uma “relação hierárquica”, característica da Paleotelevisão, por uma “relação de proximidade” onde a “vida quotidiana é a maior referência” (Casetti *et al*, 1990: 9-12); a transformação de uma “televisão baseada na esfera pública e racional” numa “televisão centrada na esfera privada e afetiva” (Jespers 1998: 15); a transição de uma televisão sustentada na “oferta para uma televisão que assenta, sobretudo, na procura, no mercado, através de registos como a emoção, o espetacular, o dramático, no sentido de construir uma relação direta com o público” (Brandão, 2002: 69); a evolução de uma era em que a “televisão estava centrada no mundo exterior e preocupada com os enunciados” para um período em que o discurso televisivo ficou “voltado para dentro, fazendo emergir com grande visibilidade a instância enunciativa: as câmaras que focalizam outras câmaras, os microfones que se tornam propositadamente visíveis, o ritmo frenético que se impõe ao discurso, as imagens que se consomem noutras imagens” (Lopes, 2009a: 15).

Enquanto a Paleotelevisão oferecia programas que incorporavam um contrato de comunicação preciso, orientando os espetadores para o consumo de conteúdos específicos, a Neotelevisão caracteriza-se por uma organização da oferta televisiva em que a grelha de programação tende a formar um “macrotexto televisivo”, isto é, um “fluxo planificado”, onde todas as emissões se parecem relacionar. Esta nova televisão que “deixava de valer pelos programas singulares que transmite para readquirir o seu valor através da soma de todos eles, ou seja, pelo contínuo fluxo de imagens e sons” parecia refletir-se numa nova estratégia de proximidade e familiaridade com o público – ao demonstrar a sua cultura e identidade através da grelha que apresenta – que, em última instância, resultaria numa maior

fidelização do telespetador e na conseqüente subida das audiências (Lopes, 2011: 21-23)

As grelhas de programação eram desenhadas tendo em consideração que os conteúdos deveriam “agradar ao maior número de pessoas e não necessariamente ser enriquecedores” (Lopes, 2004: 228) e, deste modo, as estações generalistas encontravam-se submersas num sistema perverso com um “*prime time* de informação burocratizada, de mimetismos de agenda e de *infotainment*, com telejornais que chegam a ter duas horas de duração, ensanduichados por novelas e concursos”, que havia transformado a televisão num “analgésico pós-laboral” como consequência da escassez de espaços dedicados a uma “cultura de conhecimento” característica da televisão dos tempos de monopólio. Neste sentido, era essencial que a *RTP*, cumprindo o contrato de concessão de serviço público, lutasse “por subverter o modelo de *prime time* telenoveleiro e a eterna ‘concurseite’ de segunda a sexta” (Cádima, 2006: 31).

A promessa de diversidade com abertura aos operadores privados na década de 90 ia ficando por se cumprir e, paradoxalmente, assistia-se à “uniformização das grelhas e um estreitamento de foco nos espaços noticiosos com o declínio do noticiário internacional, ênfase nos *fait-divers*, nas notícias locais facilmente novelizáveis e, não poucas vezes, na autopromoção” (Gradim, 2015: 70).

Embora as televisões privadas tenham provado que no audiovisual a oferta é determinada pelo mercado, “a televisão não pode – e não deve! – estar apenas submetida a condicionamentos económicos sob pena de se reproduzir sempre mais do mesmo e cada vez pior” (Lopes, 2004: 230). Era fundamental que a televisão adotasse uma nova postura, abandonando a ideia do público como um simples consumidor e, passando, em vez disso, a encará-lo como um cidadão que procura conteúdos de qualidade que possam conferir ao espaço público contemporâneo uma nova vitalidade. Neste sentido, as televisões privadas – com uma programação comercial – poderiam (ou pelo menos deveriam) ter desencadeado um efeito positivo na televisão estatal ao suscitar “um significativo apelo à televisão pública para que apostasse com maior determinação em programas que visassem o “interesse público”, de modo a poder servir de “regulador” no mercado” (Brandão, 2002: 69).

## **2. A televisão de serviço público e a televisão privada**

Embora, em Portugal, a rádio e a televisão tenham surgido como uma iniciativa do Estado, a história destes *media* não está, desde os seus primórdios, associada à existência de

um serviço público. Esta noção apenas surgiu no texto Constitucional em 1989 – na mesma revisão que quebrou os obstáculos à entrada de operadores privados na atividade televisiva – e obrigou o Estado a assegurar a prestação e o funcionamento de um serviço público de rádio e de televisão (Paulinho *et al*, 2016: 57).

Ao serviço público televisivo sempre estiveram associados, pelo menos no plano teórico, os conceitos de universalidade (conferir a todos os cidadãos condições de igualdade no acesso à televisão), diversidade (proporcionar uma programação variada, que informe, forme e entretenha), independência (face a governos e interesses particulares) e financiamento público (mediante uma taxa ou com recurso ao Orçamento de Estado), algo que permitiu à televisão de serviço público desempenhar um papel importante como elemento unificador em termos políticos, linguísticos e culturais (Fidalgo, 2003:24).

Em Portugal, com o intuito de clarificar o papel da *RTP* enquanto estação de serviço público, foi assinado em 1993 o primeiro Contrato de Concessão de Serviço Público de Rádio e Televisão que designava um determinado número de tarefas que a *RTP* haveria de desempenhar para ser uma estação de serviço público:

“a *RTP* ficava obrigada a pautar a sua programação pelo respeito pelo interesse público, por exigências de qualidade e de diversidade para assim promover o esclarecimento, formação e participação cívica e política dos cidadãos; era ainda sua obrigação contribuir para a informação, recreio e promoção educacional e cultural do público em geral, no respeito pela identidade nacional e ficava também com a incumbência de promover a produção e emissão de programas educativos ou formativos, especialmente os dirigidos a crianças, minorias e deficientes auditivos” (Sousa *et al*, 2003: 69).

Esta tentativa de clarificar a posição da *RTP* enquanto estação de serviço público acabaria por não apresentar um resultado positivo na medida em que o documento não evidenciava nenhuma medida concreta em relação à programação a adotar. Neste sentido, em 1996, surge uma nova versão do Contrato com os problemas mais evidentes corrigidos e onde o “Serviço Público é entendido de uma forma menos redutora e mais próximo de uma filosofia de programação” (Sousa, 1999: 124). Sobre a programação, o novo documento concretizava que a grelha deveria ser alternativa à televisão comercial, pluralista, inovadora, variada e com uma dimensão cultural e educativa que sensibilizasse o público para a criação artística e para o aprofundamento dos conhecimentos: na área da informação, deveria ser evitada a informação espetáculo ou sensacionalista e privilegiada a produção de conteúdos imparciais, independentes e esclarecedores, que suscitassem o debate público; já no domínio da ficção a produção própria e nacional, bem como a produção conjunta, principalmente,

com outros países da União Europeia, deveriam ser privilegiadas (Cádima, 2002: 16-17).

Uma televisão de serviço público deve ser a que melhor responde às necessidades de uma sociedade heterogénea – servindo todos os públicos, incluindo os interesses específicos de certas regiões – ao mesmo tempo que preserva a sua autonomia e independência face aos critérios comerciais e enaltece os valores identitários e culturais de um país (Mouzinho, 2009: 129). No entanto, a televisão de referência com uma programação alternativa aos operadores comerciais enunciada no Contrato de Concessão, não esteve de acordo com a realidade e, por isso, confrontando a grelha de programas da *RTP* com o que estava estabelecido no Contrato não se verificava, na prática, o cumprimento dos pressupostos instituídos que fariam da *RTP* uma verdadeira televisão de serviço público (Lopes, 1999b: 3; Cádima, 2002: 16-17).

Tratando-se da prestação de um serviço público, o Estado – encarando a sua responsabilidade no desempenho das funções de utilidade pública da televisão – sempre foi, no domínio da atividade televisiva, solicitado a ter uma intervenção de ordem técnica (desempenhado o papel de construtor de todas as infraestruturas que possibilitassem o acesso generalizado a toda a oferta televisiva), de ordem política (assumindo o papel de promotor da participação dos cidadãos na discussão de assuntos de interesse público e abrindo a antena a diferentes tendências políticas, sociais e culturais), de ordem cultural (respondendo às necessidades informativas, formativas e de entretenimento dos cidadãos, com especial preocupação para a promoção da cultura nacional) e de ordem jurídica (garantindo a concretização de um direito constitucional de qualquer estado democrático: o direito à liberdade de expressão e informação) no funcionamento da estação televisiva de serviço público (Lopes, 1999a: 134). E se à *RTP* se exige um serviço público de televisão, ao Estado compete ainda legislar, regular e fiscalizar alguns aspetos da atividade televisiva – procurando garantir que a *RTP* é, de facto, uma estação de serviço público – bem como garantir o financiamento de serviços e programas da televisão pública (Sousa, 1999: 124; Fidalgo, 2003: 31-34).

Em Portugal, o financiamento do serviço público de televisão, embora já tenha sido suportado de forma direta pelo Orçamento do Estado, atualmente é sustentado pela contribuição para o audiovisual, paga por todos os assinantes de um contrato de eletricidade, e pelas receitas comerciais próprias, através dos seis minutos de publicidade por hora permitidos à *RTP1* (Paulinho *et al*, 2016: 57-58). No entanto, o facto de o canal público ter

que depender financeiramente, em parte, do investimento publicitário acaba por ser encarado como um “constrangimento ou necessidade comercial, relegando determinados programas para outros horários ou anulando outras possibilidades de entrarem na sua grelha de programação”, que impede a televisão pública de “estar numa posição mais privilegiada em termos qualitativos e de se aproximar do seu papel e da sua vocação para um serviço mais orientado para os cidadãos e menos para os consumidores” (Brandão, 2007: 229-230). Outro aspeto que também desvirtua a natureza da *RTP* é a aplicação que faz do dinheiro público, já que, nos últimos anos, o operador de serviço público de televisão terá gastado 80% do orçamento total em estrutura e apenas 20% em conteúdos, negando a prioridade atribuída à produção de conteúdos de interesse público (Torres, 2016: 39).

Pelos motivos acima descritos, constatamos que a relação indissociável da *RTP* com o Estado é tão antiga quanto a estação pública de televisão, no entanto, à matriz criadora da *RTP* não esteve associada a noção de prestar um serviço aos cidadãos mas sim ao poder político, o que não inviabiliza que a estação, única a operar na altura, não tenha, também, servido os cidadãos em diversos momentos ao longo desse anos (Sousa *et al*, 2003: 76). Embora inicialmente fosse mais notória a instrumentalização da televisão pelo poder político – sendo encarada como um prolongamento do Estado e como uma ferramenta para tornar o Governo mais popular – o Estado nunca abdicou de impor a sua visão de interesse público à *RTP*, que acabou por ter de lidar com as acusações de ser alvo de manipulação política e de ter sido sempre mais uma televisão estatal do que uma televisão pública (Fidalgo, 2003: 29; Sousa *et al*, 2006: 113-114; Pinto, 2011: 257).

Ainda assim, a grande crise no serviço público de televisão chegou com a liberalização do mercado televisivo na medida em que a *RTP*, com uma progressiva aproximação ao serviço comercial, colocou em causa a sua identidade, legitimidade e, conseqüentemente, o financiamento de um serviço de televisão que deixava de zelar pelo interesse público (Mouzinho, 2009: 129).

O ambiente concorrencial – com a chegada dos canais privados – alterou o cenário televisivo e veio destabilizar os ideais de serviço público, assistindo-se à redução dos padrões de qualidade, ao aumento dos conteúdos sensacionalistas e a um impacto negativo na própria democracia na medida em que a televisão pública procurou satisfazer os desejos das audiências e não as suas necessidades (Léon, 2007: 81-82). O público estava rendido aos estímulos do entretenimento e da informação espetáculo e a *RTP*, que dificilmente evitava

sair da fatal corrida pela audiência e pelo *share*, tornava-se, cada vez mais, igual às estações privadas no que diz respeito às lógicas, gestão, grelhas, programas, critérios e preocupações. Este cenário favoreceu, em grande parte, o descrédito e a desvalorização do serviço público de televisão dado que os contribuintes, enquanto pagam por conteúdos de interesse público, assistem, na realidade, a um serviço idêntico ao prestado pelos operadores privados. Neste sentido, a *RTP* tem a obrigação de se orientar por critérios distintos dos de uma lógica puramente comercial que visa apenas a existência de audiências e a capacidade de captar publicidade paga (Sousa, 1999: 126; Fidalgo, 2003: 34; Pinto, 2011: 262)

Numa televisão de serviço público fará sentido exigir a compatibilidade entre uma programação de qualidade e elevados índices de audiência? Conciliar uma programação rentável e de qualidade nem sempre é possível, pelo que no âmbito de uma televisão que se dedique à prestação de serviço público, a grelha deve estar, principalmente, concentrada na defesa e promoção de conteúdos de interesse público (tais como os culturais, de divulgação, educativos, documentário ou ficção de autor) independentemente do *share* que consiga alcançar com esses conteúdos que, tipicamente, reúnem baixas audiências (Cádima, 2002: 17; Brandão, 2008: 2592). A *RTP* deve por isso abster-se de avaliar o desempenho dos seus diretores e administração apenas em termos económicos e ter, sobretudo, em consideração a rentabilidade social, cultural e de serviço no mercado de cidadãos – encarando a audiência não como mero produto ou mercadoria, mas antes como um conjunto de sujeitos e parceiros com um leque de papéis para além do de consumidor (Lopes, 1999b: 8; Pinto, 2003a: 43).

Os conteúdos transmitidos por uma estação de serviço público devem ser escrutinados segundo o seu interesse público e essa verificação – considerando que a *RTP* tende a classificar forçadamente telenovelas e reportagem como séries e documentários, respetivamente, para agradar à classe política – não pode ser feita apenas através de uma análise relativamente aos géneros e conteúdos emitidos mas sim mediante uma análise textual caso a caso (Torres, 2016: 39). Independentemente dos géneros televisivos que incorpore na sua grelha – e nenhum deve ser estranho à televisão de serviço público, devendo, inclusivamente, cultivar, com bom gosto e descomplexadamente, uma componente relevante de entretenimento que equilibre com emissões mais informativas e formativas – a *RTP* tem a obrigação de se afirmar pelo seu carácter de referência e exemplaridade, e de pôr a fasquia da exigência o mais elevada possível no que diz respeito “ao profissionalismo, às especificidades do discurso e estética televisivos, à capacidade de despertar interesse e de

alargar horizontes” (Pinto, 2003b: 16)

De um modo geral a programação de uma televisão que preste serviço público deve, por um lado, ser pensada de forma a proporcionar aos telespetadores uma informação com uma linha editorial diversificada, equilibrada, promotora de cidadania e que olhe para a atualidade do âmbito local ao planetário e do generalista ao especializado (o que nem sempre acontece numa estação privada), e, por outro, combater a ideia de que uma televisão de qualidade está apenas associada à sisudez e ao esforço e estímulo intelectual, encarando o papel do entretenimento enquanto fator relevante da qualidade de vida e elemento imprescindível ao equilíbrio individual (Pinto, 2003b: 18; Lopes, 2009b: 7).

As vozes críticas relativamente à programação da *RTPI* sempre se fizeram ouvir e, nos dias de hoje, isso não é exceção. Colocar a televisão pública no rumo certo implica reconhecer não só os problemas associados à diversidade da oferta, nomeadamente dos programas no âmbito do conhecimento e da cultura, mas também a alteração do próprio paradigma tecnológico que impõe que o serviço público de *media* caminhe, urgentemente, em direção a um serviço público de conteúdos – conteúdos concretos e de interesse público que possam ser consumidos em qualquer lugar e em qualquer ecrã (Lopes, 1999b: 4; Torres, 2016: 39; Cádima, 2017: 35).

Uma estação de serviço público não pode renunciar ao seu maior trunfo – o de ser diferente – e deve manter o balanço entre diferentes categorias de programação e reconhecer a necessidade de contra-atacar – em vez de rivalizar – a tendência de uniformização e mimetismo concorrencial das estações comerciais que dependem, cada vez mais, de menos géneros. A diversidade na programação, sendo um critério que confere qualidade à televisão pública, é de grande importância para uma estação que tem o objetivo de ser pluralista e a obrigação de servir uma audiência ampla, no que às suas características diz respeito (Fidalgo, 2003: 25-26; León, 2007: 84).

O serviço público de Televisão se for capaz de encontrar um lugar no novo contexto social, político, económico e tecnológico – provando a sua relevância, ao afirmar e fortalecer a ideia de serviço à comunidade; transformando-se num serviço, essencialmente, de conteúdos; primando pela inovação; resolvendo os seus problemas de financiamentos e redefinindo a sua relação com o público – ainda faz sentido junto dos cidadãos e fará sempre desde que definido nos termos adequados (Fidalgo, 2003: 38; Santos *et al*, 2016: 7).

Em Portugal continuam a impor-se, no debate sobre o serviço público de televisão,

alguns desafios nomeadamente ao nível da produção e distribuição de conteúdos alternativos, da necessidade de envolver os operadores com preocupações com a literacia para os *media* e, também, da constante atualização tecnológica. De facto, o conceito de serviço público de *media* parece ter vindo substituir o conceito de serviço público de televisão – olhando para os diferentes meios de comunicação de forma agregada e integrada – e, ao encontrar no mercado um número cada vez maior de operadores e cada vez mais dispersos, precisa de continuar a reinventar-se e a oferecer conteúdos *online* que promovam a prestação de um serviço distinto através de diferentes plataformas (Paulinho *et al*, 2016: 65; Santos *et al*, 2016: 8).

Num contexto de mudança, as exigências relativamente à eficácia das estratégias de (re)legitimação dos *media* públicos são ainda maiores no sentido em que o novo modelo de serviço público deve surgir com a sua legitimidade reforçada e com capacidade de responder às necessidades e exigências do interesse público e da cidadania. Por conseguinte, é de especial importância a consciência de que este processo passará pela distinção clara do modelo e dos conteúdos dos *media* públicos face à oferta dos operadores comerciais, caso contrário a legitimidade do investimento público no setor fica comprometida colocando em causa a própria existência do modelo (Cádima, 2016: 64-71).

Um serviço público de *media* deve, em suma, dirigir-se à grande comunidade de cidadãos e apostar de forma decisiva na qualidade, pluralismo e diversidade enquanto eixos basilares da sua ação, não devendo ceder à visão do *share* e dos níveis de audiência, incentivando as raízes e os valores culturais dos cidadãos – “salvaguardando a identidade nacional dos perigos que a globalização significa para a diversidade cultural” (Paulinho *et al*, 2016: 68) –, afirmando-se como visão alternativa face aos operadores privados e “garantindo o seu pleno funcionamento no mercado de cidadãos, ou seja, afastando-se da tentação de ser ‘uma janela aberta para o consumidor’ e passar a ser ‘uma janela aberta para o cidadão’” (Brandão, 2002: 76).

### **3. O interesse público e o interesse dos públicos**

O debate em torno daquilo que são conteúdos de interesse público tem sido recorrente, mas afigura-se como pouco pacífico e de difícil resolução. Se por um lado a audimetria nos oferece informações úteis, por exemplo, sobre os aparelhos televisivo que estão ligados e a que canal estão sintonizados, por outro, este método nada conclui quanto à apreciação

qualitativa da experiência televisiva que, neste caso, se mostra de especial relevância. Uma das características mais controversas do conceito de interesse público é o conflito entre os diferentes entendimentos do conceito que levam, muitas vezes, a que os “indivíduos que apresentam a sua perspectiva sobre o que é o interesse público sejam acusados de elitistas” no sentido em que procuram impor o seu gosto e os seus valores à maioria da população que pode, de facto, ter uma noção diferente daquilo que é, por exemplo o “bom gosto”, a “decência” ou o “bem comum” (Sousa, 1999: 127).

De um modo geral, na oposição entre interesse público e interesse do público, relaciona-se a primeira designação com “aquilo que importa saber” e, portanto, com “questões mais sérias e estruturantes daquilo que configura a sociedade”, enquanto a segunda está associada a uma “ideia de lúdico” e àquilo que, efetivamente, “agrada às audiências” (Lopes, 2006a: 85).

As televisões privadas, generalistas e temáticas, ainda vieram enraizar mais esta oposição no sentido em que – tendo em consideração que a sua rentabilidade está diretamente relacionada com o público que conseguem atrair e, logo, com as receitas publicitárias que obtêm – fizeram surgir uma lógica de funcionamento que não encara como uma prioridade a promoção e divulgação de conteúdos do interesse público e que vai ao encontro do interesse do público (Lopes, 1999b: 4).

As estações televisivas privadas perseguem, assim, estratégias de programação que se revelam eficazes em termos de captação do interesse do público e os atores do campo televisivo, nomeadamente os diretores de programas e de informação, encontram legitimidade para a programação apresentada nos elementos relacionados com os elevados índices de audiências e, desse modo, com a rentabilidade económica que estes proporcionam. No setor privado de audiovisual a fórmula subjacente a qualquer estratégia de engenharia de programação passou por “dar às pessoas aquilo que elas gostam de ver”, proporcionando-lhes programas populares e com lógicas *voyeurista* para, através disso, “solidificar audiências que garantissem substanciais retornos em receitas publicitárias” (Lopes, 2007b: 109).

Hoje, através dos conteúdos publicados pelos *media* nas suas plataformas *online* é cada vez mais acessível às redações a perceção do que tem mais interesse para a audiência. As métricas e análises *web* – que permitem ter acesso, por exemplo, à lista das notícias mais lidas, comentadas e votadas – vieram substituir a carta ao diretor – considerada a principal

ferramenta de interceção e de conhecimento da opinião dos leitores – e desta forma os diretores e editores têm agora acesso a uma informação mais detalhada que vem confirmar – e aprofundar – o fosso entre aqueles que são os conteúdos priorizados pelas estações (ou pelo menos deveriam ser, especialmente nas estações de serviço público) e aqueles que o público prefere. Esta que parece ser uma vantagem para os meios de comunicação, acaba por fazer emergir uma dissonância entre a lógica jornalística e a lógica empresarial, pois, se por um lado, os meios têm a possibilidade de garantir a fidelidade do público ao oferecerem apenas os conteúdos que satisfazem as suas expectativas, por outro, devem evitar guiar-se pela ditadura das audiências e reconhecer a sua responsabilidade enquanto estimuladores de um espaço de debate plural e de uma informação que possibilite a criação de uma opinião pública crítica (Masip *et al*, 2015: 128).

A informação, sobretudo com o surgimento da televisão, acentuou a tendência para a diversão e desvalorizou a sua componente de formação. A introdução da imagem e da cor contribuiu, de forma decisiva, para que a informação adquirisse elementos característicos do entretenimento e os conteúdos jornalísticos para o grande público passaram a ser, cada vez mais, adaptados à curiosidade informativa (Fidalgo, 1996: 8).

A informação, feita cada vez mais à medida da curiosidade informativa – onde não há espaço para explicações aprofundadas – tende a cumprir cada vez menos a sua função de formação cívica por dois motivos. Em primeiro lugar porque as questões essenciais da vida pública que possam suscitar o maior interesse público – assuntos que, tendencialmente, não suscitam curiosidade – acabam, dada a sua complexidade, por passar ao lado da grande informação. Em segundo lugar porque mesmo os assuntos de nítido interesse público são alvo de uma abordagem que tende a enquadrar os acontecimentos numa perspetiva micro, focada em elementos que captam mais facilmente a atenção da audiência e dando destaque a reações personalizadas, histórias de vida e casos particulares. O que se informa neste contexto são factos que dentro desses assuntos despertam alguma curiosidade e o que importa – o assunto de interesse público – fica obliterado (Fidalgo, 1996: 5).

Deste modo, verifica-se que existem diferenças claras entre um acontecimento de interesse público e o tratamento jornalístico de um acontecimento de interesse público. O tratamento jornalístico “imediatista, descontextualizado, repetitivo, não orientado para a problemática, mas sim para a própria ocorrência e, normalmente, assente em fontes de informação pouco diversificadas pode não se enquadrar na noção de interesse público” e

aproximar-se mais da lógica empresarial dos *media* (Soares *et al*, 2008: 2554-2556).

A informação tem uma faceta formativa e cívica e, por isso, não se deve limitar a dar conhecimento do que é de interesse público. Mais importante do que isso é suscitar nos destinatários da informação um certo posicionamento ou atitude e muni-los dos meios necessários para a participação na gestão da coisa pública (Fidalgo, 1996: 2). No entanto, antes de atingir esse objetivo é fundamental encarar os conteúdos de interesse público como uma prioridade editorial. As estações de televisão, com destaque para as que prestam serviço público, vêem-se confrontadas com duas realidades distintas: a necessidade de atenderem ao interesse público e, ao mesmo tempo, a preocupação em corresponder a determinados temas que visam o interesse do público. Nesta redefinição de identidade, os operadores de serviço público devem aumentar a exigência crítica face aos seus conteúdos jornalísticos e a sua responsabilidade pública – sendo rigorosos na seleção temática, mas também na prioridade e duração com que os temas são dispostos na ordem do dia – independentemente de quaisquer valores de audiências (Brandão, 2002: 75).

Numa sociedade em que se questionam setores fundamentais como a educação, a justiça ou a saúde e em que os grandes grupos privados dominam uma boa parte da vida nacional, torna-se imperativo que também a comunicação social e, nomeadamente, os “jornalisms” – hoje fala-se de “jornalisms” e não apenas de um único género de jornalismo, dada a coexistência de “informação serviço” e “informação produto” – sejam alvo de uma profunda reflexão a fim de redefinir os seus objetivos, fronteiras, métodos e deontologia (Ferreira, 2002: 126).

## CAPÍTULO II

### A INFORMAÇÃO E O JORNALISMO TELEVISIVO

#### 1. Os acontecimentos e as notícias

As notícias não se tratando de um conhecimento formal – como a física ou a química por exemplo –, nem se confundindo com o senso comum, constituem, ainda assim, uma forma de conhecimento. Apesar de incidirem sobre acontecimentos situados no tempo e no espaço, as notícias também se diferenciam da história no sentido em que, ao contrário desta, visam apenas acontecimentos isolados e não procuram relacioná-los com outros, a menos que tal associação se mostre fundamental para a compreensão do evento presente. As notícias têm, por isso, uma natureza efêmera – com limites de tempo próprios dependendo da sua importância e interesse – e deixam de o ser logo que a tensão provocada na audiência esvaneça e outro acontecimento se apodera da atenção pública. Para além de um caráter informativo, as notícias têm ainda o poder de iniciar um processo comunicativo entre os que as recebem que posteriormente à discussão e tensão provocadas pela diferença de opiniões e sentimentos face ao noticiado, tendem a confluir para um consenso ou opinião coletiva, a chamada opinião pública (Fidalgo, 2009: 227).

O trabalho jornalístico inclui o agendamento de determinados acontecimentos que são considerados relevantes para a produção noticiosa. As notícias impostas ao público são, geralmente, comuns aos vários órgãos de comunicação social e acabam por determinar a formação da opinião pública pois ainda que os diferentes meios optem por diferentes critérios de apresentação consoante a linha editorial que regula o seu funcionamento, a ideia transversal a todos eles é a transmissão de uma determinada ocorrência, de preferência polémica, de uma forma rápida e imediata. É neste contexto que se percebe que “os meios de comunicação não nos dizem como pensar”, mas oferecem antes “os assuntos sobre os quais devemos pensar” (Lopes, 2002: 122).

O papel do jornalista na transmissão da informação é, por isso, de especial importância e envolve, inicialmente, uma atitude recetiva minuciosa e abrangente – para permitir aos recetores secundários uma correta interpretação dos acontecimentos – e, posteriormente, o tratamento da realidade observada – selecionando os fragmentos mais importantes, sem perder o sentido da mensagem – e a sua codificação de acordo com as características e linguagem do meio (Canavilhas, 2001: 2). O jornalista não se limita, portanto, ao papel de

mediador entre os acontecimentos e os seus recetores, este profissional – que, mais do que uma testemunha que elabora um relato, é um ator social –, ao filtrar a realidade e apresentá-la sob a forma de um discurso próprio, informa, enquadra o acontecimento e confere-lhe um sentido (Lopes, 2002: 123).

O jornalista, descontextualizando inicialmente o acontecimento e, posteriormente, (re)contextualizando-o para o transformar em notícia, acaba por se afirmar como um agente ativo da construção e da estruturação social de determinada realidade (Santos, 1997: 158). Deste modo, considerando que a notícia “acaba por se manifestar na construção de um mundo possível e nos modos de interpretação e produção de sentido” (Brandão, 2011: 752) é de especial importância que a informação jornalística seja geradora de conhecimento.

O jornalismo afirma-se como uma atividade de busca de um sentido que nem sempre é dado e, por isso, deve ser construído. Assim, o jornalismo não deve privilegiar apenas “a observação, o estar lá, o ver ou dar a ver, o estabelecer o contacto entre vários discursos simultâneos e equivalentes”, deve também encarar como fundamental “a interpretação, a contextualização e a análise”, pois só nestas circunstâncias se poderá construir um sentido que faça emergir uma imagem da realidade (Baptista, 2003: 107-108).

A atualidade noticiosa é sempre uma seleção de acontecimentos – uma realidade mediada, criada e normalizada pela informação televisiva e afetada por fatores culturais, históricos e económicos – e, por isso, o filtro por onde passam os factos que acedem à visibilidade mediática deve refletir o mundo onde vivemos (Dunn, 2005: 140-141). No entanto, os avanços do jornalismo televisivo em direção ao domínio privado parecem não refletir uma maior transparência e proximidade com a realidade. Em vez disso, a informação, ao procurar explicar a realidade cada vez mais alicerçada na profusão das imagens e na escassez da palavra – fruto da atração do público pela hipervisibilidade –, acaba por surgir desligada de qualquer contextualização. Percebe-se, neste contexto, que nem sempre “o excesso de luz permite uma maior visibilidade, o que valoriza o discurso enquanto âncora imprescindível para aquilo que se vê” (Lopes, 2007a: 147).

A tarefa principal do jornalista é ver para lá dos factos e servir o público com uma “informação verídica através de um apego honesto à realidade objetiva”, enquadrando os eventos no “contexto adequado” e desenvolvendo “os elos essenciais da informação, sem criar distorções” pois só dessa forma pode fazer chegar ao público “um material apropriado que lhe permita formar uma imagem precisa e coerente do mundo” (Unesco, 1983). O

jornalismo, lidando com muitas ordens de verdade, “a verdade dos factos, a verdade das opiniões e juízos e a verdade das formas de expressão próprias da sua profissão” (Baptista, 2003: 108), não se esgota nem se limita à “escolha e à edição de informação, comentários e acontecimentos numa forma reconhecidamente diferente da pura forma em que ocorreram”, e envolve também a “verificação da validade, da verdade ou da representatividade das ações e das opiniões (Rudin *et al*, 2002: 5).

O jornalismo deve ser encarado, não como o espelho da realidade, mas antes como uma forma de conhecimento social que vai construindo o mundo em que vivemos (Vizeu *et al*, 1999: 59). Do processo produtivo da notícia – desde a captação do acontecimento, produção, edição e apresentação – fazem parte fatores como a cultura profissional e as características técnico-expressivas próprias de cada meio, que se constituem como “elementos fundamentais para determinação da reprodução da realidade social fornecida pelos *mass media*” (Wolf, 1995: 166).

A figura do jornalista como mediador entre a realidade e os recetores é de inequívoca importância no sentido em que ao procurar comunicar desde a melhor perspetiva – selecionando os fragmentos mais representativos da realidade, destacando e reordenando alguns aspetos – o jornalista assume quase que uma posição de manipulador que se revela indispensável como resultado da necessidade de apresentar a informação com clareza e perceptibilidade (Canavilhas, 2001: 3). Uma forma de perceber que o campo jornalístico se constitui como uma comunidade com um forte cariz interpretativo é, por exemplo, atentar nas semelhanças entre as narrativas que diariamente povoam os diferentes meios de comunicação fruto de “uma cultura, uma linguagem e uma identidade jornalística que convergem para a adoção de um determinado filtro ou maneira de ver e contar a realidade” (Baptista, 2003: 104), o que acaba por confirmar que estes profissionais mobilizam critérios de seleção, tratamento e narração de notícias baseados num conjunto de valores comuns com o objetivo de promover a democracia e a cidadania.

Os conteúdos jornalísticos só fazem sentido se auxiliarem o cidadão a integrar-se melhor na sociedade e se se manifestarem como um elemento essencial à formação cívica da comunidade. Neste sentido, os meios de comunicação social devem fornecer todos os elementos necessários, contextualizando as matérias essenciais, para que se desenvolva uma maior consciencialização sociopolítica na sociedade e os cidadãos possam gozar de uma correspondente capacidade de participação e de decisão em consciência e através do

conhecimento (Fidalgo, 1996: 1; Ferreira, 2002: 127).

As notícias são uma “parte inerente da vida social organizada” (Roshco, 1999: 33) e permitem aos indivíduos – que têm a necessidade de se informar sobre as atividades dos outros – ter conhecimento de tudo o que não experienciam de forma direta. Neste sentido, as notícias funcionam como “lubrificante da vida social que, especialmente em democracia, necessita da sua circulação para poder funcionar de modo adequado” (Gradim, 2015: 72), contribuindo para trocas sociais que acabam por criar a percepção de uma identidade grupal e garantir a coesão da comunidade.

A partir do momento em que são publicadas e se tornam um documento público, as notícias apenas são identificadas como tal, e só lhes é atribuído o verdadeiro valor de notícia, aquando da sua circulação social, ou seja, depois de serem comentadas, interpretadas e discutidas. As informações veiculadas pelos meios de comunicação social, “cingindo-se a acontecimentos que acarretam consigo mudanças e que exigem de algum modo um reajustamento de posição da sociedade” (Fidalgo, 2009: 227-228) devem atuar no seio da comunidade incitando uma ação ou atitude, o que reforça o cariz pragmático das notícias como indispensável à sociedade (Grudzinski, 2009: 7).

Nos dias de hoje, o facto de o público ter acesso facilitado a muita informação e, por vezes, saber mais do que os próprios jornalistas, alterou a forma de se fazer jornalismo. Ainda assim – e apesar das novas tecnologias que permitiram uma grande interatividade e a consequente participação de todos no processo jornalístico –, tal evidência não é sinónimo de que qualquer cidadão possa desempenhar as funções desse profissional da comunicação. “A ilusão do jornalismo cidadão assenta na confusão de informação acessível a todos com notícia”, algo que não pode ser confundido no sentido em as informações relevantes disponibilizadas por exemplo num *blog*, mesmo que acessíveis a todo o mundo, carecem de uma dimensão coletiva que só é conseguida quando um órgão de comunicação de natureza jornalística lhe confere um cunho noticioso. É nesse momento que a informação, apesar de ser a mesma, passa a estabelecer uma relação diferente com a sociedade ao adquirir “a especificidade de chegar à consciência social, de ser falada e discutida em diferentes contextos sociais”. O facto de uma informação estar disponível a todos não é condição suficiente para que se transforme em notícia, é também necessária uma “chancela social e um interesse público que leve o coletivo a dar-se conta dela, da novidade que traz, e a ajustar a opinião e a ação à nova realidade” (Fidalgo, 2009: 230).

Como o avanço dos *media* digitais e o maior acesso às novas tecnologias, tem-se vindo a erguer uma nova relação entre o jornalismo e os cidadãos, que antes surgiam afastados do debate público articulado pelos *media* (Vizeu *et al*, 2011: 331). Os processos informativos lineares característicos do jornalismo enquanto discurso unilateral – de produtores de notícias para consumidores de notícias – começam a ser substituídos por processos multilaterais que obrigam a uma redefinição dos papéis de quem faz ou dá as notícias e de quem as recebe ou consome (Fidalgo, 2009: 220).

Ainda assim, são muitos os jornalistas que demonstram alguma resistência em incorporar possíveis contributos dos leitores ou espetadores nos seus trabalhos, preferindo manter a clara divisão de tarefas em que uns informam e outros são informados (*Ibidem*). Muitos profissionais de comunicação ao adotarem uma posição pouco humilde e colaborativa – descurando os múltiplos contributos que chegam do público e considerando que a decisão do que é ou não notícia cabe apenas ao jornalista –, ignoram os novos desafios que se impõe diante da profissão e acreditam, nos dias de hoje, que a sua importância no mundo social se deve:

“ao facto de deterem um monopólio sobre os instrumentos de produção e de difusão a grande escala da informação e, através destes instrumentos, sobre o acesso dos simples cidadãos, mas também dos outros produtores culturais, cientistas, artistas, escritores, ao que por vezes se chama ‘o espaço público’, quer dizer, à grande difusão” (Bourdieu, 1997: 48).

O jornalismo, construindo “valores-notícia com base na investigação autónoma, na diversificação e confronto crítico de fontes” (Lopes, 2010: 229) bem como reconhecendo a sua centralidade no estabelecimento de visões do mundo, deve, ainda assim, acentuar a sua humildade e reflexividade.

## **2. A noticiabilidade, os valores-notícia e as políticas editoriais**

Considerando o paradigma dos *media* enquanto entidade que desempenha um papel ativo na construção da realidade, entende-se que o discurso jornalístico não transmite diretamente o significado inerente aos acontecimentos, construindo, em vez disso, a sua própria representação dos factos sujeita a constrangimentos intrínsecos à própria configuração do campo jornalístico, à sua interação com outros campos sociais e a um conjunto de exigências organizacionais que definem os critérios de seleção das notícias (Soares *et al*, 2008: 2548-2549).

Perceber de onde resultam as notícias e o que está por detrás delas passa por

compreender a intervenção dos jornalistas, editores, editores-chefes e chefes de redação na determinação do que é considerado noticiável (Correia, 2011: 79-80). Os estudos de Kurt Lewin (1947) e David Manning White (1950) desenvolveram o conceito de *gatekeeper* – que se refere ao agente que detém o poder de controlar a informação à medida que esta flui através de um *gate* (portão) – para estudar o sistema de filtragem de notícias instalado nos meios de comunicação social. A decisão do que poderia ou não atravessar esse portão – isto é, do que havia de ser noticiado ou não – seria tomada pelo *keeper* (porteiro) de uma forma mais ou menos arbitrária, sendo, por isso, a comunicação das notícias “extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (Soares *et al*, 2007: 6).

De um modo geral, exige-se a um determinado acontecimento o cumprimento de determinadas especificidades para que possa adquirir a qualidade de noticiável. Uma ocorrência deve, por exemplo, ter impacto nas pessoas e nas suas vidas para ser noticiada e quanto mais próxima for da audiência maior será a sua possibilidade de se transformar em notícia. Para além disso, contextos com uma conotação negativa – associados a conflitos, tragédias e catástrofes naturais – são, para os jornalistas, uma condição suficiente para serem noticiados bem como determinadas personalidades que, apenas pelo poder e influência que possuem, dominam a atenção dos meios de comunicação social. Outro fator que pode determinar a noticiabilidade de certo acontecimento é o interesse do público e, nestes casos, os atores da notícia tendem a ser pessoas desconhecidas da audiência mas pelo facto de estarem envolvidas em alguma circunstância invulgar são alvo de interesse mediático (Dunn, 2005: 141).

Ainda assim, deve destacar-se outro critério de seleção de especial importância – particularmente nos meios de comunicação que asseguram um serviço público de informação – que ajuda a determinar que certas notícias sejam dadas e outras omitidas: o interesse público. Por mais amplo que seja o seu sentido e por mais vulnerável que esteja a interesses particulares, ele permite não só “uniformizar os conteúdos informativos dos diversos órgãos de comunicação social” mas também imprimir uma faceta formativa que permite ao público a “integração na vida política, social, económica e cultural da sociedade a que pertencem” (Fidalgo, 1996: 2).

A noticiabilidade envolve um conjunto de elementos e critérios jornalísticos que permitem aos órgãos de comunicação social controlar e gerir os acontecimentos para

selecionar aqueles que serão noticiados. Neste processo, são atribuídos diversos valores às notícias, denominados valores-notícia, que permitem aos meios de comunicação a definição dos factos que serão noticiadas. Neste sentido, o jornalista quando avalia a noticiabilidade de determinada informação deve submetê-la, segundo Wolf (1995: 175-183), a quatro critérios, como o “grau e o nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento noticiável”, o “impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional”, a “quantidade de pessoal que o acontecimento (de facto ou potencialmente) envolve” e, por último, a “relevância do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação”.

O reconhecimento de que determinado acontecimento é noticiável implica a existência de determinados critérios de seleção – os valores-notícia –, ou seja, de uma escala de valores que permite avaliar o grau de possibilidade de uma ocorrência se transformar em notícia (Galtung *et al*, 1993: 63; Canavilhas, 2001: 3). Neste sentido, os jornalistas adquirem – através do treino e da pressão exercida pelos seus pares na sala de redação – “um saber instintivo que lhes permite identificar e hierarquizar a multiplicidade de acontecimentos que acontecem no mundo real” (Correia, 2011: 149). Existem diferentes abordagens para estudar os valores-notícia e enquanto alguns autores conceptualizam novos valores-notícias mediante a sua experiência e análise das notícias publicadas (Golding *et al*, 1979; Harcup *et al*, 2001), outros utilizam entrevistas e observações etnográficas (Schultz 2007; Dick, 2014). Há ainda os autores que, tomando como ponto de partida investigações prévias, produzem um sumário de novos valores (Harrison, 2006; O’Neill *et al*, 2009; Caple *et al*, 2013; Harcup, 2015).

Galtung e Ruge (1993: 63-69) definiram um conjunto de doze valores-notícia fazendo uma distinção clara entre aqueles que são independentes da cultura em que se verificam (os oito primeiros) e aqueles que são culturalmente determinados (os últimos quatro): a **frequência** (sintonia entre a frequência do acontecimento e a periodicidade jornalística); a **amplitude** (dimensão e intensidade de um acontecimento); a **clareza ou falta de ambiguidade** (acontecimento a noticiar terá de ser unidimensional, apenas com um significado); a **significância de proximidade e relevância** (o termo “significativo” associa-se à ideia de ser interpretável dentro da estrutura de significados da audiência); a **consonância** (os acontecimentos que se desviarem muito das expectativas existentes não serão registados); o **inesperado** (o carácter inesperado do acontecimento é um critério que parece corrigir os restantes, é o inesperado dentro dos limites do significativo e do

consonante); a **continuidade** (logo que algum acontecimento seja definido como notícia continuará a sê-lo durante algum tempo, mesmo que a amplitude seja reduzida); e a **composição** (os acontecimentos são escolhidas de modo a constituir um todo equilibrado). A estes valores os autores acrescentam ainda: a **referência a nações de elite** (quanto mais um acontecimento diga respeito às nações de elite mais existe a possibilidade de ser representado); a **referência a pessoas de elite** (proeminência do actor do acontecimento enquanto pessoa de elite); a **personificação** (as notícias têm tendência para apresentar os acontecimentos como protagonizados por um sujeito, uma determinada pessoa ou coletividade composta por algumas pessoas); e a **negatividade** (as más notícias tendem a ter mais impacto perante a audiência).

Independentemente do papel do jornalista e das características do meio, Canavilhas (2001: 3) admite também que existem critérios de noticiabilidade, assentes num conjunto de valores-notícia, que permitem a aplicação de uma prática de seleção estável ao mesmo tempo que favorece a uniformização do processo produtivo, entre eles especifica o **momento do acontecimento**, a **intensidade**, a **clareza**, a **proximidade**, a **surpresa**, a **continuidade**, a **composição** e acrescenta os **valores socioculturais** dado que a noticiabilidade pode variar de acordo com os padrões culturais vigentes. Para além disso o autor acrescenta ainda outras condicionantes, com especial relevo no meio televisivo, como por exemplo a **previsibilidade** (em jornalismo televisivo para que haja notícia tem de haver planeamento e, por isso, quanto mais previsível for o acontecimento, mais probabilidade tem de ser coberto); o **valor das imagens** (a imagem condiciona bastante o trabalho televisivo e uma boa história sem imagens não tem qualquer hipótese de ser noticiável); e os **custos** (o envio de uma equipa tem custos altos, por isso o fator económico tem um peso considerável na noticiabilidade de uma ocorrência).

Outro estudo levado a cabo por Harcup *et al* (2001: 278-279), entendendo o processo de seleção de notícias como uma das áreas mais relevantes dos estudos jornalísticos – descrevendo-o como tão ou até, por vezes, mais importante do que os próprios acontecimentos –, definiram que um acontecimento deve obedecer a pelo menos um dos seguintes requisitos para que seja selecionado para obter cobertura jornalística: **o poder das elites**; **celebridades**; **entretenimento** (histórias que permitam explorar o interesse do público relacionadas com drama ou com conteúdos humorísticos); **surpresa**; **más notícias** e **boas notícias** (histórias com particular conotação negativa ou positiva); **magnitude**;

### **continuidade e composição.**

Num trabalho posterior desenvolvido pelos mesmos autores é proposta uma análise e atualização dos valores anteriormente apresentados. Apesar de existirem algumas dúvidas quanto à capacidade de os *media* digitais desafiarem a agenda mediática, a verdade é que quer nestes meios quer nos meios tradicionais as más notícias continuam a ser um dos critérios de maior popularidade. Por outro lado, na informação *online* são mais raros os conteúdos relacionados com o poder da elite e mais recorrentes as notícias determinadas pelo fator entretenimento, no sentido em que tais histórias tendem a ser mais partilhadas nas redes sociais tornando, nesse sentido, o fator *shareability* de crescente importância no processo de seleção. Para além deste novo critério foram adicionados à lista apresentada acima fatores como a **exclusividade**, o **conflito**, a **relevância** (histórias sobre grupos ou países que se possam identificar com audiência ou serem-lhe histórica e culturalmente familiares) e o **audiovisual** (histórias que possam ser ilustradas por infográficos ou com conteúdos audiovisuais atrativos) (Harcup *et al*, 2017:1480-1482).

São os valores-notícia que permitem criar rotinas no trabalho jornalístico bem como a assegurar que as decisões relativas às escolhas tomadas pelos profissionais possam ser assimiladas como certas. No entanto, no processo de seleção da notícia os próprios critérios que delimitam a seleção de uns e a exclusão de outros acontecimentos podem sofrer alterações consoante as mudanças que ocorrem na esfera informativa. A avaliação de uma notícia não termina no momento da sua seleção aquando da sua passagem pelos filtros da redação. Até chegar à edição impressa ou ao alinhamento de um noticiário, a notícia é sujeita a uma avaliação constante e a sua disposição na página de jornal ou no alinhamento do serviço noticioso é, em suma, o reflexo do seu valor jornalístico (Soares *et al*, 2007: 5).

Perante a existência de valores-notícia que permitem identificar que uma história é boa – por obedecer a um conjunto de critérios como a atualidade, a relevância, a proximidade, a relevância, a notoriedade dos intervenientes ou o seu carácter de inesperado ou extraordinário – os jornalistas não decidem que não será necessário preocuparem-se todos com o mesmo assunto e “competem furiosamente pela revelação de mais detalhes, ignorando, por vezes, a principal missão do jornalismo: informar de forma objetiva e rigorosa os cidadãos para que estes possam formar a sua própria opinião sobre assuntos de interesse público” (Baptista, 2003: 105).

Por vezes os valores-notícia não são encarados apenas como o reflexo do tipo de

informação que os cidadãos precisam de ter acesso, refletindo também determinadas normas culturais e sociais combinadas com fatores de ordem económica. Neste sentido, as pressões comerciais podem também resultar na seleção de determinadas notícias sobretudo com base na percepção de que certos acontecimentos irão ser melhor recebidos por parte do público, fazendo prevalecer, nesse caso, determinados valores – talvez os menos sensatos – em detrimento de outros (Harcup *et al*, 2017:1473).

Em todo o processo que constitui as rotinas produtivas dos meios de comunicação social é possível distinguir três fases: a recolha de informação, a seleção e a apresentação final do produto jornalístico. Na primeira etapa as redações procuram o acontecimento com o auxílio das fontes de informação dos jornalistas, editores e produtores, ao mesmo tempo que são abastecidas por um número considerável de informações provenientes de agências de notícias e assessorias de imprensa. Ao chegar à redação as informações são submetidas à avaliação e seleção de vários profissionais, desde o produtor ao editor do noticiário, no sentido em que não existem recursos nem tempo para noticiar todos os acontecimentos. Deste modo, ao definir as notícias que irão compor um determinado noticiário são tomadas decisões e realizados diversos níveis de filtragem, sendo que a abrangência, ou seja, o universo das pessoas a quem a informação pode interessar, se tem tornado num dos critérios mais utilizados no meio televisivo, podendo conotar, por vezes, a notícia ao entretenimento e ao espetáculo (Soares *et al*, 2007: 6; Soares *et al*, 2008: 2548-2549).

Ainda que na cultura mediática contemporânea a emoção esteja associada a géneros de entretenimento – como os *talk shows* e *reality shows* –, ela tem conquistado cada vez mais espaço nos noticiários e alguns admitem mesmo que se tornou num novo valor-notícia, legitimando-a, dessa forma, como parte integrante da cultura jornalística. No entanto, ao afastar o jornalismo do seu enquadramento fundamental – entendido como elemento crucial para uma investigação objetiva e imparcial bem como para uma discussão racional –, e aproximando-o da emoção, o trabalho jornalístico tem sido cada vez mais discutido no contexto da comercialização ou tabloidização associando a emoção ao crescente aumento de valores como o sensacionalismo e o entretenimento (Pantti, 2010: 169).

Em Portugal há evidências de que os noticiários dos principais canais de televisão têm adaptado a sua recomposição do real às próprias audiências, preferindo abrir os boletins informativos com “notícias ‘choque’ de acidentes e catástrofes”, dos “problemas sociais” e do “desporto”, o que acaba por comprovar a crescente vertente “espetáculo” na informação

televisiva na busca da conquista de maiores audiências (Brandão, 2010: 41).

Atentando nas notícias de conotação negativa percebe-se que tendem a ser mais selecionadas porque, ao obedecerem melhor aos critérios de frequência, clareza, consonância, surpresa e inesperado, tornam-se mais aliciantes para o telespetador. Em Portugal é possível verificar estas políticas editoriais nos diversos noticiários que têm vindo, ao longo dos anos, a conferir especial importância e prioridade informativa a notícias de âmbito negativo dando primazia, através da seleção e produção noticiosa, a eventos geradores de emoção, dramatização e espetacularidade – “pondo em cena determinados acontecimentos e exagerando a sua importância, gravidade e o carácter dramático e trágico” (Bourdieu, 1997: 25) –, e descurando temas, de importância estratégica para o conhecimento e a formação da opinião pública, como os que remetem para as áreas da educação, artes e cultura, ambiente ou tecnologia e ciência (Brandão, 2008: 2593; Brandão, 2011: 760-761, Cádima, 2017: 35).

Num cenário em que “o bem do mercado e do espetáculo se sobrepõe ao bem social” e onde “a crescente encenação da informação tem tomado o lugar da sua contextualização” (Brandão, 2010: 36), torna-se notório que a prática jornalística, ao dar maior valor-notícia aos acontecimentos calamitosos – orientados por “critérios de seleção do inesperado, do insólito, do que é gerador de dramatismo, emoção e espetáculo” – do que aos geradores de conhecimento, está, sobretudo, “a reger-se perante uma visão mercantil da informação e do seu consumo pelas massas” (*Ibidem*: 52).

O jornalismo tem vindo a adotar, nos últimos anos o caminho mais fácil e, talvez, o mais perigoso, rasgando os limites da intimidade, promovendo o “voyeurismo”, perdendo de vista o “bem comum” e tornando-se obediente “às leis do mercado” (Lopes, 2004: 230). Esquecendo o comprometimento público perante os cidadãos – enraizado nas responsabilidades que o campo desempenha na “construção social da realidade” e nas “próprias dinâmicas sociais” – o jornalismo tem-se apresentado cada vez menos como um espaço para a “contextualização e explicação dos acontecimentos” (Brandão, 2002: 76) bem como para a divulgação de “visões educacionais e culturais geradoras de conhecimento” (Brandão, 2010: 30), aproximando-se, em vez disso, das “visões simplistas da realidade onde a ‘forma’ se sobrepõe ao ‘conteúdo’ informativo” e das tendências de valorização do “impacto afetivo”, e contribuindo, em suma, para a sobreposição do “bem de mercado e do espetáculo ao bem social” (Brandão, 2011: 751).

### 3. Jornalismo e *infotainment*

Num contexto em que a oferta televisiva se afirma como uma realidade apresentada por um conjunto de elementos específicos, os programas, que em conjunto formam um “macro discurso global”, a grelha de programação, a emissão de um determinado conteúdo encontrar-se sempre condicionada pela política editorial da respetiva estação mas, sobretudo, pelos programas que lhes são contíguos. Neste sentido, e porque têm vindo a ocupar um espaço considerável no interior das grelhas, os *reality shows*, principalmente emitidos pelos canais privados, influenciaram os restantes conteúdos televisivos, nomeadamente os formatos de informação que, “passando a insistir em assuntos quotidianos anónimos e privilegiando fontes anónimas em registo emotivo, distinguem-se cada vez menos das ‘novelas da vida real’” (Lopes, 2007b: 118).

Os noticiários, assentes numa lógica de mercado, parecem dar continuidade à lógica de fluxo da restante programação da televisão generalista, constituindo-se como uma porta de entrada no horário nobre, que se espera rico em audiências, e fazendo do jornalismo “um género minoritário onde cada vez menos se fará recurso à informação jornalística e cada vez mais a uma informação entretenimento, afastando-se de um jornalismo como meio de conhecimento” (Brandão, 2002: 75).

Para além das influências resultantes do facto de estar introduzida numa determinada grelha de programação e de ser orientada segundo diversas políticas editoriais, a informação televisiva está também sujeita a influências externas, sendo a política, a economia ou a religião alguns fatores que podem ser determinantes na produção noticiosa. A organização económica e competitiva da indústria televisiva tem afetado os seus conteúdos informativos e contribuído para que a televisão se tenha afirmado como um meio de descontração, sensações, prazer e entretenimento (Dunn, 2005: 142; Serrano, 2005: 60). Muitas estações de televisão, quando procuram investir na sua programação, estão dependentes de recursos financeiros, como as receitas publicitárias, que variam de acordo com o nível de audiências registadas. Neste contexto percebe-se a estreita relação de dependência entre as receitas comerciais e audiências bem como o papel que o fator económico desempenha no momento em que as estações optam por uma informação espetáculo mais apelativa como uma condição essencial para atingir determinados objetivos audimétricos (Altheide *et al*, 1976: 241; Canavilhas, 2001: 1; Brandão, 2008: 2596).

Aquela que foi uma das fronteiras consideradas como o garante da “integridade das

notícias e o símbolo da virtude do jornalista não se deixar seduzir pelas necessidades comerciais da sua organização” (Schudson, 2011: 144) – a fronteira entre a sala de redação e o departamento financeiro – parece estar a atenuar-se e a trazer para o jornalismo o risco dos seus profissionais se subjugarem às prioridades financeiras e abandonarem uma postura investigativa rigorosa, que, em último caso, pode inibir os jornalistas de desenvolverem determinadas investigações e, por exemplo, reduzir a probabilidade de se iniciar uma investigação sobre as práticas dos seus principais anunciantes.

Os jornalistas, tendo de trabalhar os conteúdos noticiosos de forma criativa e atrativa sem comprometer a informação enquanto bem público e estando, “permanentemente sujeitos à prova dos veredictos do mercado através da sanção do índice de audiência” (Bourdieu, 1997: 106), são muito propensos “a pensar em termos de sucesso comercial” e a adotar uma “mentalidade-índice-de-audiência” (*Ibidem*: 37).

O conhecimento do número de telespetadores sintonizados a cada minuto tornou a guerra de audiências uma realidade não apenas ao nível da programação, mas também em termos informativos. E se no que diz respeito às grelhas os trunfos são os programas apresentados, nos noticiários, sendo a matéria prima semelhante a todos os operadores, torna-se essencial “embrulhar os acontecimentos em papel de espetáculo (...) procurando no sensacionalismo e na rapidez, os ingredientes para fazer subir as audiências, mesmo que isso seja conseguido à custa de imprecisões” (Canavilhas, 2001: 8). A aposta em notícias leves, explorando a vertente lúdica de determinados assuntos e ignorando os problemas e complexidades de questões maiores, são também uma estratégia que permite atrair e reter as audiências nos seus boletins informativos (Altheide *et al*, 1976: 243; Patterson, 2003: 26).

Efetivamente, a função informativa do jornalismo parece ficar cada vez mais “dominada pela força do espetáculo” e por uma cobertura conduzida por uma lógica comunicativa “que faz mais apelo à emoção do que à explicação dos factos” (Lopes, 2002: 123), sendo prestada cada vez menos atenção à investigação cuidadosa, procurando explicar as verdadeiras causas de determinados eventos, e aplicados todos os esforços para transformar a informação em entretenimento como um imperativo para atrair a audiência (Altheide *et al*, 1976: 226).

A oposição entre razão e emoção tem permanecido evidente nas conceções dominantes de jornalismo sendo a informação associada a um campo onde impera o discurso objetivo e onde não há espaço para as emoções. Neste sentido, é comum haver uma clara distinção

entre o jornalismo de qualidade – mais orientado para a esfera pública e caracterizado por tópicos mais pesados e apresentados de forma crítica e racional – e o jornalismo popular que visa agradar a todos os setores da sociedade – público, anunciantes, governo e poder económico – explorando assuntos da vida quotidiana de interesse do público – insistindo numa cobertura noticiosa que privilegia a emoção acima da compreensão dos factos (Azeredo de Aguiar, 2008: 17; Pantti, 2010: 170).

O crescente valor atribuído às emoções nos noticiários – encarado como a decadência do jornalismo de qualidade e como a degradação da função informativa que os meios de comunicação possuem na sociedade – é uma resposta às forças de mercado que exigem uma maior atenção aos desejos da audiência. Neste sentido, considerando que os conteúdos de informação se encontram num pólo – sendo desenvolvidos com o objetivo principal de explicar as complexidades da sociedade, informando com objetividade, distanciamento profissional e com base em aspetos factuais – e que os programas de entretenimento se encontram no pólo oposto – desenhados segundo um estilo mais informal e pessoal em que a imagem e o espetáculo adquirem maior importância que a mensagem, que deve ser simples, leve e com tom emocional, com o intuito de distrair a audiência –, percebe-se que neste contínuo informação-entretenimento parece surgir, no atual contexto mediático, uma progressiva importância atribuída a géneros híbridos, os programas de *infotainment*, que, misturando elementos destas duas realidades, atribuem semelhante importância aos propósitos de informar e entreter (Brants, 2005: 50; Léon, 2007: 89).

A fronteira entre jornalismo e entretenimento nem sempre foi nítida e a sobreposição destes dois campos parece quase inevitável nos dias de hoje em que informar não significa apenas “fornecer a descrição precisa e comprovada de um facto jornalístico”, em vez disso, o público, como os seus “novos princípios de receber a informação”, exige que a notícia informe, distraia e também que lhe traga uma certa formação sobre o assunto apresentado – “agora, a notícia tem que ser *light*” (Dejavite *et al*, 2007: 2-4).

Estas notícias – as leves –, para além de serem menos associadas a questões públicas substantivas ou a perturbações significativas na vida quotidiana, são também descritas como menos distantes e institucionais e mais pessoais, familiares e sensacionalistas, centradas na personalidade dos atores da notícia e, sobretudo, baseadas em incidentes ou em histórias com um componente de interesse humano, sendo por isso também menos localizadas no tempo. Este tipo de conteúdos informativos – que não estando presentes de igual forma em todos os

*media* é evidente em todos eles – aumentou de forma significativa e tornou-se numa parte considerável da cobertura jornalística (Patterson, 2003: 22-25).

O segredo das notícias *light* está na sua capacidade de distrair o público – permitindo-lhe ocupar o tempo livre, sem o aborrecer –, de estimular e satisfazer as suas curiosidades e de facilitar as relações sociais – oferecendo temas de conversa do dia-a-dia como boatos ou notícias sobre celebridades –, através de uma narrativa simples, efémera, de fácil entendimento e fazendo uso de uma linguagem de entretenimento já que os seus principais recetores consomem informação nos momentos destinados à diversão e ao lazer (Dejavite *et al*, 2007: 6).

O fator entretenimento passou a constituir-se, assim, como “um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir os requisitos necessários para ser construído enquanto narrativa jornalística” (Azeredo de Aguiar, 2008: 16) e, deste modo, as orientações jornalísticas vão no sentido de relatar assuntos associados “ao curioso, ao insólito e ao imagetivamente impressionante” que, ao conquistarem espaço nos noticiários, transformam-nos num momento em que público em vez de se “informar sobre o mundo, surpreende-se com pessoas e coisas” (Dejavite *et al*, 2007: 5).

Os serviços noticiosos têm-se aproximado mais dos programas de entretenimento do que, propriamente, de um bloco de atualidades dos primórdios, sucedendo “ao rigor desprovido de protagonismo dos serviços noticiosos do passado, o espetáculo informativo dos nossos dias, pleno de cores e luzes, por onde vão espreitando tímidos apontamentos noticiosos mais sérios”. A própria evolução do formato em termos cenográficos é também reveladora disso mesmo, registando-se a “integração de elementos perturbadores, como luzes, formas coloridas e monitores espalhados pelo cenário, para desviar a atenção do espetador para o ecrã” (Saraiva *et al*, 2009: 157). Os noticiários apresentados por dois pivôs – que surgem em conversas descontraídas com os seus convidados – também passaram a ser recorrentes e os próprios apresentadores, assumindo “características de vedeta, comportam-se de acordo com esse padrão”, entrando no mundo da “cultura popular” e deixando de se afirmar como o “arquétipo da inteligência e independência” (Brants, 2005: 47).

Os pivôs apresentam-se, em parte, como atores cujo principal objetivo é conseguir que os telespetadores acreditem na informação por eles transmitida sendo para isso fundamental o “uso dos gestos, do rosto e da expressão verbal (volume, tom e ritmo de voz) para emocionar ou sublinhar as imagens que desfilam no pequeno ecrã”. Deste modo, “o riso após

uma notícia engraçada ou um ar afetado depois de um acidente, são algumas das expressões de um bom actor e, portanto, um bom pivô” que contribuem para uma maior espetacularização e dramatização em torno dos noticiários televisivos (Canavilhas, 2001: 7).

A novelização tem-se também tornado numa ferramenta que desperta a curiosidade informativa e, nesse sentido, ao fomentar a expectativa de notícias a partir de outras notícias, “ao jeito das telenovelas em que se ficam a aguardar os episódios seguintes e o súbito surgimento de elementos que possam alterar o rumo dos acontecimentos” (Fidalgo, 1996: 4), a informação torna-se cada vez mais sensacionalista e assente no valor do inesperado. A tendência dos serviços noticiosos é cada vez mais associada “aos conteúdos de interesse humano, às crónicas ‘negra’ e ‘rosa’, aos desastres e aos famosos” (Perales *et al*, 2011:123) e vai, portanto, “no sentido do predomínio de uma informação rumo à espetacularização e simplificação (...) através de técnicas primitivas de ficção televisiva” (Brandão, 2011: 747).

O objetivo da televisão passa por prender o espetador ao ecrã, dando prioridade ao insólito, ao excepcional e ao chocante, recorrendo a diversos elementos que concorrem para criar a espetacularização a que se assiste nos noticiários televisivos, como a seleção de dramas humanos, a reportagem/direto, a dramatização e os efeitos visuais (esforço de montagem e pós-produção, que permite manipular o acontecimento através da seleção das imagens mais elucidativas) (Canavilhas, 2001: 5).

Destes quatro elementos o autor destaca a reportagem/direto que, “tirando partido da emoção oferecida pelo repórter no papel de testemunha ocular do acontecimento”, transforma a informação em espetáculo ao criar a ilusão de transmitir à audiência “uma imagem do mundo mais completa do que aquela que o telespetador poderia obter se estivesse diretamente no local” (Canavilhas, 2001: 5-6). No entanto, neste processo é fundamental garantir a compreensão do discurso, através de um fio condutor perceptível a todos, procurando uma linguagem, não apenas simples, mas próxima da linguagem de rua, apelativa, nem verdadeira nem falsa (recorrendo a chavões e a frases algo ambíguas), tautológica (repetindo a mesma ideia várias vezes), hiperbólica (utilizando um discurso detalhado e exagerado) e com a abolição da sintaxe (criando neologismos que procuram simplificar a mensagem).

A linha editorial que se inclina para o *infotainment* tem tomado conta dos noticiários, invadindo os seus alinhamentos com narrativas sensacionalistas referentes a problemas da vida amorosa ou escândalos envolvendo autoridades e celebridades, mas também acidentes,

catástrofes ou problemas sociais (Brandão, 2002: 73; Azeredo de Aguiar, 2008: 21-22). De um modo geral, valorizando o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza mais racional, preferem-se os assuntos “nacionais às temáticas internacionais, sobrepõe-se a vida quotidiana à política e privilegia-se o cidadão comum às fontes oficiais de informação” (Lopes, 2008: 45).

As notícias são hoje diferentes do que há várias décadas surgindo, à medida que a competição entre os meios de comunicação se foi intensificando, um novo jornalismo, na forma e no conteúdo, no sentido do entretenimento, do sensacionalismo, do chocante e do exagero, centrado no mercado, no *infotainment* e nas notícias leves e orientado para o que interessa à audiência e não para o que a audiência precisa de saber. Alguns autores (Patterson, 2003; Dejavite *et al*, 2007 e Pantti, 2010) admitem, ainda assim, que este tipo de conteúdos pode trazer vantagens para a sociedade não só porque “algumas notícias leves contêm elementos úteis aos cidadãos, nomeadamente, sobre segurança, saúde e assuntos semelhantes” (Patterson, 2003: 21-22), mas também pela capacidade que têm em “atrair um público para as notícias que, de outro modo, não se preocuparia em assistir ou ler sobre políticas económicas ou governamentais, ficando, por isso, ainda menos informado” (Dejavite *et al*, 2007: 12-13). Pantti (2010: 179) acrescenta ainda que as próprias narrativas que apelam às sensações e emoções podem ter como objetivo aumentar o conhecimento da audiência em matérias políticas e sociais, ao facilitar a compreensão e entendimento das notícias.

No entanto, estes tipos de notícias são “base fraca para um programa de informação” no sentido em que – mesmo que tornem a informação mais interessante, “atraindo pessoas que consideram as notícias mais agradáveis quando possuem um toque de drama pessoal” – elevadas doses de notícias leves – mergulhando o público em entretenimento e distraíndo-o com incidentes marginais – podem enfraquecer a audiência e ter, de tal forma, custos significativos para a democracia que “o contributo que as notícias podem ter para a qualidade de vida em sociedade fica diminuído” (Patterson, 2003: 33).

A hegemonia da televisão no espaço público tem vindo a substituir a cultura baseada na discussão racional por uma cultura da imagem “onde o entretenimento toma a dianteira em todos os espaços, incluindo os informativos e noticiosos” (Gradim, 2015: 75), com consequências sérias não só para a comunicação cívica, mas particularmente para a comunicação e campo políticos que passaram a ser apresentados segundo enquadramentos

desajustados, centrados nos aspetos visuais e de estilo dos atores políticos e com “a imagem e o *sound bite* a adquirirem maior importância do que a informação, a substância e o diálogo” (Brants, 2005: 43). Torna-se, por isso, fundamental combater o tratamento da política à luz dos seus impactos espetaculares e apresentar aos espetadores uma informação refletida e contextualizada através de “novas posturas” que favoreçam o “desafio educativo” e que acentuem “os valores positivos e de progresso, geradores de conhecimento para os cidadãos” (Cádima, 2010: 99). Só mediante uma “limpeza dos serviços informativos” de grande parte das notícias trágicas geradoras de emoção, dramatização e espetacularidade, “onde o drama humano é explorado até à saturação”, o telespetador poderá voltar a encarar os serviços noticiosos como um produto informativo de referência (Canavilhas, 2001: 10).

Ainda assim, uma abordagem mais conciliadora encontra espaço num modelo misto, com um jornalismo dependente, em parte, do Governo (orientado para a esfera política), do mercado (ligado às preferências da audiência) e, ainda, parcialmente ligado a si próprio, isto é, aos valores e cultura distintos do jornalismo, garantindo o distanciamento necessário das exigências do Estado e do mercado para desempenhar as suas funções (Schudson, 2011:145).

#### **4. Os serviços noticiosos em televisão: o imediatismo do jornalismo televisivo**

A televisão é o *medium* mais enraizado no quotidiano da comunidade portuguesa e despenha por isso, nos dias de hoje – apesar da televisão generalista ter perdido audiências nos últimos anos –, um papel fundamental enquanto fonte de informação para a maioria dos cidadãos portugueses (Obercom, 2014: 4; Obercom, 2015: 5). Mesmo considerando que o acesso a notícias através das redes sociais está a aumentar de forma considerável, as consultas por esta via têm, na maioria dos casos, como fonte principal grandes organizações noticiosas, nomeadamente as televisões (*Ibidem*).

A confiança e acessibilidade da informação televisiva deriva, em grande parte, das próprias regras da produção televisiva que, apelando ao envolvimento do público, são concretizadas “na sua força para reunir fontes, no número de notícias que transmite e na facilidade de compreensão dos assuntos que dominam a atualidade” (Sá, 2019b: 172). Os noticiários da televisão generalista, “agregando diariamente cerca de três milhões e meio de espetadores e apresentando-se como um dos conteúdos televisivos mais vistos da programação síncrona” (Sá, 2019: 66), podem ainda ser considerados como um momento importante no vínculo social criado pela televisão no sentido em que o telespetador “se

agrega a esse público potencialmente imenso e anónimo que vê em simultâneo, e mantém, por esse mesmo facto, uma ligação invisível, especular e silenciosa” (Wolton, 1994: 124).

O jornalismo para além de ter um papel decisivo na realização de rotinas e na transmissão e produção de conhecimento aos cidadãos bem como a “capacidade de moldar a consciência coletiva e promover a mudança social contribuindo para a disseminação alargada de valores na sociedade a partir dos espaços noticiosos” (Gradim, 2015: 73), é quem, “no contexto da seleção dos acontecimentos que transforma em notícias, bem como na importância e seleção dos seus critérios e opções temáticas dominantes” (Brandão, 2008: 2593), desenha os contornos da realidade social, tornando-se, desse modo, no “árbitro do acesso à existência social e política” (Bourdieu, 1997: 15). Neste contexto a televisão, numa altura em que começa a dar sinais de perda da grande audiência a que outrora se acostumou, tende a incorporar cada vez mais a participação das audiências produtoras de conteúdo e a “trazer para si visões mais subjetivas dos seus públicos para integrarem a construção da realidade levada a cabo, até há pouco tempo, quase hegemonicamente pelos profissionais da informação noticiosa” (Sá, 2019b: 172).

A importância da cobertura televisiva de um dado acontecimento por parte de canais generalistas resulta das “grandes audiências servidas por este meio, incomparavelmente superiores às abrangidas pelos jornais”. Não é, portanto, por mero acaso que, por exemplo, as campanhas eleitorais são organizadas em função dos horários e formatos televisivos, criando para o efeito “cenários e eventos que constituem ocasiões para uma ‘boa cobertura televisiva’” (Serrano, 2005: 62).

A estrutura de um jornal televisivo implica uma organização no tempo, enquanto a edição impressa de um jornal está, necessariamente, organizada no espaço. Neste sentido, o leitor tem no formato impresso um agregado diverso e numeroso – com acesso a um conjunto mais alargado de notícias, reportagens ou crónicas do que aquelas que pretende ler – escolhendo, desse modo, os conteúdos de acordo com os seus interesses e disponibilidade. No noticiário televisivo o telespetador não dispõe de tal liberdade e os conteúdos informativos são selecionados, elaborados e organizados – formando um todo coerente e equilibrado que permita estimular o interesse da audiência até ao fim – de tal forma que só se tornam inteligíveis quando acompanhados na sua totalidade (Vizeu, 2002: 8).

Para além do facto do jornal conferir ao público um maior poder de escolha – face à variedade de assuntos que tem à sua disposição – quando comparado com os serviços

noticiosos – em que a decisão sobre os conteúdos a que o público acede cabe apenas aos jornalistas e editores –, em televisão verifica-se ainda que os noticiários tendem a proporcionar uma visão monolítica dos acontecimentos levando o recetor a aceitar a informação que lhe é transmitida como verdade absoluta, muitas vezes devido à velocidade do fluxo informativo que impossibilita o telespetador de descodificar os conteúdos veiculados (Soares *et al*, 2007: 2).

No meio televisivo a informação é tanto visual como auditiva, enquanto no jornal é apenas visual. Deste modo, a “narrativa escrita” do jornal, predominantemente impessoal e procurando “ocultar qualquer traço da pessoa que escreve” (Vizeu, 2002: 8), dá lugar a uma informação que, em televisão, se apoia, sobretudo, na “narrativa falada” enfatizando uma “voz pessoal” e onde “o rosto, o corpo, a postura da pessoa e os seus gestos são partes integrantes do produto informativo”, transformando-se, nesse sentido, os repórteres e apresentadores em “artistas da informação” (Vizeu *et al*, 1999: 61).

Todos os dias, às 20 horas da noite, na maioria das casas portuguesas, a televisão está pronto para os noticiários e “após os genéricos, começa o espetáculo: estão lá o(s) *pivot(s)*, o logótipo da estação, a mesa, o oráculo, o *ticker* (conhecido pelo espectador como rodapé), o pictograma, e ainda, como *background*, a redação em funcionamento” (Saraiva *et al*, 2009: 150). A notícia em televisão empresta muito mais força ao espetáculo com o intuito de “seduzir o telespetador” não só para “cativar e manter a audiência”, mas também para que este, mesmo no ritmo frenético a que a informação lhe chega, consiga compreender a informação transmitida (Vizeu *et al*, 1999: 61; Vizeu, 2002: 9). Sem tempo para aprofundar as notícias, o jornalismo televisivo, explorando o lado espetacular dos acontecimentos e mostrando apenas um resumo dos principais eventos do dia, torna-se superficial, fragmentado e, sobretudo, centrado nas imagens sendo, por isso, o valor das mesmas um critério de tal forma condicionante que “uma boa estória sem imagens tem poucas hipóteses de se tornar notícia” (Serrano, 2012: 216).

Os meios de comunicação ao reconhecerem que o telespetador se sente cada vez menos recompensando com a qualidade da informação produzida, mas sim pela “descarga de adrenalina que essa informação lhe provoca” (Rebelo, 1993: 664), tendem a deter uma especial preocupação em organizar os seus produtos informativos seguindo a tendência do espetacular, recorrendo a imagens fortes e temas informativos carregados de elevada carga emocional, para chamar a sua atenção e estabilizar a audiência.

A televisão, beneficiando do facto de não haver “nenhuma narrativa, falada ou escrita, por mais detalhada que seja, que consiga ser tão próxima e tão concreta como uma imagem”, torna-se no meios mais apto para satisfazer a curiosidade informativa do espetador. Enquanto as palavras designam conceitos, representações gerais, as imagens tendem a ser mais intuitivas, facultando ao espetador representações particulares, e nesse sentido, aquando da ocorrência, por exemplo, de “uma catástrofe ou de um escândalo na imprensa”, o público está mais interessado em ver “as imagens da catástrofe, dos danos causados, ou das pessoas envolvidas no escândalo em frente às câmaras de televisão” do que num artigo de jornal “com uma narração abstrata, que pouco ou nada lhe diz, referindo os números, as estatísticas e as causas ou consequências do sucedido” (Fidalgo, 1996: 6).

A tendência natural da televisão é de cada notícia ter por base imagens e por isso este meio recorre, por vezes, a imagens de arquivo que de algum modo possam estar relacionadas com o assunto noticiado e mesmo que tal procedimento possa levantar algumas questões quanto à distorção da notícia, “a necessidade de fornecer imagens continua a ser superior à objetividade nua das palavras” (*Ibidem*). Este imperativo transforma em notícia, mesmo que sem qualquer valor informativo, tudo aquilo de que há “boas imagens” e tende a desvalorizar acontecimentos dos quais não se dispõe de imagens.

O poder emocional da imagens é tal que elas “tendem a revelar a verdade sem qualquer explicação” (Pantti, 2010: 175) e nesse sentido “o semblante, o tom de voz, a forma como uma figura pública presta declarações aos órgãos de comunicação, podem revelar mais do que aquilo que é dito, elementos só cabalmente captados pela televisão” (Fidalgo, 1996: 7).

A credibilidade da televisão está sobretudo, ainda que não de forma exclusiva, associada ao facto de trabalhar com imagens, algo que o público se habituou “a identificar como ícones, substitutos perfeitos do referenciado, e como se de signos naturais se tratassem, de significação unívoca e insuscetível de confusão interpretativa”, incomodando-se, por isso, raras vezes “com considerações sobre a edição, enquadramento, montagem e contextualização que toda a imagem comporta” (Gradim, 2015: 73).

No entanto, a imagem do noticiário televisivo – sendo, por norma, polissémica – fornece apenas uma parte do sentido, não podendo, por isso, ser “considerada como um universo fechado isento de interpretação” (Serrano, 2012: 218). As imagens televisivas são “um suporte saturado de sentido” e, desse ponto de vista, compreendê-las sem correr “o risco de perda de sentido na massa das informações” implica uma descodificação e análise

obrigatórias tendo em consideração que “não se está perante uma imagem mas por um fluxo de imagens em movimento”, que “a esse fluxo de imagens se junta o som/áudio, isto é, a música, os ruídos e os discursos” e, ainda, que “há cada vez mais imagens dentro das imagens, como incrustações, mensagens linguísticas (textos) no ecrã, logótipos e outras imagens eletrónicas, que o sobrecarregam” (*Ibidem*: 219). As notícias não podendo, por si só, “suportar a mediação do mundo que o jornalismo televisivo nos fornece”, exigem sempre ao telespetador uma “experiência prévia e uma contextualização”, sob pena de se promover apenas “a superficialidade da informação e os seus efeitos visuais, que pretendem mais atrair a atenção do espetador do que sustentar a assimilação do conteúdo noticioso” (Godinho, 2011: 273-276).

Assume-se que o fluxo vertiginoso de informação visual a que se assiste nos noticiários resulta, em parte, da transposição das práticas da internet para os ecrãs televisivo – dado o imediatismo que as redes sociais têm vindo a proporcionar. Ainda assim, a televisão tem mantido algumas das suas características, como a intimidade e proximidade, principalmente através do direto, transferindo para o espetador a “sensação da experiência do real ou da proximidade do mundo distante” (Sá, 2015: 153). Esta ideia, de que a televisão em direto se traduz na “sensação de proximidade ao acontecimento e imediatismo” continua a vingar na atualidade e a ser “uma das dimensões mais simbólicas da televisão” (*Ibidem*: 147), verificada não só na transmissão dos grandes acontecimentos, da informação noticiosa ao entretenimento, mas também no facto das televisões generalistas se esforçarem por manter, nos dias de hoje, as emissões de uma parte significativa das suas grelhas de programação – cerca de 12 horas diárias – ao vivo, uma característica essencial dos primórdios da televisão.

São as informações transmitidas em direto que mais satisfazem a curiosidade informativa do telespetador e, por isso, “se está a acontecer, é preciso que se saiba, quanto mais rapidamente melhor e o melhor mesmo é saber no imediato, assistir em direto ao facto da notícia” (Fidalgo, 1996: 3). A única maneira de garantir a perfeita atualização das notícias são os canais que transmitindo informação 24 horas por dia – onde todo o momento da emissão é um momento de informação – e noticiando os acontecimentos em direto têm a capacidade de satisfazer a curiosidade informativa do telespetador. Para que tal aconteça, “o jornalista precisa apenas de estar lá, no sítio e no momento certos, equipado com os seus artefactos técnicos que lhe permitem captar as imagens, os sons, os factos, e difundi-los rapidamente, de preferência no momento em que ocorrem” (Baptista, 2003: 109).

As estações televisivas têm, deste modo, recorrido a vastos e longos diretos – obrigando a grandes logísticas – para concretizar o ideal de transparência prometido, não só pelas imagens, mas, mais do que isso, pela transmissão das imagens – dos acontecimentos – em tempo real. Ainda assim, esta opção tende – nos dias de hoje – por um lado a “transformar todos os factos em potenciais acontecimentos, apenas pela magia do direto e pela sua capacidade de mergulhar o telespetador na angustia e expectativa” (Jost, 2015: 17) – criando a sensação de que o próprio modo de transmissão prevalece sobre o conteúdo transmitido – , e, por outro, levado à “divulgação precipitada de informações não confirmadas que muitas vezes se contradizem nas edições ou emissões seguintes sem sequer cumprir os rituais de reconhecimento do erro” (Baptista, 2003: 109).

No discurso televisivo, embora o telespetador acredite estar perante a verdade absoluta, o que ele está, de facto, é “perante a verdade da representação” na medida em que não tem acesso ao mundo “através da experiência ou do conhecimento, mas através dessas representações”. Os diretos televisivos onde, numa “perspetiva da realidade dominada pelo presente”, se tende a “privilegiar a novidade dos acontecimentos” – trazendo ao telespetador “a máxima visibilidade” mediante imagens que devem “perder ao máximo a sua complexidade” para serem assimiladas pelo “máximo da audiência” – e a confundir a “realidade com a atualidade”, são o reflexo do novo tempo mediático assente na “instantaneidade e na velocidade a que a informação circula” e em que tudo parece estar acessível (Brandão, 2008: 2597).

O mundo corre a grande velocidade e por isso em televisão, com fontes de informação cada vez mais profissionalizadas nos “ritmos cronometrados do trabalho jornalísticos” e com os meios tecnológicos de que lhe permitem “cruzar lugares longínquos e encurtar intervalos de tempo entre o acontecimento e a respetiva mediatização”, a tendência é para noticiar acontecimentos ainda em desenvolvimento (Pinto *et al*, 2009: 119-123). Este dinamismo, e a procura do público por informações atualizadas em permanência, desafia os próprios jornalistas no sentido em que, por um lado, são pressionados a publicar as notícias o mais rápido possível para não correrem o risco que outros órgãos de comunicação divulguem as mesmas informações em primeiro lugar e, por outro, enfrentam um dilema questionando-se se devem, privilegiando o fluxo vertiginoso da informação, publicar informações abdicando da devida verificação das mesmas através de várias fontes credíveis (Hancherick, 2011: 18).

Em televisão o índice de audiências tem a capacidade de exercer um efeito

determinante que se traduz na “pressão da urgência” que toma a forma de uma “concorrência pelo furo, para ser o primeiro” (Bourdieu, 1997: 39). Esta concorrência tende a homogeneizar os conteúdos no sentido em que obriga, muitas vezes, as estações de televisão a “cobrir determinados eventos porque a concorrência os cobriu” (*Ibidem*: 32). Nas redações de informação “para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram” (*Ibidem*) e, por isso, os jornalistas leem-se uns aos outros, utilizam o *clipping* como instrumento de trabalho, e falam “do que ‘eles fizeram e nós não fizemos’ e que devíamos ter feito – sem discussão – porque eles fizeram”, favorecendo a formação de “uma espécie de jogo de espelhos refletindo-se mutuamente” (*Ibidem*: 33). Este mecanismo de circulação circular da informação descrito por Bourdieu provém do facto de “as pessoas que nos são encarregadas de informar serrem informadas por outros informantes sobre o que merece ser transmitido” (*Ibidem*: 35), conduzindo a uma homogeneização de informação com consequências ao nível do fechamento mental e censura “tão eficazes – mais eficazes mesmo, porque o seu principio é mais invisível – quanto os de uma burocracia central, de uma intervenção política expressa” (*Ibidem*: 34).

A submissão à urgência revê-se, ainda, no imediatismo que impera no meio televisivo que, tendo de discutir as questões de forma célere, privilegia os *fast-thinkers*, “pensadores que supostamente pensam em velocidade acelerada”. Estes “falantes obrigatórios” e “*habitués dos media*” – que propõem “*fast-food* cultural, alimento cultural pré digerido e pré pensado” – só se sujeitam a estas condições muito particulares “em que mais ninguém consegue pensar” – dada a relação negativa entre velocidade e pensamento – porque, “ao que parece, eles pensam por ‘ideias feitas’”, aceites por todo o mundo, banais, comuns e convencionais, contribuindo para um argumento e discurso televisivo pobre e num registo superficial que impede a discussão aprofundada das questões (Bourdieu, 1997: 39-41).

Em Portugal, a abertura do mercado aos operadores privados na década de noventa foi o reflexo de que a diversidade prometida deu, na verdade, lugar à uniformização das grelhas de programação, a “menos diversidade e pluralismo na informação” (Cádima, 2017: 34) e a um estreitamento de foco nos espaços noticiosos “com o declínio do noticiário internacional, ênfase no *fait-divers*, nas notícias locais facilmente novelizáveis e, não poucas vezes, na autopromoção” (Gradim, 2015: 70). Para este cenário contribuíram não só as alterações económicas e de mercado, mas também a evolução tecnológica que, tendo afetado a televisão em geral, alterou, sobretudo, as condições da produção jornalística.

Os jornalistas, que durante muito tempo “cultivavam uma distância profissional dos públicos e fontes”, estão agora inseridos numa rede na qual todas as distâncias entraram em colapso criando um cenário propício ao eclodir de um jornalismo televisivo integrador, tornando-se “cada vez mais poroso às atividades das audiências” que se manifestam, com maior notoriedade, na cocriação de conteúdos “que resultam num hibridismo de imagens produzidas por profissionais e por amadores” (Sá, 2019b: 161-163). É certo que o jornalismo “só o é se e enquanto existirem jornalistas para o institucionalizar e formalizar” e não deve, por isso, trabalhar ao sabor “de vontades isoladas de membros do público”, no entanto, também não pode, ainda que com a autoridade da verificação e da editoria que lhe compete, “continuar a ignorar o pensamento e a vontade da maioria” nem ser imune à influência das “tendências que o novo mundo das audiências ativas está a criar” (*Ibidem*: 167).

Atentando nos noticiários televisivos e nos seus alinhamentos é notória a crescente utilização de imagens recolhidas por pessoas alheias à redação que, “não correspondendo ao cânone das imagens profissionais de televisão”, têm tido a capacidade de adquirir o “estatuto de transparência do real” anteriormente detido pelas imagens recolhidas por repórteres de imagem profissionais. Esta evidência deve-se ao facto dessas imagens, registadas por testemunhas dos eventos, possuírem duas características fundamentais: realismo e autenticidade. Torna-se, assim, impossível negar ou escamotear a “força do espetador na produção noticiosa audiovisual” no sentido em que “uma parte importante das imagens dos acontecimentos mais fraturantes da história recente da humanidade está a ser recolhida por pessoas que não fazem parte das equipas profissionais das organizações”, bastando para isso atentar em alguns dos acontecimentos mais marcantes deste milénio como o tsunami no Oceano Índico (2004) ou os ataques terroristas em Nova Iorque (2001), em Madrid (2004), em Londres (2005) bem como todos os outros que mais recentes têm assolado vários países no continente europeu (Sá, 2019b: 179-180).

A televisão “já não é o novo e mais recente meio”, no entanto, também “já não é o que foi, e ainda não é o que será”, está em constante mudança e isso parece significar que está ainda – e particularmente na área da informação e jornalismo – a absorver o impacto das tecnologias digitais e da mobilidade na produção televisiva (Gradim, 2015: 71). No entanto, o que o jornalismo televisivo, uma das áreas mais atingidas pela revolução digital, parece já ter percebido – e encarado como um forma de “enriquecer a experiência de ver televisão” (Sá, 2019b: 171) – é que a “presença ativa do espectador na produção e emissão

de conteúdos é fundamental para que este género se mantenha popular e credível” (Sá, 2015: 165), ainda que tal implique do jornalista um escrutínio adequado dos conteúdos amadores.

Numa era da exponenciação da informação bem com da sua fragmentação, se aos jornalistas continua a ser exigida a verdade e transparência no processo de construção e divulgação da notícia, as mesmas exigências não se aplicam aos cidadãos. A possibilidade de o público informar e ser informado sem a mediação do jornalista é uma nova realidade, no entanto isso não significa que a importância do jornalismo seja menor. É precisamente neste contexto que o papel dos jornalistas profissionais deve ser encarado ainda com maior seriedade. O jornalista, não sendo o único elemento na mediação da informação, é ainda a figura central que, assegurando a credibilidade e responsabilidade social que lhe compete perante a multiplicidade e a divergência de informações disponíveis, dispõe de um conjunto de competências que passam pelo rigor, pela verificação dos factos e pela atribuição de relevância às fontes e aos acontecimentos, que lhe permitem guiar o público na profusão de informação e servir de mediador entre os protagonistas da notícia e a audiência (Fidalgo, 2009: 230; Pires *et al*, 2013: 561; Sá, 2019b: 177-178).

A televisão tem tido a capacidade de, ao longo dos anos, afetar a experiência do mundo ao proporcionar guias de referência que auxiliam o telespetador a enquadrar as suas interpretações e respostas face a múltiplas questões do quotidiano. Deste modo, o jornalismo televisivo, pelo seu poder de visibilidade e representatividade, deve ser encarado como um dos principais “veículos de conhecimento e promoção de produção de sentido sobre a realidade existente no nosso quotidiano”, e por isso a sua missão passa, também, por contribuir para a construção de uma realidade social “pública e coletivamente relevante” imune às visões simplistas que tendem a privilegiar “a forma em detrimento do conteúdo” e a “racionalidade em detrimento do espetáculo e da encenação da informação” (Brandão, 2011: 747).

Ainda que o jornalismo se afirme como um meio fundamental para regular o comportamento dos cidadãos no quotidiano, a sua prática parece oscilar sempre entre “o bem social e o bem de mercado, a racionalidade e a afetividade, o serviço e o espetáculo” (Mesquita, 2002: 121). O jornalista, sabendo que o “telespetador desvia a atenção do que está a ver num noticiário com muita facilidade”, é tentado a produzir um discurso que seja isento de “obscuridade e ambiguidade” e, sobretudo, apelativo para que possa manter as audiências e, desse modo, o “negócio publicitário da televisão generalista”. Esta “armadilha

das audiências”, um dos estímulos mais perigosos nas mãos de um profissional que deve preocupar-se, em primeira instância, em informar “segundo parâmetros de qualidade, honestidade e isenção” (Pires *et al*, 2013: 562), acaba por evidenciar as fragilidades das fronteiras entre as “funções manifestas e as funções latentes da comunicação social” (Mesquita, 2002: 121).

Deste modo, os noticiários televisivos devem manter-se “longe das valorizações espetaculares, dramáticas e emotivas de encarar a informação” para que possam, de forma adequada, continuar a promover o “verdadeiro exercício de cidadania”, a recuperar “valores comunitários” e a determinar “as formas de orientação da atenção pública e da agenda dos temas dominantes que reclamam a atenção e a hierarquização da sua relevância” (Brandão, 2011: 747-753).

## CAPÍTULO III

### O JORNALISMO DESPORTIVO

#### 1. A afirmação do desporto nos *media*

Até ao início do século XX a única forma de fazer parte de um evento desportivo, nomeadamente um jogo de futebol, era ser praticante da modalidade ou assistir ao encontro num estádio. Esta realidade alterou-se à medida que o interesse neste tipo de eventos se disseminou da imprensa para a rádio que, nos seus anos de ouro, elevou a um patamar distinto a ideia de espetador de futebol. Este *medium* permitiu intensificar o encontro entre a modalidade e o público bem como ampliar o número de pessoas que podia assistir a um evento desportivo em regime de simultaneidade através dos primeiros relatos de futebol ao vivo na rádio – que aconteceram em Londres em 1927 –, e, posteriormente, com as primeiras emissões intercontinentais dos jogos do *Campeonato do Mundo de Futebol* de 1938 (Azeredo de Aguiar *et al*, 2010: 57; Cashmore, 2010: 359-361; Gouveia, 2018: 11).

Muito devido às características do próprio meio que, através do relato radiofónico – “um dos principais géneros pelo qual a rádio passou a mediar o futebol” –, davam a “impressão de presença” no local dos acontecimentos e permitiam ao ouvinte desfrutar de um momento de entretenimento – experienciando as “emoções de um jogo em sincronia com o tempo” e testemunhando “algo em constante suspense” –, a utilização deste meio de comunicação para ouvir o relato de eventos desportivos foi de tal forma expressiva que passou a figurar como um dos mais “proeminentes hábitos auditivos de lazer na nova era da eletrónica” (Gouveia, 2018: 12).

Ainda que esta ação da rádio tivesse sido bem recebida por parte dos adeptos, do lado dos dirigentes dos clubes existia a dúvida se a mediatização dos jogos poderia difundir a popularidade da modalidade e dos clubes ou, pelo contrário, se afastavam os espetadores dos estádios que tinham agora outra forma de aceder ao jogo em direto. Neste sentido, para compensar possíveis perdas na venda de bilhetes as emissoras de rádio, especialmente nos EUA, ficaram obrigadas a pagar aos organizadores dos eventos desportivos taxas sobre os direitos autorais das suas performances, aquilo que mais tarde viriam a ser os direitos de transmissão (Gouveia, 2018: 13).

O primeiro passo para o casamento entre a televisão e o futebol surgiu em 1954, já depois da modalidade ter resistido à *II Guerra Mundial*, com a transmissão das primeiras

imagens televisivas, ainda que apenas a nível local, dos jogos do *Campeonato do Mundo* na Suíça. Dez anos depois vislumbrou-se o que seria um evento desportivo global através da cobertura mediática com a transmissão transnacional dos *Jogos Olímpicos de Tóquio* que, com o êxito da transmissão a cores, acabariam por acentuar o interesse nos conteúdos desportivos, cada vez mais atraentes enquanto espetáculo televisivo. A televisão e o desporto desenvolveram desde logo uma ampla e significativa relação sendo que a transmissão destes eventos desportivos contribuiu para o salto evolutivo do audiovisual (Silva, 2006: 57; Haynes *et al*, 2017: 88; Gouveia, 2018: 14).

Mais do que qualquer outro meio de comunicação a televisão foi capaz de desempenhar um papel determinante não só no “financiamento do desporto profissional”, mas também na “promoção e expansão do futebol à escala planetária”, transformando as competições desportivas de elite, a partir do início do século XXI, em “autênticos espetáculos mediáticos internacionais” (Gouveia, 2018:15). O *Campeonato do Mundo de Futebol* tornou-se o acontecimento desportivo mais aliciante para as estações televisivas de todo o mundo – mais do que qualquer outra competição como os *Jogos Olímpicos*, os *Europeus de Futebol*, a *Volta a França* ou o *Super-Bowl* – por ter a capacidade de reunir muitos milhares de espetadores nos estádios, mas também centenas de milhões por todo o planeta através das transmissões televisivas (Silva, 2006: 58).

“Não é possível identificar uma única característica do futebol como a responsável por transformar a modalidade naquilo que é hoje: o desporto mais praticado e visto do planeta” (Azeredo de Aguiar *et al*, 2010: 57). A sua padronização, procurando objetivar e unificar a modalidade, bem como a criação do órgão máximo responsável pelo futebol, a *FIFA*, em 1904 parecem ter sido passos importantes para a dimensão alcançada pela modalidade (*Ibidem*). No entanto, a televisão, reconhecendo que o futebol sempre foi um desporto de massas “catalisador de paixões e de frustrações intensas”, foi um dos *media* que melhor aproveitou esse fenómeno e acabou por acentuar a visão da modalidade enquanto “motivo de culto”, levando a que, por vezes, os muitos milhões de adeptos “tocados por um fanatismo a roçar a doença, pusessem em perigo alguns princípios estruturantes de uma sociedade equilibrada, como a ordem pública e o civismo” (Cancela, 2006: 23).

Cada período histórico teve o seu *medium* dominante e, nesse sentido, foi na imprensa escrita que se estabeleceu inicialmente a relação entre os meios de comunicação e o futebol – desempenhando um papel importante na organização e divulgação das competições

desportivas –, depois na rádio – que contribuiu para a divulgação da modalidade a uma escala nacional – e, posteriormente, na televisão. Cada meio, ainda que de forma diferente, fortaleceu as relações entre os *media* e o futebol, no entanto, a televisão destaca-se pelo seu papel impactante “na promoção e divulgação do futebol na sociedade, sobretudo na forma como este evoluiu de um passatempo marginal social para uma característica do quotidiano”, constituindo-se hoje o “cerne do ‘complexo *media/futebol*’” e transformando-se no meio “mais popular de acompanhar os grandes eventos desportivos” (Gouveia, 2018: 28).

O futebol antecede a sua representação televisiva e esta é apenas uma parte do conjunto de experiências no vasto mundo futebolístico. No entanto, o *Campeonato do Mundo de Futebol* é um dos maiores exemplos que vem provar que nos dias de hoje o futebol existe, em grande medida, através da televisão e, nessa perspetiva, é “difícil imaginar o futebol sem pensar em televisão”. Esta competição tem-se tornado também no “melhor exemplo de espetacularização televisiva do desporto” dado que na sua exploração pela televisão se celebra “um tempo global que não é imaginável a partir da representação televisiva de qualquer outro produto cultural ou de qualquer outro acontecimento social” (Neves, 2006: 96-97).

Até ao aparecimento da televisão e à generalização das transmissões desportivas, um jogo de futebol, acompanhado nos estádios de forma interativa, sempre teve “uma indelével marca de entretenimento” e nesse sentido a complicada tarefa da televisão foi sempre a de “tentar ‘levar’ o telespectador ao estádio, de procurar fazer sentir, através da voz do narrador e das escolhas do realizador, aquilo que se passa no retângulo de jogo e em toda a zona envolvente” (Silva, 2006: 54). Deste modo, a narração e transmissão de uma partida de futebol, ainda que por vezes possa contradizer a noção clássica daquilo que deve ser um trabalho jornalístico, tende a ser marcada pela emoção e por uma componente de espetáculo.

A televisão não se transformou, porém, num “simples meio de aceder ao jogo de futebol”, tendo contribuído também para a transformação daquilo que é o jogo de futebol. Neste contexto, enquanto os “homens do desportos se movem desinteressadamente para perseguir como único fim a celebração do desporto em si mesmo”, a televisão tem, ao longo do tempo, acumulado e renovado “os interesses do jogo” e transformado “a bola em prisioneira da televisão” (Neves, 2006: 98-99).

O casamento entre desporto e meios de comunicação de massa parece cada vez mais impossível de desfazer e no que diz respeito ao futebol esta ideia ganha ainda mais força

tendo em consideração os lucros e a riqueza que gera quer para clubes, federações e estações televisivas, quer para um conjunto alargado de outras empresas (Flores, 2004: 65; Azeredo de Aguiar *et al*, 2010: 53). Os canais de televisão foram responsáveis por, em nome das suas transmissões, sacrificar tradições ao alterar os calendários e os horários dos encontros, transferindo-os da tarde para o horário nobre televisivo, por vezes ao domingo, prejudicando os adeptos que pretendiam assistir aos jogos nos estádios (Tiesler *et al*, 2006: 331).

A tendência global do futebol tem sido a opção pela mediatização em detrimento do espetáculo ao vivo e, por isso, especialmente a partir da década de 80 – aquando privatização dos direitos de transmissão – o “espetáculo televisivo parece estar acima de tudo, ao ponto de vermos estádios novos cujas cadeiras multicolores também servem o propósito de fazer parecer as bancadas cheias, mesmo que o recinto esteja vazio” (Coelho *et al*, 2006: 536). Se em Portugal, até meados dos anos 80, o futebol, ainda que uma atividade, em grande parte, localizada e de voluntariado, já detinha uma considerável atenção social, a partir dessa altura, com a profissionalização do setor, veio a instalar-se na modalidade uma importância socioeconómica proveniente do “aumento fulminante do consumo de desportos através dos meios de comunicação social” (Viseu, 2006: 89).

As audiências conquistadas através dos jogos de futebol e, sobretudo, a “tendência de crescimento e expansão dos lucros decorrentes da comercialização” dos direitos de transmissão dos encontros da modalidade – com as emissoras a pagarem cada vez mais para ter futebol nas suas grelhas de programação – têm vindo a evidenciar a “intensa relação entre televisão e futebol” e, dessa forma, o “prestígio do futebol enquanto produto televisivo” (Azeredo de Aguiar *et al*, 2010: 61).

O relatório *Deloitte Football Money League*, que todos os anos apresenta a lista dos vinte clubes mais lucrativos do mundo – identificando os montantes da receita provenientes dos direitos de transmissão televisiva, da venda de bilhetes e de outras receitas comerciais resultantes da venda de *merchandising*, patrocínios e publicidade –, mostrou que na época 2018-2019, com a exceção dos cinco clubes mais lucrativos – em que, pela dimensão que obtêm nos seus países, a comercialização de *merchandising* é ainda responsável pela maior parte das suas receitas –, a componente da receita que teve mais peso foi, de forma expressiva, os direitos televisivos que representam entre 44% e 71% da receita operacional dos clubes (Deloitte, 2020: 9-53).

Embora nenhuma equipa portuguesa faça parte dessa lista, em Portugal a realidade

parece ser a mesma e clubes como o *Sport Lisboa e Benfica (SLB)*, *Sporting Clube de Portugal (SCP)* ou *Futebol Clube do Porto (FCP)* também dependem muito das receitas provenientes dos direitos de transmissão televisiva. No caso do *SLB*, se na época 2010/2011 esta componente da receita correspondia a 30% dos ganhos (enquanto a venda de bilhetes valia 40%), na época 2018/2019 a venda de bilhetes representou para o clube apenas 23% da sua receita e a venda dos direitos de transmissão 61% (*SLB, Futebol SAD, 2019: 31*). Já no *SCP* e *FCP* este tipo de receitas correspondeu, também na época 2018/2019, a 40% e 24% dos seus ganhos, respetivamente, sendo que no segundo caso o valor é menor em virtude do peso, nas contas do clube, dos prémios recebidos pela participação nas competições da *UEFA* (*SCP, Futebol SAD, 2019: 100; FCP, SAD, 2019: 8*). Atentado na *Federação Portuguesa de Futebol* percebe-se que a principal fonte de receita é também os direitos televisivos das competições sob a sua alçada, no valor de 36,5 milhões de euros, que corresponderam a 45% dos seus ganhos em 2018 (*FPF, 2019: 89-115*). No que respeita ao órgão máximo do futebol mundial, a *FIFA*, em três anos aumentou em dez vezes o valor recebido pelos direitos televisivos, passando de 240 milhões de euros, em 2015, para 2300 milhões, em 2018, que representam 55% da receita total do organismo (*FIFA, 2019: 100*).

O desporto é hoje um setor de atividade económica e, se por um lado os direitos de transmissão televisiva permitem avultadas receitas aos clubes e federações, por outro, as “audiências do desporto” passaram, de tal forma, a ter um “lugar cativo nas grelhas de programação televisiva”, que os dois setores – futebol e televisão – se têm, ao longo dos anos, “misturado, influenciado, condicionado e potenciado” (*Viseu, 2006: 89*).

Em Portugal basta atentar nos números das audiências ou nas tiragens dos jornais para perceber a preponderância do futebol na sociedade (*Coelho et al, 2006: 521*). No caso da imprensa escrita, ainda que Portugal seja um país marcado por reduzidos índices de leitura, existem três jornais desportivos diários – com cerca de 90% das suas páginas dedicadas ao futebol – com uma tiragem, no seu conjunto, significativa quando comparada com a dos jornais diários generalistas. Em termos televisivos os números são ainda mais expressivos e todos os anos no topo da lista dos programas mais vistos da televisão portuguesa estão os jogos de futebol que envolveram a Seleção Portuguesa de Futebol ou os chamados três grandes do futebol português em partidas entre si ou em competições europeias, alcançando, sistematicamente, a liderança nas audiências televisivas nacionais (*Pinheiro, 2012: 26*).

O futebol português sempre foi apreciado pelos adeptos do futebol internacional, no

entanto “a ideia generalizada, fora de portas, de que Portugal é um país de futebol” é mais recente, remonta ao *Euro 2004*, e hoje o país é reconhecido no estrangeiro “pelo futebol e respetivas celebridades”. Em Portugal, os números das audiências televisivas, da circulação dos jornais desportivos ou a omnipresença do tema nas conversas quotidianas, evidenciam, mesmo para aqueles que não partilham um interesse especial pela modalidade, “a importância e o impacto social do futebol na sociedade portuguesa”. Os *media* têm conseguido congrega parte da atenção pública no futebol e, com isso, agravado a “tendência de ‘futebolização’ da sociedade portuguesa” que se manifesta, em grande parte, na “generalização da utilização de palavras e expressões típicas do universo do futebol – o chamado ‘futebolês’, desenvolvido por ação do jornalismo desportivo – na linguagem quotidiana, nos discursos políticos, nos *media* e nas dimensões mais diversas da vida social” (Coelho *et al*, 2006: 519-520).

A paixão pelo futebol transcende as fronteiras de qualquer país e é, por isso, uma parte importante da cultura em todo o mundo (Wanta, 2012: 76-78). O entretenimento de massas em que o futebol se transformou trouxe harmonia à sociedade e assistir a um jogo de futebol através da televisão “transformou-se numa autêntica celebração coletiva feita de modo individual” (Flores, 2004: 66), permitindo a milhares de pessoas, apesar de terem pouco a uni-las, comunicar e partilhar algo que têm em comum. As modalidades desportiva, nomeadamente as mais populares, têm um papel social fundamental no “desenvolvimento de uma ideia de nação e consolidação do vínculo nacional”, bem como na “reprodução das próprias identidades locais e regionais”, possibilitando “formas de participação ativa que não encontramos em muitas outras dimensões sociais” (Lopes, 2003: 94).

Ainda que Portugal não seja o único país em que “o futebol tem um papel importante na construção, reprodução e imaginação da chamada identidade nacional” – e a prova disso é que o hino nacional cantado em coro nos estádios, “não sendo fácil lembrar outros locais e momentos em que atualmente se cante o hino nacional em coro”, demonstra importância da modalidade em termos de celebração da nação um pouco por todo o planeta –, o nosso caso destaca-se porque faz parte do conjunto de países em que “a produção da identidade nacional está eminentemente concentrada no futebol” (Coelho *et al*, 2006: 523).

“Basta apontar o exemplo português do *Euro 2004*. Por esses dias, o país viveu um ‘tsunami’ nacionalista e todos sentiram um súbito orgulho em ser portugueses. Não houve uma retoma económica, o desemprego e a inflação não baixaram, não se esbateram desigualdades sociais, mas os portugueses andavam mais otimistas. Portugal cobriu-se de bandeiras (que continuaram nas janelas de todas as cidades, vilas e aldeias muitos meses após a final do *Euro*) e encheu os pulmões e o coração com um nacionalismo virado para o apoio à Seleção. Os estádios tiveram

quase sempre lotações esgotadas, mas nem era necessário tirar bilhete para a festa. As viagens da Seleção Nacional de Alcochete (onde decorria o estágio) para Lisboa ficaram célebres: milhares de adeptos saudavam a Seleção nas estradas; acompanhavam o autocarro da equipa a cavalo, de moto ou até mesmo de barco, como acontecia durante a travessia da ponte Vasco da Gama. A emoção continuava no estádio, com o vermelho e o verde a cobrirem as bancadas e o hino nacional cantado em uníssono por milhares de adeptos” (Silva, 2006: 55).

Como se percebe, a importância do futebol em Portugal não pode ser “compreendida apenas pela sua dimensão objetiva e estatística do espaço que ocupa nos *media* e nas conversas quotidianas”. A sua influência e impacto noutras áreas da vida social parece ter também uma dimensão simbólica crucial enquanto “indicador seguro da ‘qualidade’ e ‘competência’ do país e seus habitantes” (Coelho *et al*, 2006: 522).

Para os meios de comunicação, e muito particularmente para os jornalistas desportivos, a transmissão de uma grande competição de futebol a nível internacional, como o *Mundial* ou *Europeu*, é o momento mais exigente e desafiante do ano em que todos os profissionais envolvidos no evento devem procurar, através de programas e reportagens, “transportar os telespectadores para o terreno” dando-lhes a conhecer não só “o orgulho, as dúvidas, as análises, os sentimentos e as ambiguidades dos jogadores, técnicos e dirigentes”, mas também “as ansiedades, as alegrias e as tristezas dos que conseguiram bilhete” (Mendonça, 2006: 28). No entanto, para os profissionais de comunicação as grandes competições futebolísticas começam muito antes do seu arranque oficial no sentido em que exigem o desenvolvimento de um conjunto de conteúdos que – nos dias que antecedem os primeiros jogos vão “mostrando jogadores, técnicos, dirigentes e cidades que, de uma forma ou outra, promovem o desporto-rei e criam uma tensão só descarregada durante a competição” – têm como objetivo alimentar o interesse dos adeptos e telespetadores (Cancela, 2006: 26).

Enquanto Portugal está presente nas provas, apesar de serem os jogos da Seleção a marcar a atualidade, a cobertura noticiosa vai para além dos noventa minutos de jogo e é necessário, e obrigatório, “transmitir o ‘antes’, que se desenrola nos bastidores, o ‘durante’, aproveitando todos os dispositivos tecnológicos disponíveis para abordar os lances numa multiplicidade de ângulos, e o ‘depois’, numa procura incessante de reacções que permitam interpretar e ler o encontro que se acabou de transmitir” (Cancela, 2006: 25).

Na cobertura de um evento desta dimensão os meios estão concentrados na Seleção Portuguesa, mas exige-se também que jornalistas e repórteres de imagem tenham a capacidade de surpreender o telespetador com “histórias bem contadas, reportagens ou entrevistas” não só em torno “das celebridades em que o mundo do futebol é fértil”, mas

também “dos milhares de adeptos que acompanham os craques”. Deste modo, percebe-se que na cobertura televisiva de um *Mundial* ou *Europeu* de futebol exige-se um cuidado acrescido naquilo que se considera ser o interesse do espectador e o número de meios necessários, no sentido em que todas as decisões envolvem sempre a mobilização de equipas de reportagem, de produtores e “um trabalho duro, 24 sobre 24 horas, onde a gestão da equipa é um dos fatores fundamentais para o sucesso do trabalho” (Sobral, 2006: 33).

O investimento feito pelas estações televisivas na transmissão destas competições – que para além de dinheiro, envolve importantes recursos humanos – só valoriza a sua programação se os jogos forem enquadrados num conjunto de conteúdos que lhes são marginais, mas que promovem o evento em toda a sua plenitude. Deste modo, na televisão portuguesa a postura para tornar a grelha “cativante, não só para o adepto fervoroso do futebol, mas essencialmente para o habitual consumidor de televisão” tem sido o encontro entre “informação pura e dura e a programação de entretenimento”, ainda que “cada uma das áreas respeite o espaço distintivo da outra” (Cancela, 2006: 25).

Em Portugal, a popularidade do futebol – e aquilo que é a sua capacidade particular em definir a agenda mediática, em alguns casos em detrimento de questões políticas centrais – ficou evidente, sobretudo, quando no final do *Europeu de 2004* foi conhecida a decisão do então Primeiro Ministro, Durão Barroso, resignar ao cargo para assumir a presidência da *Comissão Europeia*. Este episódio acabou por gerar alguma controvérsia quanto à sua escolha para ocupar o seu lugar, no entanto, apesar do assunto de ter sido debatido numa esfera reduzida da imprensa escrita, as estações de televisão continuaram a dominar os seus noticiários com as imagens de união da competição futebolística (Boyle *et al*, 2005: 241).

O futebol, mesmo nos momentos em que não existe nenhuma grande competição que envolva a Seleção Portuguesa, continua a ter uma importância social e mediática apreciável tendo em consideração que é um dos principais temas tratados nos serviços noticiosos da televisão generalista portuguesa, a par dos assuntos relacionados com a política nacional ou com questões sociais, surgindo muitas vezes, segundo uma lógica comercial das audiências que determina os alinhamentos dos telejornais, como forma de captar telespetadores (Brandão, 2002: 73-75). Deste modo, é na “competição e rivalidade interclubista que o futebol conhece maior popularidade e centralidade social em Portugal”, com destaque para os três principais clubes que, pelo poder simbólico que detêm, atraem adeptos, dominam as conversas quotidianas e disputam a atenção mediática, sendo os momentos mais

determinantes de cada jogo destes clubes – como uma crise de resultados, uma vitória expressiva, uma decisão controversa da arbitragem ou uma declaração mais polêmica de um dirigente ou treinador – um motivo de destaque informativo (Coelho *et al*, 2006: 523).

No campo mediático português o futebol estende-se para lá dos 90 minutos de jogo – principalmente quando estão envolvidos um ou mais dos três grandes do futebol português – e os meios de comunicação dedicam grande parte da semana a antever as partidas que se vão jogar na jornada seguinte ao mesmo tempo que comentam as incidências daquelas que se acabaram de jogar. A opção de todas as estações generalista tem sido, desde a década de 90 – primeiro nos seus canais generalistas e depois nos temáticos de informação –, a aposta em programas de debate futebolístico com um formato simples e que desde cedo alcançou grande popularidade – em que existe um moderador, o único a quem é exigida isenção, e três comentadores residentes, “com conhecidas ligações a um dos três principais clubes nacionais e dos quais é esperada uma apaixonada defesa dos interesses da sua equipa” –, sendo vantajoso para várias partes, nomeadamente para a estação televisiva que conquista elevados índices de audiência com estes formatos, que se assumem como as principais âncoras de programação em horário nobre, para “a indústria do futebol que retém horas de publicidade gratuita” e para os próprios comentadores que, ao conquistarem uma considerável notoriedade mediática, se tornam, em alguns casos, “mais conhecidos que os próprios jogadores ou dirigentes desportivos que colocam no centro do debate” (Lopes *et al*, 2011: 338-339).

Este formato tem conseguido afirmar-se – em grande parte devido ao seu “guião dramaturgicamente construído em torno de conflitos, contrastes e de um absurdo dos gestos e palavras dos atores desportivos” (Viseu, 2006: 92) – quer em termos de audiências, quer em termos de polémica no mundo do desporto como “um caso impar no panorama audiovisual português” (Lopes, 2000b: 96). Estes programas revelam a aposta da televisão em conteúdos que atraem altos índices de audiências e em atores e convidados que reúnem elevado interesse do público, o que por vezes – especialmente quando a referência é o futebol, “um campo que coloca, de um lado, a emoção e uma profunda afirmação identitária e, do outro, a razão de mercado” – leva o público a relacionar-se com a informação veiculada enquanto consumidor e não como cidadão e espetador crítico (Lopes *et al*, 2011: 331-332).

## **2. A agenda mediática desportiva: o jornalista e as fontes de informação**

A origem dos conteúdos jornalísticos de determinada organização noticiosa está relacionada com os contactos que os seus profissionais, nomeadamente os jornalistas, mantêm com aqueles que lhes proporcionam a matéria prima do seu trabalho: as fontes de informação (Lopes, 2000c: 339).

Na relação entre jornalistas e fontes, embora exista “um conjunto de orientações mais ou menos institucionalizadas” a que ambos devem obedecer, as normas de conduta estabelecidas – para além de dependerem das vivências e experiências pessoais dos intervenientes, determinantes para a forma como vão perceber as situações e tomar decisões – vão sendo adquiridas “de forma bastante informal durante o processo de socialização e interceção” entre as partes envolvidas. Os jornalistas não conhecem na totalidade a vida das fontes nas suas organizações e o mesmo acontece com as fontes que não têm acesso ao processo de produção noticiosa. Deste modo, o processo de interação entre jornalistas e fontes é controlado e definido por ambas as partes e afirma-se como “um lugar de encontro entre dois sistemas cuja fidedignidade e credibilidade vão ser definidas pelo comportamento, pela conduta e pela credibilidade dos seus representantes”, pelo que a confiança – que evolui ao longo da relação, podendo ser “gerada, cultivada, mantida, reformada, por vezes quebrada e muito dificilmente, revitalizada” – surge como uma das condições fundamentais para manutenção deste tipo de relações (Marinho, 2000: 352-352).

A relação entre o mundo do futebol e a imprensa, ou seja, entre os jornalistas desportivos e as suas fontes, tende a ser cooperativa, no sentido em que existe uma interdependência entre as estruturas desportivas, que desejam uma cobertura favorável, e as organizações noticiosas, que precisam do acesso às informações para desenvolverem o seu trabalho (Sugden *et al*, 2007: 45-50).

Ao dependerem do cultivo de boas relações com as suas fontes, os jornalistas desportivos tendem, por vezes, a evitar abordagens investigativas que possam, de algum modo, ser agressivas e suscitar algum desconforto ou desconfiança nos seus informadores o que, em última instância, poderia conduzir a uma rotura na relação profissional que estabelecem. Quanto mais valiosa para um jornalista for a sua fonte, maior será o seu poder negocial. Nestas condições, e muitas vezes também devido às relações duradouras que estabelecem com os seus contactos nas organizações desportivas, os próprios jornalistas estão mais predispostos a autocensurar o seu trabalho, e manter a sua fonte, do que a avançar

com notícias que quebram os compromissos assumidos por ambas as partes (Sugden *et al*, 2007: 49-50).

Com a profissionalização da comunicação nos clubes de futebol, que tem procurado controlar melhor o fluxo de informações que chegam aos *media* (Boyle, 2006: 46), a relação entre os meios de comunicação e os protagonistas do desporto tornou-se mais complexa, o que resultou na debilitação do elo mais fraco, neste caso, os jornalistas, que tendo que apresentar conteúdos aos seus editores ao mesmo tempo que procuram evitar “guerras abertas com os clubes” e com as suas fontes, adjudicam da independência caracterizadora da sua atividade e em vez de se preocuparem em “furar e questionar, antecipam as respostas que lhes seriam dadas pelos departamentos de comunicação dos clubes”. Confinados ao exercício da autocensura, restringem-se os temas que podem ser objeto de notícia, os próprios jornalistas desportivos acabam por “fazer parte do sistema, contribuindo para a ordenação do espetáculo e diminuindo as consequências nefastas da descoberta de notícias porventura incómodas, quer para jogadores quer para dirigentes” (Flores, 2004: 70).

Em Portugal os clubes de futebol, ao contrário do que acontece com os principais países do futebol europeu, restringem os canais de comunicação entre o público e os atletas, treinadores e dirigentes impedindo, por exemplo, a sua presença em programas de televisão durante a época desportiva. A cultura futebolística das organizações procura, deste modo, proteger particularmente os jogadores – transformando-se em “pessoas quase inacessíveis aos meios de comunicação” – que tem a possibilidade de conceder entrevistas a jornais, rádios ou televisões apenas com a devida autorização do clube e, na maioria dos casos, com um objetivo prévio. Possíveis explicações para esta postura das estruturas diretivas dos clubes podem estar relacionadas não só com “uma falsa sensação de segurança proporcionada pelo silêncio”, mas também com a “falta de preparação que as organizações desportivas têm em lidar com a comunicação social” (Lopes *et al*, 2011: 345).

O facto da proximidade entre os jornalistas e os protagonistas do desporto ser dificultada, condiciona os conteúdos produzidos pela meios de comunicação que acabam por alimentar grande parte da cobertura jornalística desportiva com base nas conferências de imprensa concedidas na véspera e depois dos jogos pelos treinadores e jogadores – estes últimos participam apenas nas conferências de antevisão das partidas das competições europeias como obrigam os regulamentos da *UEFA* (Flores, 2004: 68; Rowe, 2007: 396).

Numa altura em que os principais clubes de futebol adotam políticas de comunicação

que “restringem o acesso dos dirigentes dos clubes e respetivos jogadores aos jornalistas” e que a reportagem jornalística em torno do desporto tende, por isso, a desaparecer – dado que “os jornalistas já só interrogam por vezes e nada ou pouco investigam” –, cria-se um ambiente em que escasseiam as fontes oficiais e onde se potencia a visibilidade de comentadores desportivos que se parecem assumir como “fontes notáveis que representam a massa associativa dos clubes” e que se transformam em “estrelas da discussão futebolística” (Lopes *et al*, 2011: 347).

A internet veio testar a sobrevivência da televisão enquanto meio produtor de conteúdos jornalísticos com chancela profissional com a generalização de que “qualquer pessoa se podia tornar num jornalista graças às novas tecnologias da comunicação”, porém, ao jornalista é exigida uma qualificação específica – ao nível das técnicas de aquisição, filtragem e contextualização das informações e do cumprimento de determinados princípios éticos – que o cidadão comum não tem (Fidalgo, 2009: 223-224). No entanto, a internet revelou-se também uma ferramenta de trabalho que, quando devidamente utilizada, facilitou a proximidade entre o jornalista e as suas fontes e proporcionou às redações das estações televisivas o contacto com novos provedores de informação (Sá, 2015: 149).

A internet apresentou-se como o ponto de rutura com os modelos de comunicação mais tradicionais e como uma nova realidade comunicativa estruturada e arquitetada de tal forma que possibilita uma comunicação em rede com movimentos multidirecionais. A internet é o centro de um novo paradigma, de uma nova sociedade – a sociedade em rede –, servindo de “base material às nossas vidas e às nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação” (Castells, 2004: 225).

A internet revelou-se impactante no jornalismo na medida em que desencadeou um conjunto de alterações na forma como os profissionais dos meios de comunicação tradicionais “procedem na pesquisa de conteúdos, na recolha de informações e no contacto com fontes de informação” com vista à elaboração de notícias. As repercussões da crescente digitalização do social são inevitáveis e estão a “afetar profundamente a arte e o ofício do jornalismo”. As redes de informação *online* apresentaram-se como um recurso economizador de tempo à classe jornalística que teve que se adaptar a um novo modelo de relações – com os público e com as fontes – e que encarar o espaço virtual – cuja principal valência é o elevado potencial de pesquisa de informações – como o mundo físico, no sentido em que também o pode explorar para “localizar pessoas, fontes noticiosas e informações

públicas e privadas alojadas em formato digital nos sítios de instituições; identificar fontes especializadas e novas ideias para reportagens; ou verificar informações provenientes de outras empresas jornalísticas” (Gomes, 2008: 41-42).

As novas tecnologias, especialmente a internet, transformaram de forma definitiva a relação entre os jornalistas, entre os jornalistas e as organizações noticiosas onde trabalham e entre os jornalistas e o público, as audiências, os concorrentes de mercado e as suas fontes oficiais e não oficiais. A importância do novo ambiente digital manifestou-se no vasto conjunto de informações disponibilizadas que vieram permitir ao jornalista complementar e enriquecer o seu trabalho ao apresentar à audiência histórias e notícias melhor fundamentadas (Pavlik, 2001: 80).

A comunicação em rede veio aproveitar as potencialidades da informática, permitindo aos profissionais da comunicação formas alternativas e complementares de desempenharem um conjunto de tarefas relacionadas, por exemplo, com a pesquisa de informação e o contacto com as fontes de informação. Neste contexto importa destacar o papel preponderante que o correio eletrónico tem vindo a adquirir nas redações enquanto ferramenta de trabalho facilitadora na identificação de novas fontes, no contacto com as mesmas e na receção de comunicados de imprensa no sentido em que é possível, tanto aos jornalistas como às fontes, clarificar mais facilmente quais as informações de maior interesse e relevância para os seus objetivos individuais. Esta proximidade e interatividade, embora possa permitir aos jornalistas “ultrapassar algumas hierarquias no seio de organizações com o intuito de esclarecer eventuais questões ou marcar entrevistas” e melhorar de forma considerável a qualidade da informação – podendo suportar rigorosamente as suas citações –, permite também às fontes de informação um maior controlo sobre as suas próprias declarações, “conferindo-lhes a possibilidade de deturparem os acontecimentos ou os factos ocorridos” (Gomes, 2008: 42-43).

Em Portugal, as potencialidades da internet não foram ignoradas e os jornalistas reconhecem que a pesquisa de informações para fins profissionais na rede é vantajosa e tem permitido localizar e encontrar novas fontes, pesquisar dados, ler outras publicações e trocar correspondência através do correio eletrónico. No entanto, consideram também que a internet não substitui os meios tradicionais de contacto com as fontes e, desse modo, utilizam maioritariamente como fontes nas peças jornalísticas os contactos pessoais e os outros meios de comunicação social. Considerando os jornalistas de desporto, sociedade ou economia, são

os primeiros que utilizam com maior frequência a internet (Gomes, 2008: 48-50) – utilizando-a durante mais dias por semana e mais horas diárias do que nas outras editorias – considerando que esta se constituiu como um instrumento de trabalho que permite facilitar não só o acesso a informações como a uma maior diversidade das mesmas, mas também – através da caixa de correio eletrónico – o contacto com fontes de informação oficiais. Os jornalistas de desporto são ainda os que sublinham com maior ênfase as diversas potencialidades da internet na diversificação das fontes de informação e na obtenção de ideias para novas reportagens e notícias (*Ibidem*).

A comunicação em rede é global e generalizada a uma grande fatia da sociedade e por isso também as estrelas do mundo futebolístico começaram a utilizar as redes sociais para comunicarem diretamente com o público sem necessitarem dos meios de comunicação para mediar a mensagem. Neste sentido, embora os jornalistas continuem a ser o “grupo de elite que medeia o fluxo de informações que chegam ao público”, os atletas parecem suprimir cada vez mais as funções de *gatekeeping* dos jornalistas ao comunicarem instantaneamente com os seus fãs, seguidores e amigos que deixaram de consumir as informações de forma passiva e passaram a estar ativamente envolvidos na comunicação com os atletas (Hutchins, 2011: 243-245).

Os meios de comunicação têm acesso a um público amplo e diverso e no caso do jornalismo desportivo era a partir dos jornalistas que os adeptos tinham, normalmente, acesso ao que ao que pensam, dizem e fazem aqueles com os quais não conseguiam comunicar diretamente, ou seja, os jogadores, treinadores e dirigentes. Porém as redes sociais revelaram-se também como uma forma destes agentes criarem canais de comunicação diretos sem, por exemplo, correrem o risco de serem citados de forma errada ou verem as suas palavras tiradas do contexto adequado. A relação e interatividade, através das redes sociais, dos adeptos com os atletas e com os jornalistas tem sido crescente e tem levado a mudanças estruturais no consumo de informação e nas rotinas de recolha de informação dos repórteres desportivos (Wanta, 2012: 84).

As redes sociais, nomeadamente o *Twitter* e o *Facebook*, permitem que jogadores e organizações desportivas comuniquem diretamente com os adeptos numa lógica temporal diferente daquela a que os meios tradicionais, como a televisão, nos habituaram. A lógica de “tempo real” proporcionada pelas redes sociais contrariou o ciclo noticioso 24/7 da televisão – 24 horas por dia, 7 dias por semana – para um nível 60/60 – 60 segundos por minuto e 60

minutos por hora – em que praticamente se toma conhecimento das ocorrências no momento em que ocorrem. Com esta proximidade virtual aos protagonistas da notícia, se por um lado as fontes tradicionais dos meios de comunicação tendem a reduzir os seus esforços para divulgar informações, por outro, a audiência exige dos *media* uma “enxurrada de novas informações, sejam elas dignas ou não de notícia, o que pode abrir caminho para que histórias baseadas em especulação ou rumores comecem a merecer uma atenção e cobertura mediática sobrevalorizada” (Hancherick, 2011: 19).

Os próprios jornalistas de política parecem ter o acesso mais facilitado às personalidades encarregadas de governar o país do que os jornalistas desportivos aos jogadores e treinadores de futebol. Os jornalistas estão a sair cada vez mais da equação da comunicação entre atletas e adeptos. Paradoxalmente, esta remoção do papel do jornalista enquanto vigia da informação que é tornada pública, pode trazer benefícios para os meios de comunicação que através do acesso às redes sociais dos atletas podem contornar, também eles, as burocracias e as barreiras criadas pela indústria de assessores de imprensa, patrocinadores e agentes e estabelecer algum contacto com os jogadores de futebol (Matthews *et al*, 2013: 312-314).

Enquanto no modelo tradicional do *gatekeeping* existia pouco espaço para a audiência participar na criação de conteúdos e os meios de comunicação detinham o controlo absoluto sobre a agenda mediática, hoje as organizações noticiosas, embora continuem a controlar a agenda informativa das suas publicações ou noticiários, muito dificilmente conseguirão orientar o debate público num ambiente mediático cada vez mais complexo e multifacetado. Deste modo, as próprias organizações informativas, como forma de se adaptarem à velocidade do fluxo de informação, começaram a utilizar as suas redes para publicarem informações e remeterem o público para as suas plataformas *online* onde podem encontrar os desenvolvimentos das notícias (Bruns, 2011:132-133).

### **3. Jornalismo especializado: o jornalismo desportivo**

A relação entre a imprensa e o desporto é histórica e iniciou-se ainda no século XIX com o renascimento dos *Jogos Olímpicos de 1896* que permitiu à imprensa desportiva demarcar-se da imprensa generalista. Se ao juntar todos os países e todas as modalidades esta competição se transformou em sinónimo de contacto intercultural e relações internacionais, para a imprensa, para além disso, esta relação estreita significou um passo importante para o seu crescimento e para a sua organização segundo diferentes géneros

jornalísticos (Preuss *et al*, 2011: 99-101). Foi, portanto, a partir desse momento que a imprensa desportiva se tornou autónoma, evoluindo num campo social à parte e assumindo-se enquanto um subcampo jornalístico próprio especializado naquilo que seriam as expectativas do seu público (Gouveia, 2018: 4).

No entanto, foi apenas no início do século XX, com os *Jogos Olímpicos de Londres* em 1908 – que permitiram a transmissão para todo o mundo através do telégrafo – e de Estocolmo em 1912 – já com registos fotográficos –, que se verificou a verdadeira consolidação dos primeiros diários desportivos bem como dos conteúdos desportivos nos jornais generalistas, uma época em que também se começou a evidenciar a massificação do futebol nas páginas dos jornais (Andújar, 2013: 9). Por esta altura, o jornalismo desportivo dava indícios de que havia nascido, desde logo, enviesado para o entretenimento, relegando os valores tradicionais do jornalismo e privilegiando “o espetáculo e a encenação em detrimento da argumentação” (Gouveia, 2018: 6).

A imprensa desportiva afirmou-se desde o seu início como promotora de eventos e competições desportivas, investindo inclusive em clubes e atletas. A imprensa desempenhava, desta forma, uma dupla função no sentido em que, ao mesmo tempo que fazia aumentar o número de leitores dos jornais desportivos, fazia crescer o interesse pela modalidade, numa lógica em que o futebol vendia jornais e os jornais vendiam o futebol (Horne, 2006: 20). Exemplos disso são a criação, ainda na década de 50, do prestigiado, e mundialmente conhecido, prémio *Bola de Ouro* – criado pela revista *France Football* para destacar o melhor futebolista do ano na Europa – ou da idealização dos primeiros torneios entre clubes europeus com jogos disputados à quarta-feira, criados pelo jornal francês *L'Equipe*, como forma de responder às escassez de notícias a meio da semana. Em Portugal o jornal *A Bola*, seguindo os modelos europeus, instituiu também um trofeu a nível nacional, a *Bola de Prata* na temporada de 1952/1953, para distinguir o melhor marcador da *Primeira Liga de Futebol* (Gouveia, 2018: 7).

A mediação e mediatização oferecida pela imprensa ao futebol permitiu o fortalecimento da modalidade e a emergência do espetáculo desportivo de massas, algo que se tornou determinante para os *media* que começaram a atrair mais leitores e, desse modo, mais anunciantes. A imprensa foi um agente fundamental na criação de subculturas de massa desportivas e, neste contexto, foi o futebol quem acabou por se galvanizar e alcançar a hegemonia, convertendo-se, por isso, num elemento de relevância cultural e social à escala

global que fez da imprensa desportiva, também em Portugal, uma das áreas especializadas da informação mais populares com milhares de leitores por semana (Gouveia, 2018: 8).

O jornalismo especializado permite aos meios de comunicação responder aos diversos nichos da sociedade e aos seus interesses particulares ao segmentar o mercado, ao direcionar o seu foco para grupos que estão dissociados entre si e ao reconhecer que está a responder à procura de audiências específicas. A conceção do jornalismo especializado, direcionado para determinados temas e/ou determinados público, evidencia que a ideia do jornalista associado a conhecimentos gerais não é a única perspetiva para estes profissionais. Deste modo, as redações parecem distanciar-se da noção do jornalista enquanto “especialista em generalidades” e começaram a abrir cada vez mais as suas portas a especialistas em determinadas áreas, como economia, justiça, sociologia ou saúde, ainda que as habilitações necessárias às funções de jornalismo não sejam dispensadas (Abiahy, 2005: 5-7).

As notícias relacionadas com desporto, pela sua popularidade, são economicamente importantes para atrair o público, no entanto o tratamento deste tipo de notícias centrado apenas na antecipação, descrição e balanço dos eventos desportivos tende a ser associado a uma forma de entreter o público e a um jornalismo de celebridades que opera para sustentar um sistema de estrelas desportivas. No desporto, e particularmente no futebol, é crucial delimitar as fronteiras entre o que deve ser objeto de notícia – separando as simples curiosidades das questões mais complexas – sob pena de se transformar o jornalismo desportivo numa informação espetáculo em que tudo o que diz respeito às estrelas dos futebol passa a ter relevância noticiosa (Silva, 2006: 58; Rowe, 2007: 400).

De um modo geral exige-se ao jornalista rigor e imparcialidade o que, no que diz respeito ao jornalismo desportivo, se torna ainda mais imperioso, mas nem sempre fácil em determinados contextos como, por exemplo, quando um jornalista português é destacado para fazer a narração de um encontro decisivo onde participa a Seleção Portuguesa. Nestas condições, deixar as emoções em segundo plano torna-se uma tarefa hercúlea dado que o trabalho do jornalista se encontra influenciado pelo ambiente no estádio, pelos sentimentos e pelas emoções, abrindo-se, por vezes, espaço para “expressões, sensações ou mesmo opiniões, que podem não se coadunar com o dever de imparcialidade do jornalismo” (Silva, 2006: 53-54).

Perante o entusiasmo nacionalista provocado por uma vitória da Seleção Nacional num jogo decisivo, as linhas que delimitam os valores deontológicos elementares do jornalismo

podem tornam-se, em especial para os profissionais que fazem as narrações dos jogos, muito ténues e podem levar a que o jornalista perca alguma clarividência nas análises que faz. Ainda assim, esta forma como os “os jornalistas vestem a camisola da Seleção Nacional” acaba por ser compreendida pelos adeptos no sentido em que demonstra a afirmação de um “discurso e cultura nacionalistas” bem como da “unidade e defesa do interesse supremo da nação” (Coelho, 2004: 27). Enquanto num jogo que envolve a Seleção Portuguesa esta postura de alguma parcialidade é encarada com naturalidade – ou até mesmo apreciada pelo telespetador –, o mesmo não acontece quando se tratam de confrontos entre equipas rivais no campeonato interno, onde se exige imparcialidade e “uma grande destreza de análise e comunicação”, não sendo admita ao jornalista a expressão de qualquer sinal que evidencie uma preferência clubística (Silva, 2006: 55-56).

A mediatização dos eventos desportivos e os discurso jornalísticos promovidos nesse contexto tendem a ser muito permeável às emoções e, por isso, “a crescente aproximação do jornalismo desportivo das modalidades dramáticas ou festivas da enunciação” deve ser objeto de reflexão. Não no sentido em que um relato jornalístico assente nas sensações deva ser, à partida, desviado daquilo que é o campo jornalístico, mas para perceber se tais marcas discursivas se caracterizam apenas pela “irrealidade, banalidade, boçalidade e leviandade”, ou se podem, efetivamente, contribuir para um debate mais esclarecedor dos acontecimentos e para melhorar a sua compreensão e explicação, dado que, por vezes, “um discurso jornalístico que absorve alegrias, tensões, ansiedades e explosões de contentamento poderá ser mais informativo do que o relato equidistante dos factos”. Assim, a equação que associa a informação com a razão e o espetáculo informativo com a emoção pode, especialmente no caso do desporto, tornar-se demasiado limitativa. O jornalismo desportivo em televisão tem um campo de atuação amplo – relato de jogos, reportagens no estádios e nas suas imediações e programas de debate em estúdio – e cada um destes géneros admite práticas jornalísticas distintas e com diferentes efeitos na audiência. Deste modo, não faz sentido, em algumas destas vertentes, subtrair ao jornalismo desportivo “discursos pontuados pela emoção” ainda que tal procedimento deva ser acompanhado da promoção de uma “ética exigente nos princípios, rigorosa nos métodos e intransigente na respetiva aplicação”, uma vez que se sabe que esta componente do discurso mediático poderá resvalar para “incitamentos a tumultos por parte dos adeptos, para o desrespeito pelo bom nome dos jogadores ou dos árbitros, ou para espetáculos de entretenimento” (Lopes, 2006a: 84-85).

A cobertura desportiva feita pelos meios de comunicação é também acusada de estar concentrada nos resultados do jogos, nos seus resumos e nas suas antevisões e de atuar num horizonte limitado de temas, com uma abordagem por vezes acrítica face à relação do desporto com outras áreas importantes da sociedade (Rowe, 2007: 399). Mesmo com a chegada dos canais dedicados à informação durante 24 horas, a necessidade de encher os alinhamentos com conteúdos desportivos contribuiu para que se criasse uma agenda artificial, baseada em trivialidades desportivas e curiosidade relativas às estrelas do desporto – muitas vezes recolhidas a partir das redes sociais dos atletas –, que os *media* se sentem obrigados a seguir (Matthews *et al*, 2013: 306; Sugden *et al*, 2007: 51).

O jornalismo desportivo, embora seja consumido pela generalidade da sociedade, é pouco valorizado não só pelas redações, mas também por grande parte da comunidade científica. Para além disso, as longas jornadas de trabalho, os horários muito heterogéneos e as constantes críticas que recebem têm tornado os profissionais do departamento de desporto das organizações noticiosas mais sujeitos a elevados níveis de desgaste. A editoria de desporto de qualquer redação tende a ser considerada como um departamento onde não se tratam “informações sérias” e por isso está, geralmente, “escondida num canto da redação, longe das editorias onde se trabalham conteúdos verdadeiramente informativos”. Ainda que se considere que este paradigma está a evoluir lentamente, os jornalistas desportivos raramente cruzam editorias, possivelmente por considerarem que as suas qualificações são diferentes das necessárias para trabalharem outros temas da sociedade e, por isso, estes profissionais acabam por ter mais interação com os jornalistas de outros órgãos de comunicação na área do desporto do que com os próprios colegas de redação (Wanta, 2012: 76-84).

## CAPÍTULO IV

### ENQUADRAMENTO DA ORGANIZAÇÃO EM ESTUDO E MEMÓRIA DESCRITIVA DO ESTÁGIO

#### 1. Caracterização da TVI

A chegada da televisão privada a Portugal, um dos momentos mais disruptivos no panorama televisivo português, aconteceu ainda na década de 90 – quando a RTP já contava com quase 40 anos de atividade – depois da revisão da Constituição de 1989 – que retirou do texto constitucional os obstáculos à entrada de operadores privados na atividade televisiva em Portugal – e de ter sido aprovada na Assembleia da República a *Lei da Televisão*, em 1990, que passava a prever a existência de estações televisivas privadas no panorama audiovisual português. Dois anos mais tarde, em 1992, foram então atribuídas, pelo Primeiro Ministro Aníbal Cavaco Silva, duas frequências de televisão nacionais: uma à *Sociedade Independente de Comunicação (SIC)* e outra à *Televisão Independente (TVI)* (Sousa *et al*, 2003:69; Sá, 2015:147).

A TVI foi a segunda estação privada a iniciar atividade em Portugal, a 19 de fevereiro de 1993 – depois da SIC, que havia iniciado as suas emissões em outubro de 1992 –, e a sua natureza católica foi uma das marcas mais visíveis durante os seus primórdios. Criada como uma sociedade anónima, esta estação contou, entre os seus acionistas, com importantes instituições ligadas à Igreja Católica como por exemplo a *Rádio Renascença*, a *Universidade Católica*, o *Santuário de Fátima* ou a *União das Misericórdias*. No entanto, ainda que as ligações à doutrina social da Igreja e que a atenção especial concedida aos assuntos religiosos fossem uma realidade, existiu sempre uma preocupação em estabelecer uma fronteira entre a natureza dos acionista e a atividade desenvolvida pelos seus profissionais, nomeadamente por parte dos jornalistas (Lopes, 2004: 218).

A TVI teve algumas dificuldades em afirmar-se no panorama audiovisual português e até se tornar uma referência a nível nacional atravessou, durante a década de 90, períodos de grande instabilidade – tendo enfrentado problemas financeiros e mudanças frequentes nos concelhos de administração e nas direções de informação e programação – como consequência das constantes transações de capital entre os vários grupos económicos que assumiram o controlo da estação nos últimos anos do milénio, entre eles a aliança *SOCI/Scandinavian Broadcasting System*, que controlou a estação a partir de 1997, ou o

consórcio *Sonae/Lusomundo/Cisneros*, que esteve à frente da *TVI* durante alguns meses de 1998 (Lopes, 2000b: 83-85).

Esta fase mais agitada na reestruturação do capital da estação terminou quando o *Grupo Media Capital* – que já havia participado no capital da *TVI* através da *SOCI* – adquiriu, durante 1998 e 1999, a quase totalidade do canal. Atualmente, este grupo é ainda o acionista maioritário da estação e tem, em Portugal, uma forte presença nos setores da comunicação e entretenimento.

No segmento da rádio a *Media Capital* conta com um dos grupos mais prestigiados a nível nacional, a *Media Capital Rádio*, onde se incluem emissoras como a *Rádio Comercial*, a *M80*, a *SmoothFM* ou a *CidadeFM*. No ambiente digital o grupo conta com a divisão *Media Capital Digital*, cujo principal ativo é o portal *IOL* que agrega um conjunto de conteúdos *online* como os sites oficiais das suas rádios e canais televisivos, as plataformas *TVI Player* e *SELFIE*, e o jornal digital *Maisfutebol*.

No segmento do audiovisual conta com seis canais televisivos – a estação generalista *TVI* e mais cinco canais por cabo: a *TVI24*, dedicada exclusivamente à informação com inúmeros noticiários diários e programas de economia, política, desporto e cultura; a *TVI Ficção*, dedicada à ficção nacional, transmitindo novelas, séries e *sitcoms* em reposição; a *TVI Reality*, apenas dedicada a *reality shows*; a *TVI Internacional*, direcionada para as comunidades lusófonas espalhadas pelo mundo; e a *TVI África*, canal generalista direcionado a Angola e Moçambique – e com uma das maiores produtoras da Península Ibérica, a *Plural Entertainment*, dedicada, sobretudo, à ficção em língua portuguesa.

Até ser adquirida pelo grupo económico que a detém nos dias de hoje, a *TVI* viveu tempos de crise que se prolongaram de 1993 até 1998, apresentando uma oferta instável e incapaz de se implantar junto dos telespetadores que, poucos meses após o início da sua atividade, fizeram da *SIC* a incontestável líder de audiências (Lopes, 2007a: 141). No entanto, a reviravolta começou a acontecer em 1998 em grande parte devido à chegada de José Eduardo Moniz à estação para ocupar os cargos de direção de informação e programação, inaugurando uma nova estratégia que redirecionava a *TVI* para uma televisão popular e, como tal, para um público alvo mais abrangente.

As mudanças na grelha de programação foram bem acolhidas pelos telespetadores e começaram, desde logo, a ser visíveis, tornado irreconhecível o projeto inicial do canal. A aposta foi clara: programas ligados ao quotidiano relacionados com justiça; conteúdos que

se debruçam sobre temas sensacionalistas; um entretenimento feito com caras conhecidas e animado com grupos de música portuguesa; e uma informação mais investigativa, provocadora e irreverente com a substituição do *Direto XXI* pelo *Jornal Nacional* (Lopes, 2000b: 85). Ao nível das estratégias programáticas evidenciavam-se, no entretenimento, o *shunting* – com programas especiais dedicados a determinadas comemorações – e, na informação, o *superzing* – nos noticiários que progressivamente foram aumentando a sua duração.

Assistindo-se, desde então, a subidas do *share*, a visibilidade da estação começou a aumentar e a *TVI* consegue primeiro, em 2000-2001, a liderança das audiências em horário nobre – com o sucesso alcançado pelo primeiro *reality show* em Portugal, o *Big Brother*, que mapeou o horário nobre televisivo e serviu de âncora ao resto da programação – e depois em moldes absolutos, a partir de 2005, também impulsionada por um desenho programático que, para além dos *talk shows* de manhã e à tarde, incluía aquela que parecia ser a combinação mais apreciada pelas audiência depois do noticiário das 20 horas: o *Big Brother* e as telenovelas portuguesas (Lopes, 2004: 226-227; Torres, 2011: 52; Sobral, 2012: 148-151). Durante vários anos apostando em estratégias de *stripping* – uma característica da programação horizontal, colocando os mesmos produtos à mesma hora todos os dias da semana para fidelizar o telespectador –, de *leading-in* – emitindo, por exemplo, em acesso ao horário nobre o *Big Brother* para conquistar audiências na franja horário seguinte – ou de *blocking* – ao transmitir várias novelas seguidas em horário nobre para formar um bloco compacto que procura reunir um fluxo de audiências homogéneo –, a *TVI* tornou-se na estação televisiva em Portugal que mais meses consecutivos permaneceu na liderança das audiências (150 meses, desde 2005 até fevereiro de 2019).

Durante o período de estágio na *TVI* os programas que compõem a programação horizontal da estação – durante os dias de semana – eram transmitidos quase todos em direto, nomeadamente os três noticiários – o *Diário da Manhã*, que se prolongava das 6 horas e 30 minutos até as 10 horas, o *Jornal da Uma*, com início às 13 horas, e o *Jornal das 8* que começava às 20 horas – e os dois *talk shows* – o *Você na TV* de manhã e o *A Tarde é Sua* depois da hora de almoço. As telenovelas portuguesas, principalmente em horário nobre, e os *game shows*, no horário de acesso, também faziam parte da grelha de programação e eram transmitidos em diferido.

Na *TVI24*, com uma grelha de programas focada na informação, para além dos boletins

informativos, de hora a hora, existem ainda programas de debate, documentários e entrevistas nas áreas da justiça, política, economia, desporto, tecnologia e cultura. No âmbito desportivo destacam-se os programas *Mais Bastidores* (programa com comentadores residentes que analisa os acontecimentos mais relevantes no mundo do desporto com edições bidiárias de segunda a sexta feira), o *Mais Transferências* (programa que substitui o *Mais Bastidores* durante os momentos em que o *Campeonato de Futebol* está parado e enquanto está a decorrer o mercado de transferências no mundo do futebol), o *Mais Futebol* (programa com comentadores residentes e com convidados/entrevistados especiais que analisa a jornada desportiva, com periodicidade semanal, às sextas feiras), o *Mais Ligas* (uma parceria entre a *Eleven Sport* e a *TVI24*, dedicado apenas à transmissão dos resumos dos principais jogos dos campeonatos espanhol, alemão e francês), os *Especial Pré-Match*, *Especial Ao Minuto*, *Especial Pós-Match* e *Especial Champions League* (em dias de grandes jogos de futebol) e ainda os programas *Prolongamento* e *Livre e Direto* (dois programas semanais, o primeiro às segundas feiras e o segundo aos sábados, idênticos quando à política editorial e que – trazendo para estúdio três comentadores residentes, cada um afeto a um dos três principais clubes a nível nacional – promovem uma discussão acesa e apaixonada entre adeptos de futebol em torno dos jogos que envolvem o *SLB*, o *FCP* e o *SCP*).

## **2. Memória descritiva do estágio realizado na TVI**

A minha opção pela realização de um estágio na transição para o segundo ano de mestrado deveu-se, sobretudo, ao desejo de experienciar a componente prática no desempenho das funções de jornalista, nomeadamente o seu trabalho de campo. Esta experiência permitiu complementar e pôr em prática os conteúdos teóricos aprendidos durante o primeiro ano de mestrado e de desenvolver um conjunto de competências técnicas exigidas aos jornalistas dos dias de hoje – profissionais cada vez mais multifacetados, não só no que diz respeito ao número de tarefas com que têm de lidar diariamente, mas também às diversas plataformas com as quais interagem no seu quotidiano.

O estágio no setor televisivo afigurou-se como aquele que mais se adequaria às minhas ambições no sentido de perceber todo o mecanismo e funcionamento, por dentro, da famosa caixa mágica. Este fascínio, que é transversal a todas as suas vertentes – do jornalismo, ao entretenimento, da produção à realização –, incentivou-me a querer perceber de perto o funcionamento de uma redação em televisão; os códigos de linguagem televisiva; as técnicas

necessárias à elaboração de reportagens, à montagem de peças jornalísticas ou à realização de diretos; ou até mesmo os procedimentos na construção de um alinhamento. Em suma, compreender todo o processo noticioso desde que a informação chega à redação, pela mão de jornalistas – ou através de agências de comunicação e assessorias de imprensa –, até ao momento em que é televisada pelo telespetador. Neste processo, ao papel dos assessores, jornalistas e repórteres de imagem, somam-se ainda as funções de um conjunto alargado de outros recursos técnicos e humanos, como por exemplo, realizadores, produtores – que devem gerir todos os meios necessários – e programadores que analisam e definem as grelhas de programação.

O estágio, que decorreu na editoria de *Desporto* da redação de informação da *TVI* e *TVI24*, teve início no dia 16 de outubro de 2018 e terminou 4 meses depois, no dia 17 de fevereiro de 2019. Os últimos dias de estágio ficaram marcados por algum saudosismo, no entanto, nos primeiros momentos desta experiência – e apesar da forma calorosa como fui recebido por todos os profissionais da estação e da editoria – tive que lidar com inúmeros receios e incertezas, algum nervosismo, mas também, e sobretudo, enormes aprendizagens.

No primeiro dia de estágio, 16 de outubro, fui recebido às 9 horas pela coordenadora dos recursos humanos da *Media Capital* no número 40 da Rua Mário Castelhana, em Queluz de Baixo. Depois de receber algumas indicações gerais sobre o protocolo de estágio, percorri com a Rita Branco alguns dos corredores da estação até chegar à redação, momento em que sou conduzido até à chefe de redação, Paula Oliveira, que me encaminhou para a editoria de *Desporto*, no piso superior da redação, onde tive o primeiro contacto com os jornalistas e coordenadores da editoria, Bruno Ferreira e Cláudia Lopes.

Depois de alguns minutos de conversa e de perceberem as motivações que me tinham levado até àquele local guiaram-me numa visita pelos corredores das instalações onde me foram identificados os vários locais que viria a frequentar durante o período de estágio, nomeadamente, a central técnica (onde me deveria dirigir para ir buscar o *teradek*, um equipamento técnico necessário sempre que saísse em reportagem e existisse a necessidade de enviar, em tempo real, as imagens recolhidas para que pudessem ir para o ar em direto ou ser utilizadas de imediato pelos jornalistas na redação), a mediateca (onde deveria ir buscar o suporte de armazenamento de imagens antes de ir ao encontro dos repórteres de imagem para uma saída), a sala dos repórteres de imagem (onde se encontravam esses profissionais e de onde partíamos para o terreno), as dois estúdios e as duas *régies* afetos à informação.

Mostraram-me também que a redação de informação da estação é um espaço aberto e amplo e, por isso, ainda que dividida em diversas secções, não existiam separações físicas entre elas para que a comunicação necessária entre as dezenas de profissionais que trabalhavam nas diferentes áreas fosse possível e facilitada. Deste modo, as interações constantes que ocorriam por toda a redação faziam dela um local de trabalho pouco silencioso.

No piso superior da redação encontram-se as editorias de *Desporto*, *Internacional*, *Cultura*, *SportsDesk* (bancada de trabalho onde um elemento da editoria de *Desporto* está responsável por atualizar o *ticker* com as informações dessa área e desenvolver conteúdos menos relevantes e mais curtos, vivos ou *offs*, que não encontram espaço nos principais noticiários da *TVI* e que passam, sobretudo, nos noticiários da *TVI24*), as equipas responsáveis por espaços de grande reportagem (*Equipa Ana Leal* e *Equipa Alexandre Borges*), bem como as equipas que coordenam as plataformas *online* do portal *IOL*, nomeadamente, o *Maisfutebol* e a *SELFIE*. No piso inferior da redação encontram-se as editorias de *Sociedade*, *Economia*, *Política*, *Justiça*, *NeswDesk* e *TVI24 Online* (que atualiza toda a informação no site oficial do canal), para além das áreas destinadas aos editores e/ou pivôs dos noticiários, das secções da *Agenda* e da *Produção*, das ilhas de *Edição de Imagem* e da Sala de Reuniões (o único espaço fisicamente separado da restante redação).

Já na minha secretária de trabalho – onde existiam dois computadores, um para o uso normal, no que diz respeito à pesquisa e redação de notícias, e outro dedicado à montagem das peças, ou seja, à edição de som e/ou imagem e à gravação dos *offs* – e depois de me terem mostrado as diferentes zonas da redação, os coordenadores da editoria onde estive alocado encarregaram-se de me fornecer as credenciais necessárias para entrar no computador e na plataforma *Inews*, que me foi apresentada como a ferramenta mais importante de qualquer jornalista naquela redação e sem a qual é impossível exercerem o seu trabalho. É a partir desta plataforma que o jornalista tem conhecimento das saídas que tem agendadas (incluindo o assunto, a data, o horário, o local e o repórter de imagem que o vai acompanhar) e da distribuição de trabalho feita pelos coordenadores da editoria, permitindo saber quais os conteúdos que vai trabalhar, conhecer o posicionamento da notícia nos vários alinhamentos em que vai entrar e elaborar o próprio texto da peça jornalística. Para além disso, é nesta plataforma que se alocam as peças (quando a sua edição no computador de montagem estiver concluída) e que se adicionam elementos textuais

obrigatórios em todos os produtos televisivos, como os oráculos, os *leads* e os créditos. Esta ferramenta permite ainda ao jornalista aceder ao arquivo dos alinhamentos de todos os programas da *TVI* e *TVI24*.

Depois de conhecer todos os cantos da redação bem como a minha secretária de trabalho, chegava o momento de perceber qual a dinâmica diária na redação. Todos os dias da semana, de segunda a sexta feira, havia três reuniões entre os chefes de redação, os coordenadores de cada editoria, e os pivôs e/ou editores dos principais noticiários da *TVI* e *TVI24*. A primeira acontecia logo às 9 horas e tinha como objetivo definir o alinhamento do segundo bloco informativo do canal generalista, o *Jornal da Uma*, e as outras duas, já direcionadas para os conteúdos a ser trabalhados para o *Jornal das 8*, aconteciam às 11 e às 15 horas. Nestas reuniões, no que diz respeito à editoria de *Desporto*, os coordenadores eram, sobretudo, questionados sobre as principais novidades relacionadas com os três principais clubes a nível nacional, *SL Benfica*, *FC Porto* e *Sporting CP*, ou com os principais atletas ou treinadores a trabalhar lá fora, como por exemplo, Cristiano Ronaldo, José Mourinho ou Jorge Jesus. Durante o fim de semana não existiam estas reuniões e eram os próprios editores dos noticiários da *TVI* e *TVI24* que vinham ao encontro de cada editoria para perceber com que conteúdos é que poderia contar de cada uma delas.

Na editoria do *Desporto* existiam quatro turnos possíveis – das 9h às 17h, das 11h às 19h, das 14h às 22h e das 16 às 24h –, no entanto, para um estagiário ou até para um jornalista profissional nesta secção da redação, esse horário era muitas vezes alargado, principalmente aos fins de semana, devido a um maior volume de trabalho em virtude dos jogos de futebol mais importantes, a nível nacional e internacional, acontecerem nesses dias. Durante e após as reuniões diárias para definir os temas a noticiar no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, os jornalistas começavam a perceber o desenho do alinhamento dos noticiários bem como as peças que lhes iam sendo atribuídas pelos coordenadores da sua editoria, que começavam por distribuir as tarefas de acordo com os profissionais que tinham disponíveis e por elucidá-los em relação aos ângulos de abordagem sobre os quais as peças deveriam incidir e à duração das mesmas.

A editoria de *Desporto* alimenta, na *TVI*, os alinhamentos dos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* com os conteúdos definidos nas reuniões, no entanto, a sua ação ia para além disso e – embora os blocos informativos da *TVI24* reaproveitassem os principais conteúdos dos noticiários do canal generalista – era também necessário ir respondendo, ao

longo do dia, às exigências que o imediatismo de um canal informativo 24 hora por dia impunha. Neste sentido, à parte das peças alinhadas para os noticiários da *TVI*, era preciso, também, dar resposta às solicitações dos coordenadores da equipa de desporto e dos editores da *TVI24* com as notícias de última hora – cuja relevância e atualidade exigem um tratamento rápido e, ao mesmo tempo, com algum detalhe – ou ainda com outras notícias – apesar de menos significativas em termos do conteúdo, eram relevantes no que à atualidade desportiva dizem respeito – que não tendo espaço na *TVI*, se revelavam essenciais para enriquecer a oferta informativa de um canal de notícias. Neste último caso – em que as informações solicitadas eram relativas a equipas com pouca amplitude mediática nos seus campeonatos e, por vezes, referentes a outras modalidades que não o futebol – pedem-se conteúdos mais curtos, *offs* ou *vivos*, ao elemento da equipa de desporto que está no *SportsDesk*.

No canal informativo da estação existia ainda um conjunto de programas coordenados e editados pelos profissionais desta área da redação entre os quais o *Mais Bastidores*, o *Mais Transferências*, o *Mais Futebol*, o *Mais Ligas*, os programas especiais dedicados ao relato dos jogos ao minuto, o *Especial Ao Minuto*, ou ainda o *Especial Pré-Match* e *Especial Pós-Match* – que faziam, respetivamente, a antevisão e o rescaldo dos jogos mais importantes do *Campeonato de Futebol* em Portugal – que se transformavam em *Especial Champions League* nas semanas em que analisavam os jogos para as competições internacionais, nomeadamente para *Liga dos Campeões*.

O *Mais Bastidores*, *Mais Transferências* e *Mais Futebol* eram editados em conjunto pelos coordenadores da editoria, o apresentador e os comentadores, e para estes formatos era necessário: editar e alocar no alinhamento uma série de *clips* alusivos aos vários temas e/ou jogadores abordados – que serviam para pintar as janelas que vemos no ecrã enquanto esses tópicos são comentados –; cortar *vivos* de conferências de imprensa de jogadores e/ou treinadores para integrarem o alinhamento, produzindo os respetivos oráculos; criar grafismos – por exemplo alusivos aos onzes iniciais dos jogos, à tabela classificativa das várias competições ou ao mercado de transferências – que serviam de suporte aos assuntos debatidos; e escrever um conjunto de *leads* para os vários tópicos analisados.

Era, no entanto, nos outros programas – *Especial Ao Minuto*, *Especial Pré-Match*, *Especial Pós-Match* e *Especial Champions League* – que, pelo momento em que ocorriam – antes, durante ou logo após os jogos –, se sentia com maior intensidade o ritmo acelerado e a pressão de fazer televisão em direto no sentido em que – embora fossem editados tendo

em consideração várias circunstâncias – a sua dinâmica dependia muito do que estava a acontecer no momento e a prioridade era sempre avançar o mais rápido possível com as informação que estavam a chegar à redação. Neste sentido, apesar destes formatos incorporarem reportagens em direto no terreno – que recolhiam as expectativas dos adeptos, antes do jogo, e as avaliações que faziam ao resultado, depois dos encontros –, existiam uma série de outros elementos que faziam parte destes programas e que tinham de ser preparados de forma célere pelos profissionais que estavam na redação.

Assim, para estes programas, na hora que antecede os encontros as prioridades eram, normalmente, a criação de *leads* referentes ao encontro (com informações sobre o momento das equipas, dos seus atletas e do seu desempenho nos últimos jogos), de grafismos com os onzes iniciais (assim que estes eram conhecidos, cerca de 45 minutos antes do início do jogo) e de *clips* de pintura das equipas (por norma com recurso a imagens que iam chegando à redação referentes ao aquecimento que os atletas fazem no relvado antes dos jogos) e das imediações do estádio onde se ia disputar o jogo (imagens de adeptos a entrarem no estádio, ou planos mais abertos recolhidos por drone). Durante os jogos a prioridade era acompanhar as partidas atentamente e reunir um conjunto de *clips* com as imagens e os lances mais importantes de cada jogo e que iam alimentar a discussão nos programas após os jogos. Depois do apito final as prioridades eram, pela seguinte ordem: colocar os *offs* com os lances de golo no ar assim que o jogo terminasse; ultimar as peças referentes aos resumos completos dos encontros; elaborar os grafismos com os resultados finais de cada jogo; e, por último, cortar e editar os vivos com as declarações mais importantes dos treinadores nas conferências de imprensa.

Para além das tarefas inerentes aos noticiários da *TVI* e *TVI24* e a todos os programas de desporto que a equipa tinha a seu cargo, era também solicitado aos jornalistas desta editoria que alimentassem as plataformas *online*, nomeadamente *TVI24*, *TVI Player* e *Maisfutebol*. Esta tarefa, para além de implicar a edição de *clips* – relativos, por exemplo, a excertos das intervenções diárias dos comentadores dos programas de desporto na *TVI24*, a lances de jogos ou a vivos das conferências de imprensa dos treinadores e/ou jogadores – exigia também que estes fossem classificados, ou seja, que se criassem, na plataforma onde eram publicados, um *lead* apelativo, um resumo do seu conteúdo e um conjunto de *tags* para que o vídeo fosse mais facilmente acedido através dos motores de busca.

Os primeiros dias na redação permitiram-me, sobretudo, fazer um trabalho de observação ativa, acompanhando os vários jornalistas nas diversas tarefas – desde a escrita e edição *offs*, o corte e a edição de vivos das conferências de imprensa à elaboração de pequenas peças, resumos de jogos ou reportagens mais longos –, para ficar a conhecer o funcionamento e dinâmica dos diversos programas informáticos utilizados, neste caso o *Inews* e o *Qcut* (utilizado para a edição de som e/ou imagem dos *offs*, peças e reportagens). O facto de este trabalho de edição ser feito pelos jornalista – todos os jornalistas da editoria dominavam o programa de edição, recorrendo raras vezes aos editores de imagem –, permitiu-me um melhor conhecimento dessa ferramenta de trabalho que se veio a revelar fundamental para a elaboração das minhas peças durante o período de estágio.

Atentando no conjunto de tarefas que os jornalistas da editoria de *Desporto* tinham de conciliar no seu dia-a-dia, os estagiários que iam recebendo ao longo do ano mostravam-se uma mais valia e eram integrados na quipá de forma aprenderem rapidamente – e da melhor forma: fazendo – todos os procedimentos necessários para que pudessem contribuir no processo de construção e produção das peças noticiosas e dos programas que tinham a seu cargo. Quando terminei o estágio já me sentia totalmente integrado na equipa e, sobretudo, útil no sentido em que tinha uma série de tarefas que diariamente me eram atribuídas, enriquecendo o meu contributo e relevância para o bom funcionamento daquele departamento.

Com o passar do tempo as minhas funções iam ficando estabelecidas e, durante a semana, de segunda a sexta feira, no período da manhã, para além de ler o essencial dos principais jornais desportivos assim que chegava à redação, ficava no *SportsDesk*, sozinho ou com outro jornalista, a responder às solicitações dos meus coordenadores e dos editores da *TVI24* quando eram necessário cortar vivos ou fazer *offs* para os noticiários do canal de informação. Para além disso, colaborava também com os jornalistas que tinham peças para o *Jornal da Uma*, caso fosse necessário legendar peças, produzir alguns grafismos ou reunir algumas imagens, que já estivessem arquivadas, para as suas peças.

Durante a tarde, ainda que acumulando com as tarefas da parte da manhã, estava, por norma, orientado para a edição da tarde do programa diário *Mais Bastidores* ou *Mais Transferências* – e à sexta feira também para o *Mais Futebol* – para os quais editava e alocava no alinhamento todos os *clips* de pintura necessários, bem como os grafismos ou *leads* necessários de acordo com os temas debatidos em cada edição. Nestes programas, para

além de participar na sua preparação e edição antes do programar ir para o ar, estava ainda responsável por, durante a sua transmissão, cortar vivos dos comentadores e classificá-los para que pudessem ficar disponíveis nas plataformas digital da *TVI24* e na *TVI Player*.

Para além destas tarefas diárias, que me iam sendo requeridas à medida que me ia mostrando capaz de realizá-las, comecei desde o início do estágio e fazer as minhas próprias peças – ainda que fossem apenas uma forma de treinar visto que os estagiários não podiam dar voz às peças, e de mostrar o meu trabalho aos coordenadores para receber algum *feedback* –, algo que me permitiu tornar mais ágil no manusear do *Inews* e dos programas de edição de som e/ou imagem e, desse modo, alargar o leque de tarefas que progressivamente ia desempenhando na redação.

Durante a semana também tinha saídas em reportagem. As saídas para o terreno eram feitas, sobretudo, pelo jornalista estagiário. A minha primeira saída aconteceu logo no terceiro dia de estágio quando fui acompanhar um jornalista a uma conferência de imprensa de antevisão ao *Estádio de Alvalade*. Estava dado aquele que seria o primeiro passo para as minhas saídas da redação apenas com o repórter de imagem, o que aconteceu poucos dias depois, para acompanhar um treino do *Sporting CP* em Alcochete – algo vivido com algum nervosismo, mas a que rapidamente me habituei dada a frequência com estas saídas ocorriam.

Na verdade tinha que conciliar as minhas tarefas diárias na redação com as saídas que tinha várias vezes por semana, por vezes até mais do que uma no mesmo dia. De um modo geral eram para acompanhar as conferências de imprensa do *SL Benfica*, *Sporting CP* ou da *Seleção Nacional de Futebol*, alguns dos seus treinos que eram abertos à comunicação social ou para acompanhar, no aeroporto, a partidas das equipas mencionadas para jogos internacionais, por norma a meio da semana, e tentar recolher algumas declarações de jogadores, treinadores ou presidentes. Para além disso, fui também várias vezes ao *Estádio de Alvalade* acompanhar as diversas assembleias gerais que ocorreram naquele período e também tive a possibilidade de fazer um *vox pop* com os adeptos do *Belenenses FC* no *Estádio do Restelo*.

O facto de estas saídas da redação exigirem uma atitude mais passiva do jornalista – por exemplo as conferências de imprensa que, sendo transmitidas em direto, não exigiam que o jornalista aparecesse para abrir ou fechar o direto – era um fator determinante para que fossem atribuídas ao jornalista estagiário. O mesmo não acontecia durante o fim de semana.

Nestes dias, os de maior azafama naquela editoria, a gestão de recursos era muito apertada e havia que organizar um conjunto de profissionais que ia fazer diretos – muitas vezes desde as primeiras horas da manhã até à hora do jogo e com jornalistas destacados para diversos locais, um no estádio (dois nas horas que antecedem o encontro) e outro no centro de treinos – e outro que ficava na redação ou a apresentar e editar os programas especial dedicados ao futebol ou a fazerem os resumos dos diversos jogos que iam acontecendo durante o dia – para além dos de âmbito nacionais era também preciso estarmos atentos aos principais jogos das ligas de futebol mais prestigiadas a nível europeu ou onde se encontrem jogadores e/ou treinadores portugueses.

Nestes dias o meu trabalho passava, regra geral, pela redação e podia ser muito variado. O objetivo era contribuir tanto quanto possível para o desenvolvimento do conjunto alargado de tarefas necessárias ao correto desenrolar dos programas *Especial Pré-Match*, *Especial Ao Minuto* e *Especial Pós-Match*, e que exigiam de toda a equipa uma dedicação que começa logo nas primeiras horas do dia, antes dos jogos, se prolongava durante o momento em que estes estavam a decorrer, e terminava apenas depois dos treinadores saírem das salas de conferência de imprensa. Nestes dias, como nos outros, era também necessário estarmos atentos aos demais eventos marginais ao próprio desporto, mas que se encontrassem relacionados com ele, alimentando, com esses e com outros acontecimentos, os vários noticiários da *TVI* e *TVI24* e as plataformas digitais ao longo do dia.

Ainda que durante a semana pudesse haver dias mais calmos na editoria de desporto, a maior parte deles era marcada por uma certa agitação. Neste sentido, e considerando que com o passar do tempo eu ia sendo capaz de desempenhar cada vez mais funções – não podia, no entanto, fazer diretos e as minhas peças também não podiam ir para o ar –, progressivamente fui-me habituando às dinâmicas e ritmos do trabalho na redação e desenvolvendo as minhas tarefas mais rápido. Esta terá sido, porventura, uma das maiores dificuldades, especialmente nos primeiros dias, mas para o qual o apoio e incentivo dos coordenadores e colegas jornalistas foi fundamental.

Para além da rapidez e destreza necessárias a um jornalista nesta secção da redação, percebi também que na editoria de *Desporto* todos os seus profissionais montavam e editavam as suas peças sem recorrerem aos editores de imagem. Este foi um aspeto positivo que me permitiu também desenvolver as minhas técnicas no uso dessas ferramentas. O tipo de peças mais recorrentes eram as que estavam relacionadas com a antevisão dos jogos, as

sessões de treino dos atletas, alguma lesão mais grave que obrigasse a uma paragem mais prolongada de um atleta, dos resumos dos jogos, de transferências de jogadores, havendo também aquelas centradas em arbitragens polémicas, em questões financeiras e económicas inerentes à gestão dos clubes ou em declarações mais polémicas de treinadores e presidentes dos principais emblemas nacionais.

Para além do desafio de editar som e imagem, com as peças aprendi outros aspetos relacionados com a própria escrita jornalística em televisão. A escrita televisiva, com a qual ainda não me tinha deparado antes, é muito diferente da escrita mais formal a que estamos habituados, por exemplo, quando lemos um jornal. Em televisão não há tempo para o pormenor, nem tampouco para todos os detalhes. A comunicação tem, sobretudo, que ser eficaz – a mensagem tem que chegar rapidamente e da forma mais compreensível possível ao telespetador – e para isso utilizava-se, por norma, um discurso mais coloquial, informal, e rico do ponto de vista da originalidade – ao nível da escrita, fazendo uso de algumas figuras de estilo simples; da locução dos *offs*, com variações de animo e tom de acordo com os vários momentos da peça; e da própria edição, através da escolha das imagens adequadas e da harmonia que estabelecem com o texto e sons da peça –, para que se criassem, no fundo, conteúdos apelativos para o público. A par de todos estes aspetos, existia um outro, e talvez até um dos mais importantes e que podia determinar se a notícia entrava ou não no alinhamento, relacionado com a duração das peças. Nesta editoria as peças não podiam exceder, por norma, 1 minuto e 30 segundos ou por vezes até menos. O aspeto da duração foi também desafiante e tive sempre de ter em consideração em conjunto com todos os outros anteriormente referidos.

Ao nível editorial, a seleção dos vivos a alocar nos alinhamentos ou a utilizar nas peças foi também uma tarefa que se revelou carregada de aprendizagens. Para além de terem de ser curtos – em circunstâncias normais, apenas entre 20 a 40 segundos –, o que mais interessava das declarações de jogadores, treinadores ou presidentes não eram, muitas vezes, as explicações claras e coerentes sobre a tática desportiva da equipa ou a performance dos atletas depois de determinado encontro – para isso, talvez houvesse tempo no *Mais Futebol*, por exemplo –, mas sim aqueles momentos mais polémicos das conferências de imprensa em que, por vezes, os intervenientes adotavam uma postura e um tom mais exaltados e que causariam alguma discussão junto do público.

Durante os quatro meses em que estive na redação de informação da *TVI* e *TVI24*, senti-me absolutamente integrado naquela equipa de 13 profissionais (2 coordenadores mais 11 jornalistas) que – pelo incentivo, pela ajuda e pelos desafios que me colocavam, e outras tantas vezes pelas retificações e repreensões – acabaram por ser fundamentais na minha evolução e na superação dos meus erros e dificuldades. Quando terminei o estágio senti-me mais preparado – ainda que com um longo caminho a percorrer – para desempenhar as funções exigidas aos jornalistas, profissionais que, no caso dos da editoria de *Desporto* desta estação, são multifacetadas, orientados para o trabalho em equipa e com uma capacidade de resposta rápida e eficaz às diversas circunstâncias com as quais têm de lidar no seu quotidiano.

## CAPÍTULO V

### METODOLOGIA

#### 1. Objeto e problemática em estudo

No presente relatório de estágio – considerando a editoria na qual estive a trabalhar nos quatro meses de estágio – propõe-se o estudo do jornalismo desportivo na *TVI*, abordando mais concretamente a relevância que esta estação atribui às notícias desportivas e forma como é feita a cobertura dos eventos deste cariz nos principais serviços informativos do canal. Este tema encontra-se associado a várias áreas do meu interesse pessoal: televisão, jornalismo e desporto. O período de estágio na redação de informação da *TVI* e *TVI24* foi fundamental para perceber que existem muitas decisões a ser tomadas até que uma notícia seja transmitida para o telespetador – inclusivamente se determinado acontecimento merece ou não ser noticiado e que variáveis podem influenciar essa decisão.

No que diz respeito às matérias relacionadas com o desporto eram solicitadas, por vezes, notícias em vários formatos – isto é, em peça, *off*, grafismo ou vivos – tendo em consideração o noticiário em causa. Podia, por exemplo, ser pedido um *off* sobre determinado assunto para passar nos noticiários da *TVI24* durante todo o dia, no entanto, para o *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* esse *off* poderia não ser suficiente e o jornalista teria que fazer um peça que detalhasse mais a notícia ou vice-versa. Noutras situações acontecia que muitas das notícias de desporto que eram pedidas pelo editor dos noticiários da *TVI* caíam e acabavam por não fazer parte do alinhamento do noticiário.

Tendo em conta as situações acima descritas considerei que seria interessante desenvolver um trabalho académico que refletisse sobre os critérios editoriais da redação de informação da estação e qual o seu impacto na forma como as notícias de desporto são transmitidas para o telespetador.

#### 2. Objetivos do estudo

Na elaboração do estudo será dado particular ênfase a conteúdos informativos de índole desportiva procurando analisar não só a sua representatividade no seio dos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, mas também tentando perceber de que forma esses conteúdos são trabalhados até chegarem ao telespetador na forma de notícias. Com o intuito de recolher dados pertinentes para o estudo, serão analisadas 18 emissões de cada um dos serviços

noticiosos supramencionado. O estudo empírico pretende, deste modo, apurar quais as temáticas dominantes dos noticiários da *TVI*, bem como a duração e a posição das várias notícias alinhadas – para perceber de que forma estão enquadrados os conteúdos desportivos nos noticiários da *TVI* – e, numa análise mais detalhada apenas às notícias de desporto, perceber as suas características específicas relacionadas com o seu âmbito, a sua diversidade, a sua natureza ou a sua valência. Em suma, este estudo terá como objetivo mapear os conteúdos desportivos nos noticiários da *TVI*, ao traçar uma visão geral e detalhada dos mesmos prestando atenção às suas principais características.

Ainda que os principais objetivos do relatório de estágio sejam avaliar a representação assumida pelas notícias de desporto nos principais noticiários da *TVI* e analisar a forma como estes conteúdos informativos são trabalhados pelos profissionais da estação, a realização deste trabalho de investigação tem também na sua base motivações de índole pessoal e uma componente de investigação. A nível pessoal, este trabalho irá permitir a exploração de uma área de estudos pela qual me interessa: o jornalismo, em geral, mas mais particularmente o jornalismo televisivo e desportivo. Este trabalho tem ainda associada uma componente de investigação no sentido em que se pretende – atendendo aos objetivos a que se propõem e respondendo às questões que levanta – contribuir para a produção de conhecimento nesta área de estudos.

### **3. Questões de investigação**

Considerando a problemática e os principais objetivos que estão na base deste estudo foram delineadas duas questões de investigação e outras sub-questões que esclarecem, por um lado, o objeto e objetivos da análise empírica efetuada e permitem, por outro, direcionar a investigação para a implementação de determinados métodos que se afiguram como os mais adequados para que se possam responder a todas as questões e cumprir todos objetivos da investigação.

- Qual o relevo das notícias de desporto nos principais noticiários da *TVI*?
  - Constituem-se como uma das categorias dominantes destes noticiários?
  - Surgem em posições privilegiadas nos alinhamentos destes noticiários?
  - Existem espaços de comentário, rubricas, destaques, entrevistas, debates, ou grandes reportagens dedicados a esta temática nestes noticiários?

- Como são trabalhadas as notícias de desporto nos principais noticiários da *TVI*?
  - Quais as principais características ao nível do formato, forma, âmbito, natureza e valência das notícias?
  - Existe na cobertura mediática desportiva destes noticiários o predomínio de determinadas modalidades, clubes, seleções, atletas ou treinadores?

Com o intuito de encontrar respostas para as questões apresentadas a abordagem investigativa irá contemplar a análise a um conjunto de noticiários (cuja seleção é explicada no ponto 5, Amostra e horizonte temporal da investigação, deste capítulo) através do visionamento de várias emissões dos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* e da posterior categorização dos dados recolhidos.

#### **4. Estratégia metodológica**

Desde a fase mais embrionária do projeto de investigação até à realização do estudo, foram recolhidos dados que desempenharam um papel importante na definição do âmbito da investigação e da sua pertinência, objetivos e questões – numa fase mais inicial – e outros que – durante o processo investigativo – permitiram responder às perguntas levantadas.

Neste sentido, para o desenrolar da presente investigação concorreram dois tipos de dados: os dados secundários, que foram fundamentais na definição das primeiras etapas do projeto e na interpretação dos resultados obtidos – com particular destaque para o conjunto de leituras que formam a base teórica deste relatório e para a observação participante durante o período de estágio na redação de informação da *TVI* e *TVI24* –; e os dados primários que – resultando da análise efetuada aos conteúdos dos noticiários em estudo – permitiram estabelecer um conjunto de variáveis – perceber o seu comportamento e as relações que estabeleciam entre si – que se revelaram essenciais para cumprir os objetivos da investigação bem como responder às suas questões.

##### **4.1. Dados secundários**

As leituras efetuadas permitiram perceber que os noticiários televisivos desempenham um papel ativo na construção e estruturação social de determinada realidade, ao mostrarem tudo aquilo que importa à sociedade e que dá forma ao contexto do nosso dia-a-dia. O meio televisivo tem-se revelado, portanto, fundamental não só no processo de aquisição de

conhecimentos e informações da sociedade mas também na partilha de saberes entre a comunidade (Santos, 1997: 158; Soares *et al*, 2008: 2548-2549; Brandão, 2011: 752).

A televisão domina os valores e os quadros de referência dos cidadão e, mesmo que nos dias de hoje as janelas para o mundo sejam cada vez mais, a televisão permite, ainda assim, que o «mundo entre em nossas casas», oferecendo-nos significativas interpretações e modos de compreendermos os acontecimentos que são selecionados para serem noticiados. A informação televisiva tem, deste modo, pelo seu poder de representatividade e visibilidade, um papel determinante na representação que faz da realidade e na formação de uma sociedade «mais humana, pluralista e com elevados sentido de responsabilidade social e de cidadania» (Brandão, 2010: 38).

No que diz respeito ao enquadramento teórico da investigação ficou também clara a relação histórica entre os *media* e o desporto e o papel que os meios de comunicação tiveram, ao longo dos anos, na promoção e divulgação do desporto, nomeadamente do futebol, na sociedade (Gouveia, 2018: 28). Para além disso, o papel social fundamental das modalidades desportivas no desenvolvimento de uma ideia de nação e consolidação do vínculo nacional foi também um dos aspetos referidos por vários autores (Lopes, 2003: 94; Silva, 2006: 55).

Ainda que Portugal não seja o único país em que «o futebol tem um papel importante na construção, reprodução e imaginação da chamada identidade nacional» – e a prova disso é que o hino nacional cantado em coro nos estádios, «não sendo fácil lembrar outros locais e momentos em que atualmente se cante o hino nacional em coro», demonstra importância da modalidade em termos de celebração da nação um pouco por todo o planeta –, o nosso caso destaca-se porque faz parte do conjunto de países em que «a produção da identidade nacional está, sobretudo, concentrada no futebol» (Coelho *et al*, 2006: 523).

Estes são apenas alguns dos contextos que permitiram, por um lado, contribuir para a definição do âmbito do estudo e dos seus principais objetivos e questões e, por outro, demonstrar a pertinência de uma investigação em torno do jornalismo – neste caso concreto, não apenas do jornalismo, mas do jornalismo televisivo numa área específica, a desportiva, que, como percebemos, tem uma grande preponderância na nossa sociedade.

Dos dados secundários faz parte ainda a observação participante que durante os quatro meses de estágio permitiram – por observação direta, através de conversas com os jornalistas profissionais ou mediante os vários contexto de trabalho jornalístico que experienciei – reunir um conjunto de informações que me fizeram questionar as práticas jornalistas no

editoria de *Desporto* da redação da *TVI* e *TVI24*. Deste modo, não só a base teórica desenvolvida nos primeiros capítulos do relatório (Capítulos I, II e III), mas também o contexto profissional experienciado (descrito no Capítulo IV) revelaram elementos fundamentais que revestem a presente investigação de grande pertinência e permitiram não só – numa fase inicial – estabelecer o âmbito do estudo, com os seus objetivos e questões, como também – numa etapa mais avançada da investigação – contextualizar a análise dos dados primários e ajudar a enquadrar as principais conclusões do estudo.

#### **4.2. Dados primários**

Os dados primários, recolhidos através do visionamento de um conjunto de transmissões dos principais noticiários da *TVI*, constituem uma das componentes mais relevantes para cumprir os objetivos propostos e responder às questões que o estudo pretende responder. Neste sentido, na fase de recolha destes dados é fundamental criar um modelo de análise de notícias. No estudo em causa será um modelo adaptado com base nas investigações desenvolvidos por Nuno Goulart Brandão (em 2002, 2010 e 2011) e por Gustavo Cardoso e Décio Telo (2018). No entanto, as unidades de registo – adaptadas a partir dos estudos mencionados – serão apenas semiestructuras, com algumas categorias definidas previamente e com a formação de novas durante o visionamento do conteúdo em análise.

A partir do visionamento de cada uma das emissões em análise será possível catalogar toda a informação recolhida e, dessa forma, possibilitar o tratamento e análise dos dados de uma forma predominantemente quantitativa com recursos às ferramentas informáticas necessárias. A escolha deste método revelou-se a mais adequada tendo em consideração as questões de investigação levantadas e os objetivos definidos para o estudo.

A recolha dos dados primários incide sobre duas vertentes distintas e permite, por um lado, estabelecer uma macro análise com o objetivo de perceber a preponderância que as notícias de desporto adquirem face às outras categorias e temas nos boletins informativos em estudo e, por outro, compreender, através de uma micro análise focada nos conteúdos desportivos, quais são os principais conteúdos produzidos nesta secção da redação e de que forma é que as notícias são trabalhadas pelos profissionais da editoria de *Desporto* a fim de incorporarem o alinhamento dos principais noticiários do canal generalista.

No que diz respeito às variáveis para a macro análise será necessário recolher os dados referentes às **categorias** e aos **temas** das notícias, mas também à sua **duração** e **posicionamento** no alinhamento. Para além disso, será também importante perceber se existem, nos dos noticiários em estudo, **outros espaços informativos** e sobre que categorias incidem (ver **Anexo A, Quadro A1**).

Relativamente à **categoria** de cada notícia, que descreve a área temática mais ampla da notícia – enquanto os **temas**, funcionando como subcategorias, permitem a identificação do foco da notícia –, é de salientar o especial relevo desta variável no sentido em que permite averiguar que tipo conteúdos noticiosos são mais abordados nos noticiários em causa. No contexto desta investigação foram considerados os estudos acima mencionados – Nuno Goulart Brandão (2002, 2010 e 2011) e por Gustavo Cardoso e Décio Telo (2018) – para a denominação das classes que a variável **categoria** pode assumir. Deste modo cada notícia será enquadrada, no contexto desta variável, em uma das desaseis classes possíveis:

- Política nacional
- Política internacional
- Economia e trabalho
- Justiça
- Acidentes e catástrofes
- Segurança e defesa
- Desporto
- Saúde
- Questões Sociais
- Ambiente
- Diversos
- Relações internacionais
- Mobilidade, território e infraestruturas
- Educação e ciência
- Artes e Cultura
- Religião

Cada uma destas categorias estará ainda subdividida em **temas** que indicam, de forma mais específica do que as categorias, o assunto sobre os quais incidem os acontecimentos

noticiados. Neste sentido, a cada uma das categorias referidas estão associados os seguintes temas:

- Política nacional
  - Governação e partidos
  - Crise política
  - Crise política interna
  - Eleições
- Política internacional
  - Governação e partidos a nível internacional
  - Eleições internacionais
  - Crise política em países estrangeiros
- Economia e trabalho
  - Trabalho, emprego e reforma
  - Atividade económica (comércio, indústria, agricultura e pescas)
  - Indicadores económicos
  - Impostos e fiscalidade
  - Economia familiar
  - Greves e Protestos
  - Setor bancário e financeiro
- Justiça
  - Crime económico-financeiro e corrupção
  - Lobbying, ética e conduta
  - Justiça, tribunais e interrogatórios
- Acidentes e catástrofes
  - Acidentes
  - Catástrofes Naturais
  - Pequenos sismos/incêndios
- Segurança e defesa
  - Atentados e insegurança
  - Criminalidade em geral
  - Forças armadas e defesa nacional
  - Homicídios e suicídios

- Guerra e conflitos armados
- Violência no desporto
- Crime organizado
- Forças policiais e proteção civil
- Outros
- Desporto
  - Futebol
  - Outras modalidades
- Saúde
  - Saúde e cuidados médicos
  - Surtos e doenças contagiosas
  - Saúde e segurança alimentar
- Questões Sociais
  - Serviços sociais
  - Desigualdades sociais e cidadania
  - Questões de género e assédio
  - Migrações e refugiados
  - Demografia, natalidade e família
  - Pobreza
- Ambiente
  - Estado do tempo
  - Alterações climáticas e poluição
  - Utilização de recursos
- Diversos
  - Celebridades e figuras públicas
  - Obituários
  - Efemérides, feriados e celebrações
  - Insólitos e curiosidades
  - Lazer, animais e gastronomia
  - Moda
  - Tecnologia
- Relações internacionais

- Crise e tensão diplomática
- Relações diplomáticas
- Mobilidade, território e infraestruturas
  - Mobilidade e transporte em geral
  - Organização do território
  - Investimento, construção e requalificação
- Educação e ciência
  - Educação e ensino
  - Investigação e descobertas científicas
  - Segurança nas escolas e praxes
- Artes e cultura
  - Expressão artística e eventos culturais
  - Património cultural e memória histórica
- Religião
  - Expressão artística e eventos culturais
  - Património cultural e memória histórica

Outra variável de revelo está relacionada com a **duração** de cada notícia, uma vez que nos irá permitir aferir quais as categorias de notícias que ocupam mais tempo nos noticiários em estudo e, desse modo, identificar quais as categorias com maior representação, olhando não apenas para o volume de notícias de cada uma das categorias, mas também para o tempo que lhe é dedicado em cada noticiário. Para a análise desta variável não foram consideradas classes e, desse modo, serão registados os valores exatos da duração de cada notícia.

Nos que diz respeito ao alinhamento do serviço noticioso, será registado o **posicionamento** em que surgem todas as notícias dos noticiários em análise. Deste modo, todas as notícias vão ser classificadas de acordo com uma das quatro classes possíveis: «Primeira parte», onde se encontram todas as notícias transmitidas antes do intervalo do noticiário; «Segunda parte», que constitui o período da emissão do serviço noticioso que decorre depois do intervalo; «Notícia de abertura», a primeira notícia transmitida nos noticiários; e «Notícia de fecho», a última notícia veiculada nos serviços noticiosos em estudo.

Atentando nos **outros espaço informativos** que podem integrar os noticiários da *TVI*, será feito o registo das categorias sobre os quais incidem e serão classificados de acordo com

as seguintes classes: «Destaques», pequenos excertos de notícias que serão abordadas no noticiário que pretendem cativar a audiência de forma a que o telespetador continue a acompanhar o noticiário; «Grandes Reportagens», trabalhos jornalísticos de fundo, geralmente mais longos e com um nível de detalhe elevados no que diz respeito aos eventos ou acontecimentos tratados; «Rubricas», espaços ou secções regulares, no que diz respeito à sua periodicidade, nos noticiários, dedicados a temas específicos e, de um modo geral, sempre com os mesmos intervenientes; «Entrevistas», todos os momentos em que o *pivot* apresenta e questiona um ou vários convidados para esclarecerem determinados temas sempre a atualidade o exija; «Comentários», quando são convidados dos noticiários da TVI diversos colaboradores da estação que desempenham a função de comentadores nos programas informativos especializados em determinadas temáticas – política, economia, desporto, justiça – emitidos na TVI24; ou «Debates», sempre que são convidados para estúdio dois ou mais intervenientes que procuram esclarecer temas que marcam a atualidade através da argumentação e discussão de diferentes perspetivas.

Olhando agora para as variáveis da micro análise, será necessário recolher os dados referentes apenas às notícias da categoria «Desporto» ao nível do **formato** dessas notícias, da **forma**, do **âmbito**, das **modalidades**, da **diversidade**, da **natureza**, da **valência** e do **conteúdo jornalístico** (ver Anexo A, Quadro A2).

Considerando agora o **formato** das notícias de desporto, as informações transmitidas serão distinguidas entre «Peças» – textos audiovisuais que incluem a edição de imagem dos acontecimentos noticiados e a voz *off* do jornalista, que acrescenta informações complementares àquelas que as imagens, só por si, transmitem –, «*Offs*» – notícias apresentadas pelo *pivot* sem que tenha sido produzida previamente uma «Peça» por um jornalista e, nesse sentido, ainda que sejam transmitidas imagens, a descrição dos acontecimentos noticiados é feita pelo *pivot* em voz *off* –, «Grafismos» – o mesmo que «*Offs*», no entanto o suporte gráfico não são imagens dos acontecimentos, mas imagens estáticas como gráficos ou tabelas –, e «Vivos» – declaração feitas em frente à câmara, no caso deste estudo, por intervenientes associados ao mundo desportivo.

Outra variável de interesse está relacionada com a **forma** como a informação desportiva é transmitida ao telespetador. Assim, categorizar-se-á cada notícia desta temática como sendo transmitida em «Direto» – quando existe um repórter no local dos acontecimentos que estão a ser noticiados e este entra em direto no noticiário a partir desse

lugar –, em «Diferido» – quando o pivô de informação introduz uma notícia que posteriormente será apresentada ao telespetador através de um «*Off*» ou uma «Peça» jornalística previamente desenvolvida – e, finalmente, através de um «Relato misto», que mais não é do que a combinação das duas formas de transmissão anteriormente mencionadas.

Olhando para outros aspetos das notícias de desporto será tido em consideração o **âmbito** de cada notícia e nesta variável irá definir-se se as informações veiculadas são de âmbito «Nacional» – nesta classe enquadram-se todos os acontecimentos que decorram em território nacional ou os que, decorrendo fora de Portugal, envolvam equipas ou clubes portugueses – ou «Internacional» – todos os acontecimentos desportivos que decorram fora de Portugal não envolvam qualquer clube ou equipa portuguesa.

No que diz respeito às **modalidades** alvo de notícia nos noticiários analisados será feito o registo através das classes «Futebol», «Andebol», «Hóquei» ou «Ténis», para se perceber a relevância de cada uma delas. Ao longo da investigação estas classes podem sofrer alterações – motivando a existência de mais classes – tendo em consideração os conteúdos noticiosos analisados. No que concerne à **diversidade** de temas desportivos será feito o levantamento de «Clubes portugueses», «Clubes internacionais», «Instituições», «Seleções», «Jogadores», «Treinadores» e «Presidentes».

No que concerne à **natureza** das notícias distinguir-se-á entre «*Soft news*», «*Hard news*» e «Autoinformação». A primeira categoria remete para todas as notícias que não se inserem na atualidade noticiosa e, por isso, não existe a necessidade de serem avançadas num dia concreto, ou seja, são notícias sem caducidade incidindo em acontecimentos circunstanciais. Por seu turno, as «*Hard news*» contemplam todos os conteúdos noticiosos que marcam a atualidade informativa e que, desse modo, exigem uma divulgação rápida e urgente, dada a possibilidade de obsolescimento (Shoemaker et al, 2006; Lehman-Wilzig *et al*, 2010). Ainda no que diz respeito à natureza das notícias, registaram-se também as peças noticiosas que fazem referência à própria atividade da estação televisa que as emite – sendo concebidas, por exemplo, para anunciarem a transmissão de determinado evento desportivo no canal –, na classe denominada «Autoinformação».

Será também importante compreender a **valência/tom** inerente em cada notícia. Nesta variável e a fim de minimizar a subjetividade do investigador, a categorização da valência/tom de cada notícia em «Predominantemente positiva», «Predominantemente negativa» ou «Neutra», terá em consideração aspetos como: o semblante do pivô de

informação bem como a linguagem e o tom de voz adotado por este, as informações contidas nos *leads*, o contexto em que surgiam os intervenientes das peças noticiosas bem como os seus estados de espírito e, por fim, as músicas/*sons de background* e o tom da *voz-off* que acompanham as peças noticiosas. Ademais, o tom «Predominantemente positivo» será associado a todas as notícias em que os intervenientes transmitem uma imagem positiva ou um ângulo favorável onde surgem, regra geral, contextos relacionados com o sucesso, conquistas, prosperidade, entusiasmo, benefícios, vitória, apoio popular, aceitação pública, persistência, esperança, otimismo em relação ao futuro e expectativas positivas. Já no que diz respeito ao tom «Predominantemente negativo» a imagem transmitida pelos intervenientes nos acontecimentos tende a ser negativa e estes estão associados ao falhanço, fiasco, desastre, crise, frustração, colapso, derrota, negligência, incompetência, pessimismo quanto ao futuro, revolta popular, rejeição pública, falta de esperança e expectativas negativas. Todas as notícias que transmitam uma imagem equilibrada ou um ângulo ambivalente – não contendo alusões ou referências enquadradas nos indicadores referidos acima e existindo um equilíbrio entre as referências positivas e negativas – devem ser classificadas com a valência «Neutra» (Patterson, 2000; Kovach *et al*, 2004; Lengauer *et al*, 2012).

A variável que se denominou por **conteúdo jornalístico**, vai permitir segmentar cada uma das notícias da categoria «Desporto» em classes como: «Antevisão», «Celebração/Prémio», «Despedimento/Demissão», «Resumo», «Transferência», «Treino», «Declarações pós-jogo» e «Outros».

A construção do desenho metodológico apresentado, assente num modelo de estudo com um amplo conjunto de variáveis, beneficia da base teórica adquirida pelo investigador e da observação participante durante o estágio – elementos que disponibilizaram ferramentas importante para a organização das grelhas de análise e para a classificação de notícias enquanto objeto de estudo – e tem como principais preocupações atender aos objetivos a que a investigação se propõe e responder às questões levantadas (ver **Anexo B**).

## **5. Amostra e horizonte temporal da investigação**

Na estratégia metodológica definida, desenhada para identificar as opções da editoria de *Desporto* da redação da *TVI* e *TVI24* e as suas rotinas na produção noticiosa de conteúdos desportivos, vão estar em estudo os dois principais noticiários da estação generalista *TVI* e,

nesse sentido, serão consideradas para análise as notícias do *Jornal da Uma* e do *Jornal das 8*.

A amostra foi selecionada considerando os noticiários acima referidos e teve em conta o período de estágio, incluindo os noticiários entre os dias 1 de outubro de 2018 e 30 de janeiro de 2019. Ainda que este período de análise tenha sido selecionado atendendo aos princípios de uma amostra estratificada, houve também a necessidade de averiguar, recorrendo à plataforma digital *TVI Player*, a acessibilidade à totalidade das emissões que seriam analisadas.

A amostra será, portanto, estratificada, sendo alvo de análise os noticiários da primeira segunda feira do mês de outubro (1 de outubro); na semana seguinte serão analisados os noticiários de terça feira (9 de outubro), na seguinte vão ser considerados para análise os boletins informativos de quarta feira (17 de outubro) e assim sucessivamente (ver **Anexo C**). No total são 18 dias de análise o que significa que a amostra é constituída por 36 noticiários (18 emissões do *Jornal da Uma* e 18 do *Jornal das 8*). Serão analisados apenas noticiários de dias úteis no sentido em que o processo noticioso na redação de informação da *TVI* é, como descrito no *Capítulo IV* deste relatório, diferente durante o período de fim de semana.

A amostra foi selecionada deste modo com o objetivo de obter um conjunto de unidades amostrais representativas (analisado um dia por semana ao longo de 18 semanas ao invés de analisar, por exemplo, uma semana seguida em cada mês ao longo de quatro meses) de forma a evitar qualquer enviesamento dos resultados que pudesse ser condicionado por dias de análise viciados nos mesmos acontecimentos. A seleção da amostra foi, neste contexto, um aspeto a ter em especial atenção para que os objetivos de investigação e as respostas às questões não ficassem comprometidos.

## **6. Limitações ao estudo**

A metodologia apresentada foi traçada tendo em consideração os objetivos e as questões de investigação e, dessa forma, o desenho metodológico está ajustado de forma a atingir os objetivos a que o estudo se propõe e responder às questões colocadas. Ainda assim, o método escolhido sairia enriquecido se complementado com entrevistas aos coordenadores da editoria de *Desporto* da *TVI* bem como aos editores dos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* – o que não aconteceu devido a constrangimentos de tempo e disponibilidade – para que pudessem ser confrontados com as análises e resultados obtidos.

## CAPÍTULO VI

### ESTUDO DE CASO: AS NOTÍCIAS DE DESPORTO NOS NOTICIÁRIOS *JORNAL DA UMA E JORNAL DAS 8 DA TVI*

#### 1. Apresentação e caracterização dos dados recolhidos

Depois de delineados os métodos de investigação – tendo em consideração os objetivos e questões de investigação – que orientaram a recolha adequada dos dados, proceder-se-á, nesta secção do relatório, ao estudo das variáveis considerando o campo de análise em que cada uma se enquadra, isto é, macro análise ou micro análise. Para além disso, neste capítulo serão ainda encontradas respostas para todas as questões de investigação colocadas, apresentadas as principais reflexões sobre os resultados alcançados e apontadas pistas futuras de investigação que possam complementar o presente estudo.

De entre os 36 noticiários analisados – 18 referentes ao *Jornal da Uma* e 18 correspondentes ao *Jornal das 8* – foram visionadas 39 horas e 24 minutos de emissão, o que corresponde ao registo de 985 notícias – que representam 30 horas e 56 minutos – e de 190 outros espaços de informação como destaques, grandes reportagens, rubricas, entrevistas, espaços de comentário ou debate – que totalizam 8 horas e 28 minutos das emissões analisadas.

#### 2. Estudo das variáveis enquadradas na macro análise

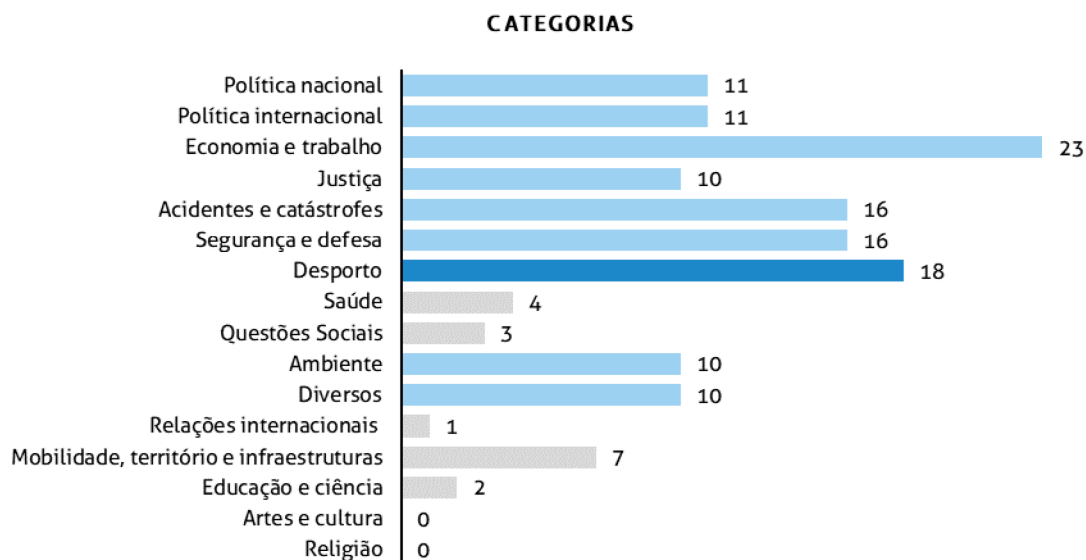
Neste subcapítulo, para se enquadrar a ocorrência das notícias alusivas ao desporto face às restantes, perceber qual o posicionamento destas nos alinhamentos dos noticiários analisados e examinar com que frequência os conteúdos de índole desportiva motivam a existência de outros espaços de informação no seio dos noticiários, serão analisadas cinco variáveis: **categoria** das notícias; **tema** das notícias; **posicionamento** das notícias; **outros espaços informativos**; e **duração** das notícias.

##### 2.1. Categoria das notícias

Relativamente à **categoria** das notícias foram classificadas todas as notícias em estudo de tal forma que a cada uma delas foi associada uma das dezasseis classes possíveis: «Política nacional», «Política internacional», «Economia e trabalho», «Justiça», «Acidentes e catástrofes», «Segurança e defesa», «Desporto», «Saúde», «Questões Sociais»,

«Ambiente», «Diversos», «Relações internacionais», «Mobilidade, território e infraestruturas», «Educação e ciência», «Artes e cultura» e «Religião».

Analisando os dados através da segmentação do horizonte temporal em estudo (por meses) e do tipo de noticiário (*Jornal da Uma* e *Jornal das 8*) será possível perceber, durante os quatro meses analisados, a frequência relativa da categoria desporto em cada tipo de noticiário.



**Gráfico 1:** Categorias abordadas no *Jornal da Uma* durante o mês de outubro

**Fonte:** Elaboração própria

Iniciando a análise pelo mês de outubro e pelo *Jornal da Uma* (ver **Gráfico 1**) é possível identificar, nos quatro noticiários, a categoria «Economia e trabalho» como dominante, agregando 16,2% das 142 notícias. A esta categoria segue-se o «Desporto», que representa 12,7% de todas as notícias transmitidas pelo *Jornal da Uma*. Na terceira posição surgem as notícias alusivas a «Acidentes e Catástrofes» e «Segurança e Defesa», somando, cada uma, 11,3% das notícias transmitidas. Ainda que com uma representação significativamente menor, completam o top 5 deste período as notícias enquadradas nas categorias «Política nacional» e «Política internacional», com uma representação de 7,7% cada, e «Justiça», «Ambiente» e «Diversos» que representam, cada uma, cerca de 7% das notícias analisadas no período em questão.

Prosseguindo a análise ainda no mês de outubro mas averiguando agora o *Jornal das 8* (ver **Gráfico 2**), percebe-se que a categoria «Economia e trabalho» surge ainda mais destacada face às restantes, somando 20,2% das notícias. Em seguida aparecem, novamente,

as notícias relativas à categoria «Desporto» com uma representação de 12,1% nas 99 notícias dos quatro *Jornal das 8* analisados em outubro. A terceira posição, com 11,1% cada, é ocupada pelas categorias «Justiça» e «Segurança e Defesa». As notícias referentes à categoria «Diversos» têm um peso de 10,1% em todas as notícias deste período de análise enquanto a cobertura da «Política nacional» representa 7,1% das notícias abordadas neste noticiário durante o mês de outubro.



**Gráfico 2:** Categorias abordadas no *Jornal das 8* durante o mês de outubro

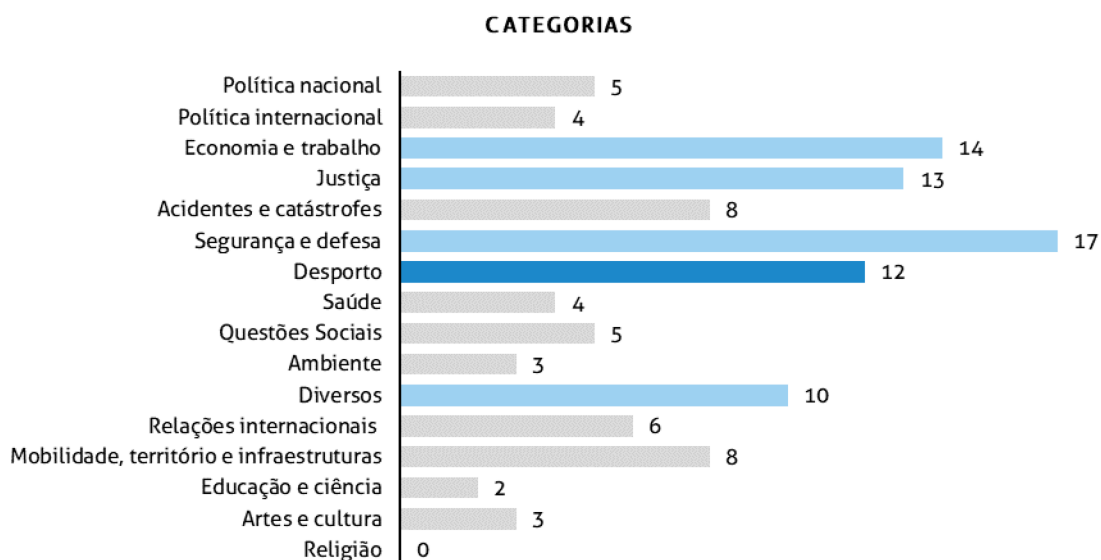
**Fonte:** Elaboração própria



**Gráfico 3:** Categorias abordadas no *Jornal da Uma* durante o mês de novembro

**Fonte:** Elaboração própria

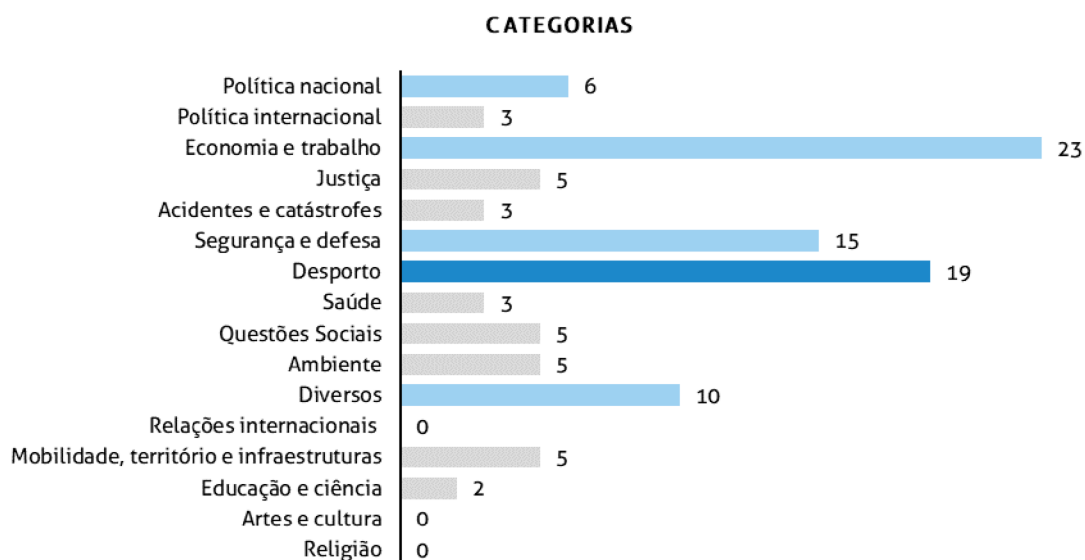
No mês de novembro, nas cinco emissões do *Jornal da Uma* (ver **Gráfico 3**) verificou-se que no conjunto das 122 notícias registadas, 20 referem-se à categoria «Desporto», o que corresponde a 16,4% do total de notícias do período. Já os temas alusivos a «Economia e trabalho» são abordados em 15,6% do conjunto das notícias. No mesmo horizonte temporal, as notícias referentes às categorias «Justiça» e «Diversos» correspondem, cada uma, a 9,8% da cobertura noticiosa do *Jornal da Uma*. Depois seguem as notícias sobre «Segurança e defesa» e sobre «Acidentes e catástrofes» cuja representação é, respetivamente, de 9% e de 8,2%.



**Gráfico 4:** Categorias abordadas no *Jornal das 8* durante o mês de novembro

**Fonte:** Elaboração própria

Ainda no mês de novembro mas atentando no *Jornal das 8* (ver **Gráfico 4**), «Segurança e defesa» é a categoria com maior volume de notícias, agregando 14,9% de todos os conteúdos noticiados. Em seguida surgem as categorias «Economia e trabalho» e «Justiça» com uma representação de 12,3% e 11,4%, respetivamente. As notícias de «Desporto», que haviam ocupado a primeira posição nos noticiários da hora de almoço do mês de novembro, surgem, no *Jornal das 8*, na quarta posição com uma cobertura informativa que representa 10,5% do total das 114 notícias veiculadas nas 5 emissões do *Jornal das 8* analisadas durante o mês de novembro. Ainda como uma das categorias mais noticiadas, com uma representação de 8,8%, surge neste horizonte temporal a categoria «Diversos».

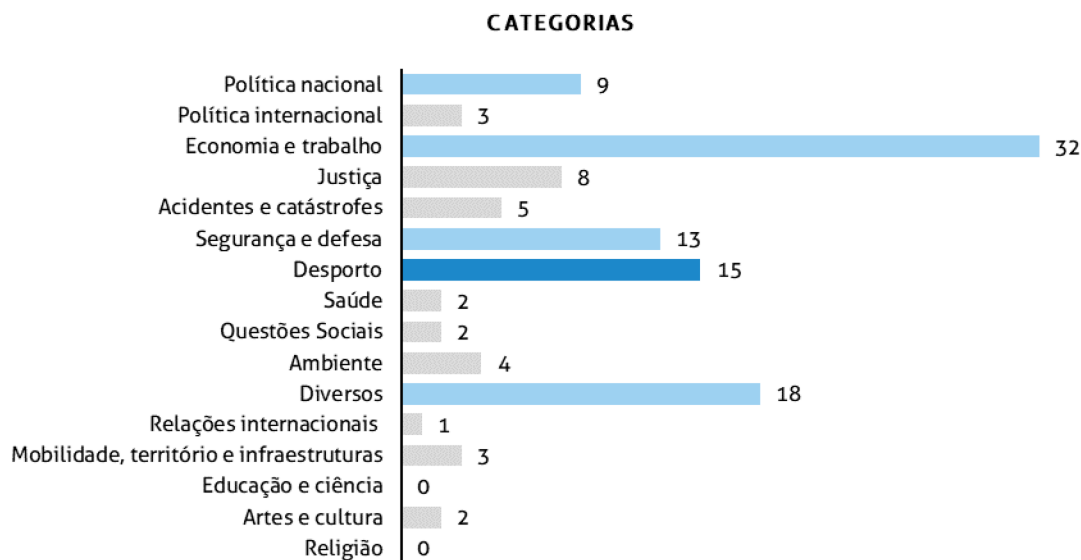


**Gráfico 5:** Categorias abordadas no *Jornal da Uma* durante o mês de dezembro  
**Fonte:** Elaboração própria

Durante o mês de dezembro foram alvo de análise quatro emissões do *Jornal da Uma* (ver **Gráfico 5**) nas quais foi dado maior destaque às notícias alusivas à categoria «Economia e trabalho» que somam 22,1% das 104 notícias examinadas no período em questão. Na segunda posição surgem as notícias de «Desporto» que representam 18,3% de todas as notícias avançadas. Depois aparecem as notícias que se enquadram nas categorias «Segurança e defesa» e «Diversos» que acumulam, respetivamente, 14,4% e 9,6% das notícias consideradas nesta análise. Com uma representação significativamente menor, 5,8%, a «Política nacional» surge como a quinta categoria mais mencionada nas emissões do *Jornal da Uma* analisadas durante o mês de dezembro.

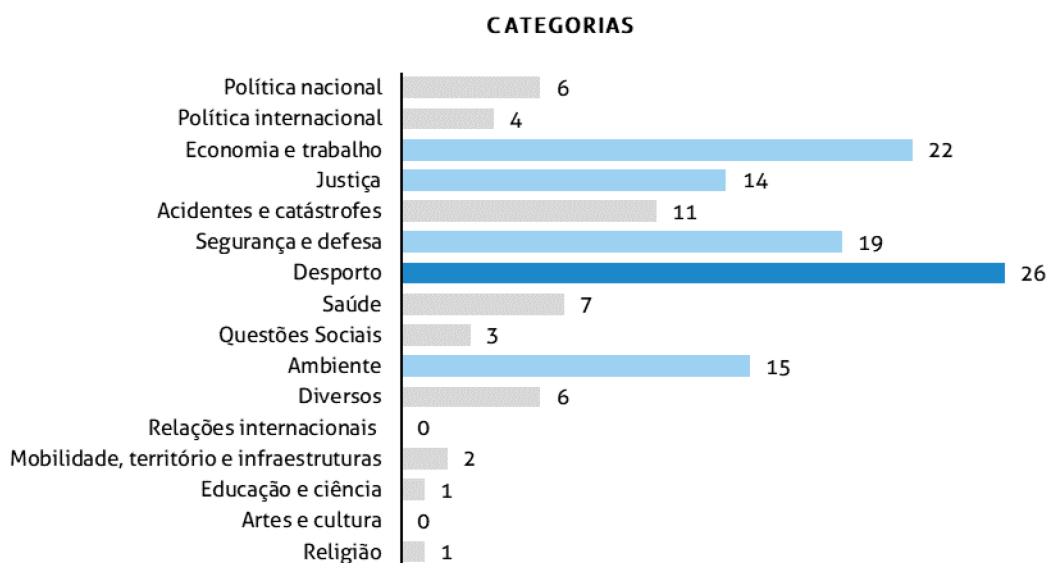
Nas quatro emissões do *Jornal das 8* analisadas durante o mês de dezembro (ver **Gráfico 6**) surgem exatamente as mesmas cinco categorias dominantes ainda que com algumas diferenças quanto à sua posição relativa. Na primeira posição das notícias com maior cobertura aparecem, novamente, aqueles associadas à categoria «Economia e trabalho» que representam mais de um quarto das 117 notícias veiculadas, representando 27,4% dessas notícias. Com uma diferença superior a dez pontos percentuais surge de seguida a categoria «Diversos» com uma representação de 15,4%. Na terceira posição aparece a categoria «Desporto» com 15 notícias que representam 12,8% da cobertura noticiosa feita por este serviço noticioso. No conjunto das categorias mais representadas surgem ainda «Segurança e defesa» e «Política nacional» que representam, respetivamente,

11,1% e 7,7% das notícias emitidas.



**Gráfico 6:** Categorias abordadas no *Jornal das 8* durante o mês de dezembro

**Fonte:** Elaboração própria

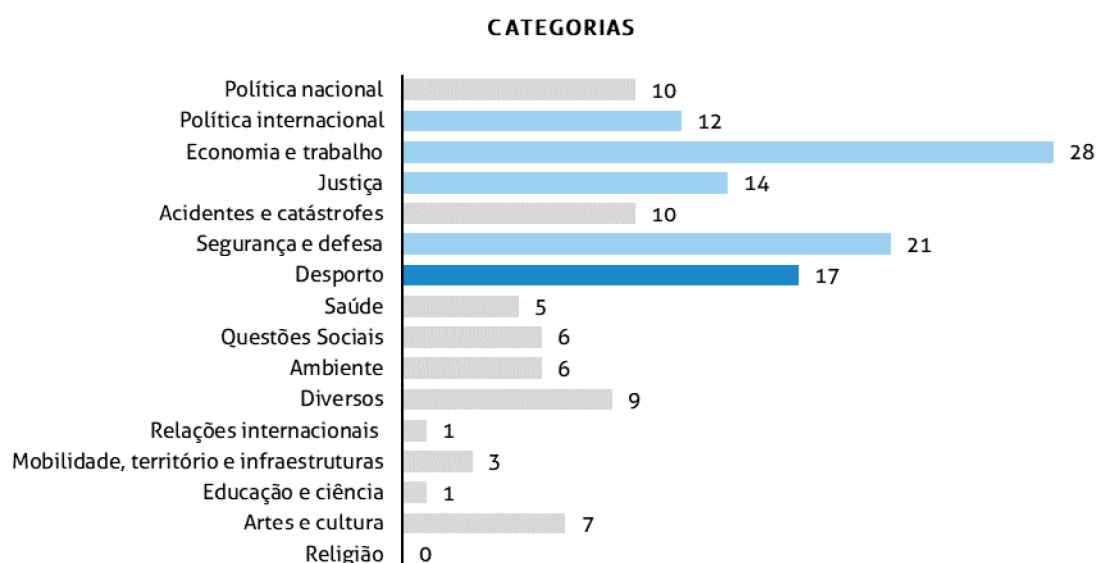


**Gráfico 7:** Categorias abordadas no *Jornal da Uma* durante o mês de janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

No último mês de análise, janeiro, as cinco emissões do *Jornal da Uma* (ver **Gráfico 7**) contemplaram 137 notícias das quais 26, praticamente um quinto, correspondem à categoria «Desporto» que assume um peso de 19%. A segunda categoria com maior cobertura noticiosa neste noticiário é «Economia e trabalho» cuja representação atinge os 16,1%. De seguida surge a categoria «Segurança e defesa» com 19 notícias que representam

13,9% do conjunto de notícias. A fechar o conjunto das 5 categorias mais representadas surgem com 10,9% e 10,2%, respetivamente, as notícias de «Ambiente» e de «Justiça».



**Gráfico 8:** Categorias abordadas no *Jornal das 8* durante o mês de janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

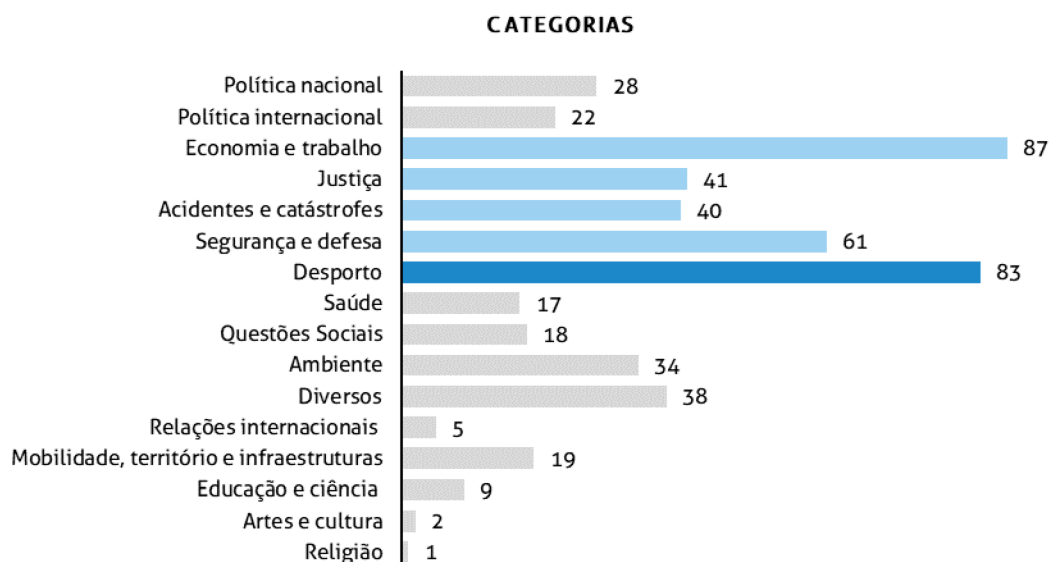
No que diz respeito à análise ao noticiário *Jornal das 8* durante o mês de janeiro (ver **Gráfico 8**) observa-se que a categoria «Economia e trabalho» é a mais mencionada, agregando 18,7% da cobertura noticiosa. A categoria «Segurança e defesa» aparece como a segunda mais noticiada e soma 14% das notícias. Na terceira posição, com 17 das 150 notícias avançadas nas emissões do *Jornal das 8* analisadas em janeiro, surge a categoria «Desporto», representando 11,3% das notícias. Com menos de dez pontos percentuais surgem, na quarta e quinta posições, com 9,3% e 8% respetivamente, as categorias «Justiça» e «Política internacional».

De acordo com os dados recolhidos é também possível, olhando para os elementos referentes a cada um dos jornais independentemente do mês, perceber qual o volume da cobertura noticiosa das diferentes categorias tendo em consideração apenas o noticiário.

Deste modo, no *Jornal da Uma* (ver **Gráfico 9**), as duas categorias que foram alvo de maior cobertura noticiosa são, com menos de um ponto percentual de diferença, «Economia e trabalho» e «Desporto». Enquanto a primeira engloba 87 das 505 notícias emitidas nas 18 emissões do *Jornal da Uma* analisadas, o que corresponde a 17,2%, a segunda totaliza 83 notícias e, por isso, representa 16,4% da cobertura informativa do noticiário referido. De seguida surgem as notícias que abordam temas relacionados com «Segurança e defesa», que

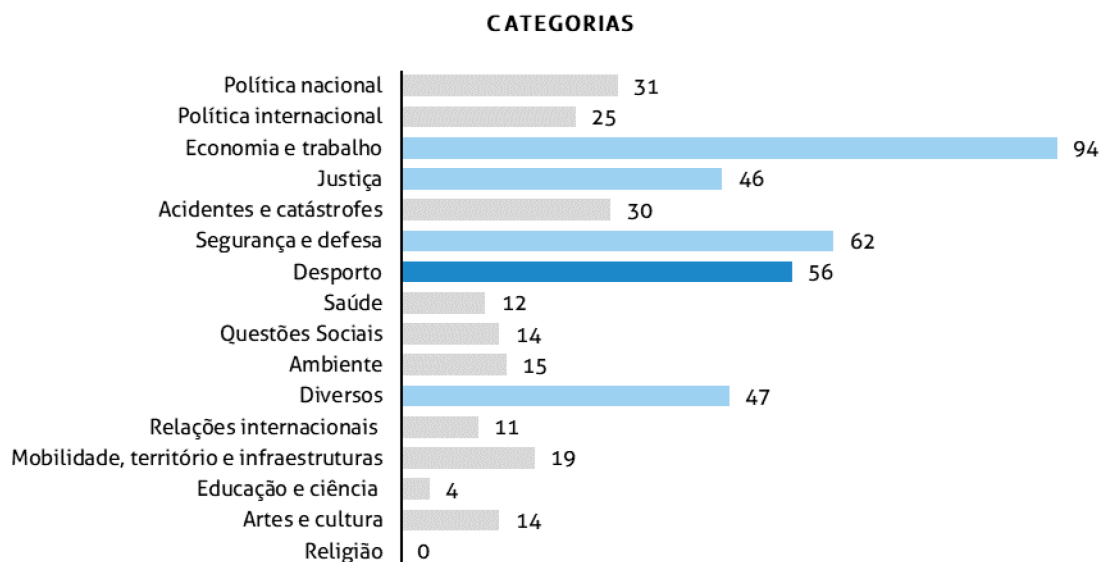
agregam 12,1% das notícias do noticiário da hora de almoço.

Com representações significativamente menores, completam o conjunto das cinco categorias mais referidas neste noticiário as notícias relativas a «Justiça», com 8,1%, e «Acidentes e catástrofes», com 7,9%.



**Gráfico 9:** Categorias abordadas no *Jornal da Uma* durante todo o período de análise

**Fonte:** Elaboração própria

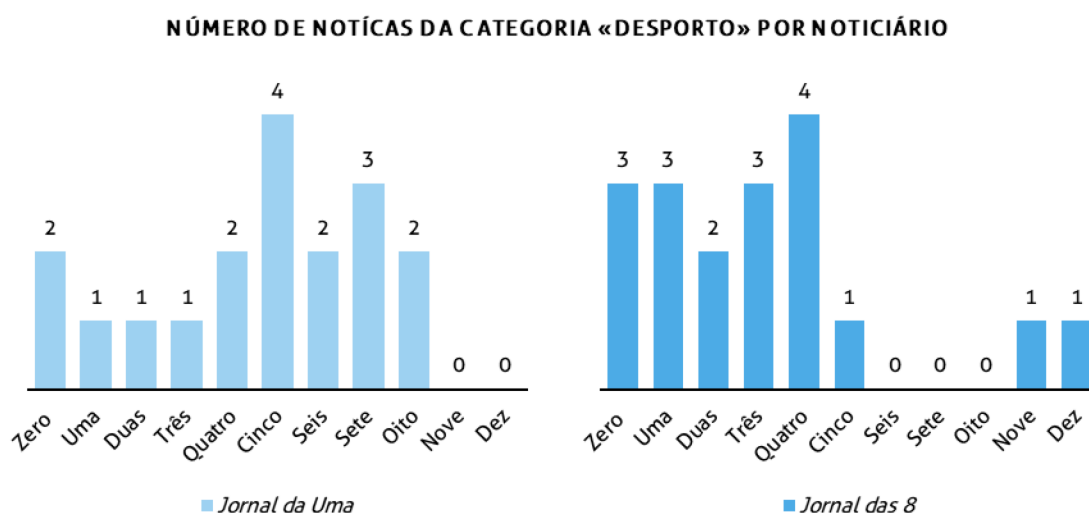


**Gráfico 10:** Categorias abordadas no *Jornal das 8* durante todo o período de análise

**Fonte:** Elaboração própria

Quando se analisa o principal noticiário da noite (ver **Gráfico 10**) percebe-se que do conjunto das cinco categorias anteriormente referidas se repetem quatro, ainda que com

representações diferentes, e que a categoria «Diversos» substitui «Acidentes e catástrofes». Assim, no *Jornal das 8*, a categoria «Economia e trabalho» surge destacada e é a que reúne o maior volume de notícias, tendo sido abordada em 94 das 480 notícias incluídas nas 18 emissões analisadas deste noticiário, o que corresponde, praticamente, a um quinto da cobertura deste noticiário, 19,6%. Ainda que com pouca diferença face à categoria que se encontra na segunda posição, «Desporto» ocupa a terceira posição com uma cobertura que corresponde a 11,7% das notícias emitidas no *Jornal das 8*. A segunda categoria mais noticiada é, com uma representação que ascende aos 12,7%, «Segurança e defesa». A categoria «Diversos» surge como a quarta categoria mais abordada, com 47 notícias que representam 9,8% do total deste noticiário no horizonte temporal em análise. Tal como acontece no *Jornal da Uma*, a categoria «Justiça» é uma das mais abordadas, no entanto aparece neste noticiário na quinta posição e com uma diferença diminuta face à categoria «Diversos», representado 9,6% da cobertura informativa.



**Gráfico 11:** Segmentação dos noticiários de acordo com o número de notícias da categoria «Desporto»  
**Fonte:** Elaboração própria

Olhando para as notícias de «Desporto» percebe-se que as notícias alusivas a essa categoria encontram maior cobertura no *Jornal da Uma* do que no *Jornal das 8*. O gráfico anterior (ver **Gráfico 11**) ajuda a perceber que dos 36 noticiários analisados apenas 5, que representam 14%, não contaram com qualquer notícia desta categoria (2 emissões do *Jornal da Uma* e 3 do *Jornal das 8*). Olhando para a distribuição dos noticiário tendo em consideração o número de notícias da categoria «Desporto» é evidente que no caso do *Jornal das 8* a grande fatia destes noticiários tem 3 ou menos notícias desta categoria, ou seja, 61%

deste noticiários têm 0, 1, 2 ou 3 notícias de «Desporto». No conjunto das 18 emissões do *Jornal das 8* analisadas apenas 7, ou seja 39%, têm 4 ou mais notícias, sendo, ainda assim, de salientar a existência de uma emissão com 9 notícias desta categoria e outra com 10.

No mesmo gráfico, a informação referente ao *Jornal da Uma* transparece uma ideia diferente e embora não apresente qualquer emissão com 9 ou 10 notícias alusivas à categoria «Desporto», os dados estão mais concentrados em torno dos valores 4 a 7 notícias de «Desporto» por emissão. Assim, no caso do *Jornal da Uma*, uma grande parte das 18 emissões analisadas, mais concretamente 11, contam com o número de notícias referentes à categoria «Desporto» compreendido entre 4 e 7, ou seja, 61% destas 18 emissões têm 4, 5, 6 ou 7 notícias da categoria supramencionada. No conjunto das 18 emissões do *Jornal da Uma* analisadas apenas 5, ou seja, 28%, têm 3 ou menos notícias de «Desporto», e dessas apenas 2 não contam com qualquer notícia da categoria analisada neste contexto.

Outro indicador estatístico que ajuda a perceber os dados acima descrito é número médio de notícias de «Desporto» quer no *Jornal da Uma* quer no *Jornal das 8*. No primeiro caso, pode afirmar-se, de acordo com os dados recolhidos, que cada noticiário *Jornal da Uma* apresenta uma média de 4,6 notícias de «Desporto», apenas inferior à categoria «Economia e Trabalho» que é responsável, em média, por 4,8 notícias. No que diz respeito ao *Jornal das 8* e à categoria «Desporto» esse valor é menor quando comparado com o do *Jornal da Uma*. Neste caso, em cada *Jornal das 8* são veiculadas, em média, 3,1 notícias da categoria anteriormente referida. Neste noticiário, como também já observámos através de outro indicador, são mais frequentes do que a categoria «Desporto» as notícias sobre «Economia e trabalho» e «Segurança e defesa» que surgem, em média, 5,2 e 3,4 vezes, respetivamente.

As análises anteriormente desenvolvidas, no que diz respeito às categorias nos vários meses analisados bem como nos vários noticiários, encontram-se sintetizadas na tabela seguinte (ver **Tabela 1**), destacando a categoria «Desporto» em cada um dos contextos de análise.

NOTICIÁRIO/ /MÊS	<i>Jornal da Uma</i>	<i>Jornal das 8</i>	Global mês
<b>Outubro</b>	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Acidentes e catástrofes 4º Segurança e defesa 5º Política nacional	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Justiça 4º Segurança e defesa 5º Diversos	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Segurança e defesa 4º Acidentes e catástrofes 5º Justiça
<b>Novembro</b>	<b>1º Desporto</b> 2º Economia e trabalho 3º Justiça 4º Diversos 5º Segurança e defesa	1º Segurança e defesa 2º Economia e trabalho 3º Justiça <b>4º Desporto</b> 5º Diversos	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Segurança e defesa 4º Justiça 5º Diversos
<b>Dezembro</b>	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Segurança e defesa 4º Diversos 5º Política nacional	1º Economia e trabalho 2º Diversos <b>3º Desporto</b> 4º Segurança e defesa 5º Política nacional	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Segurança e defesa 4º Diversos 5º Política nacional
<b>Janeiro</b>	<b>1º Desporto</b> 2º Economia e trabalho 3º Segurança e defesa 4º Justiça 5º Ambiente	1º Economia e trabalho 2º Segurança e defesa <b>3º Desporto</b> 4º Justiça 5º Política internacional	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Segurança e defesa 4º Justiça 5º Acidentes e catástrofes
<b>Global Noticiário</b>	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Segurança e defesa 4º Justiça 5º Acidentes e catástrofes	1º Economia e trabalho 2º Segurança e defesa <b>3º Desporto</b> 4º Diversos 5º Justiça	1º Economia e trabalho <b>2º Desporto</b> 3º Segurança e defesa 4º Justiça 5º Diversos

**Tabela 1:** Principais categorias abordadas por mês e noticiário

**Fonte:** Elaboração própria

Ainda no que concerne à variável **categoria**, é possível, olhando para a globalidade dos dados, enumerar as cinco categorias mais abordadas em todos o período de análise e em ambos os noticiários pela seguinte ordem (ver **Tabela 2**): «Economia e trabalho», «Desporto», «Segurança e defesa», «Justiça» e «Diversos».

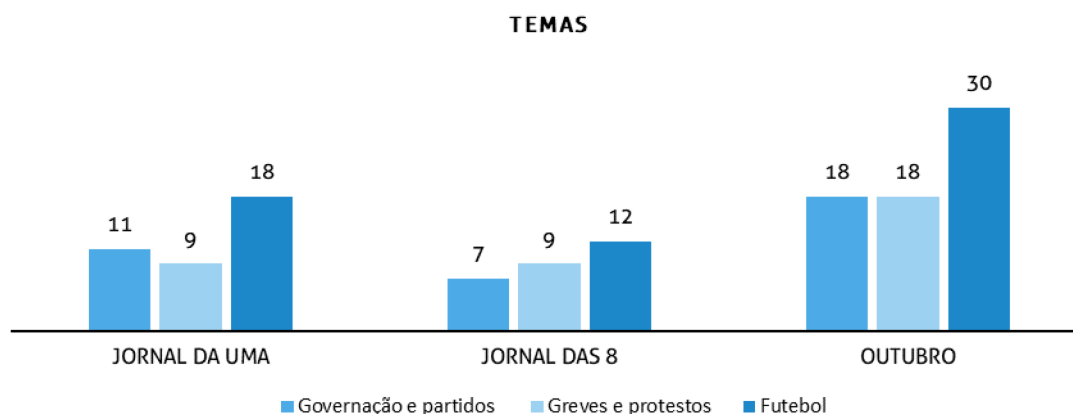
CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	59	6,0%	1,6
Política internacional	47	4,8%	1,3
<b>Economia e trabalho</b>	<b>181</b>	<b>18,4%</b>	<b>5,0</b>
<b>Justiça</b>	<b>87</b>	<b>8,8%</b>	<b>2,4</b>
Acidentes e catástrofes	70	7,1%	1,9
<b>Segurança e defesa</b>	<b>123</b>	<b>12,5%</b>	<b>3,4</b>
<b>Desporto</b>	<b>139</b>	<b>14,1%</b>	<b>3,9</b>
Saúde	29	2,9%	0,8
Questões Sociais	32	3,2%	0,9
Ambiente	49	5,0%	1,4
<b>Diversos</b>	<b>85</b>	<b>8,6%</b>	<b>2,4</b>
Relações internacionais	16	1,6%	0,4
Mobilidade, território e infraestruturas	38	3,9%	1,1
Educação e ciência	13	1,3%	0,4
Artes e cultura	16	1,6%	0,4
Religião	1	0,1%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>985</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela 2:** Dados globais da categoria das notícias abordadas nos noticiários em estudo durante todo o horizonte temporal de investigação

**Fonte:** Elaboração própria

## 2.2. Tema das notícias

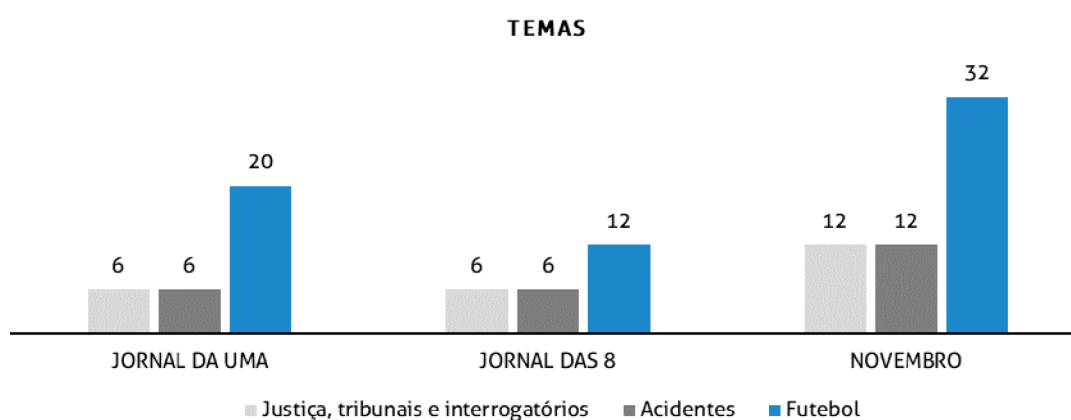
Para além da variável **categoria**, procedeu-se, também, à identificação de cada uma das 985 notícias que compõem o estudo de acordo com o **tema** a que estão associadas. Deste modo, todas as notícias foram enquadradas num dos 62 temas possíveis tendo em consideração a categoria a que pertenciam.



**Gráfico 12:** Principais temas abordadas em outubro por noticiário

**Fonte:** Elaboração própria

Começando a análise pelo primeiro mês em estudo, outubro (ver **Gráfico 12**), percebe-se que entre os temas dominantes se destaca o «Futebol [Desporto]» que nesse mês foi responsável por 30 das 241 notícias veiculadas, ou seja, 12,4% das notícias incidem sobre a temática «Futebol». Os outros dois temas mais abordados no mês analisado foram, com uma representação de 7,5% cada um, «Governança e partidos [Política nacional]» e «Greves e Protestos [Economia e trabalho]». Olhando individualmente em cada um dos noticiários durante o mês de outubro percebe-se, também, que quer no *Jornal da Uma* quer no *Jornal das 8* o «Futebol» foi o tema dominante com uma representação de 12,7% e 12,1%, respetivamente.

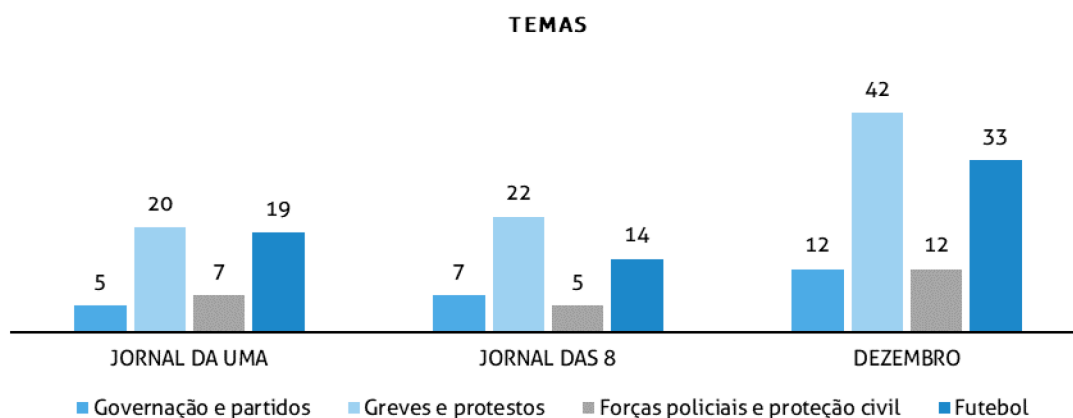


**Gráfico 13:** Principais temas abordadas em novembro por noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria

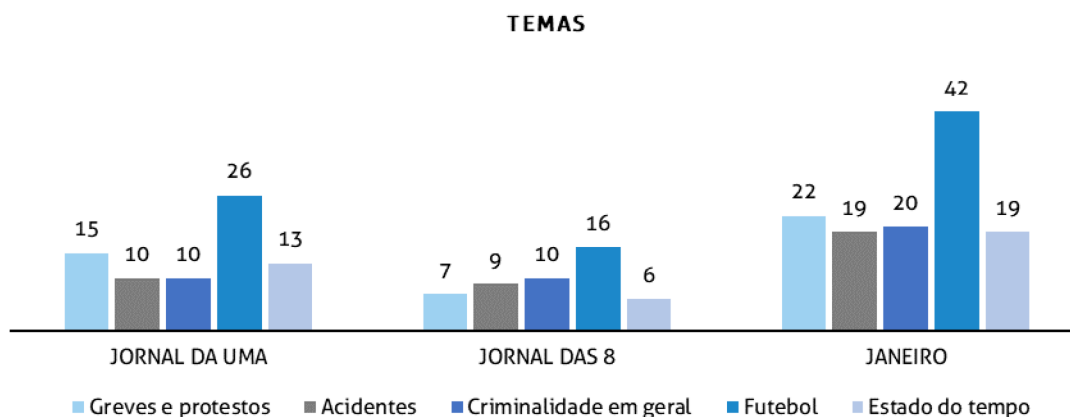
Durante o mês de novembro o cenário foi semelhante (ver **Gráfico 13**) no sentido em que o tema «Futebol [Desporto]» voltou a ser dominante no conjunto das 236 notícias desse mês. Assim, este tema foi responsável, neste contexto de análise, por 13,6% das notícias, ou seja, foi motivo de notícia 32 vezes. Com representações significativamente menores surgem, de seguida, os temas «Justiça, tribunais e interrogatórios [Justiça]» e «Acidentes [Acidentes e catástrofes]» com 12 notícias cada uma, sendo cada um destes temas responsável por 5,1% da cobertura noticiosa no mês de novembro. Quando observamos os dados relativos a cada noticiário é também esclarecedor o domínio do tema «Futebol» quer no *Jornal da Uma*, cuja cobertura deste tema ascende aos 16,4%, quer no *Jornal das 8*, onde o tema, embora seja dominante, não ultrapassa os 10,5%.

O mês de dezembro trouxe novidades no que ao tema dominante diz respeito (ver **Gráfico 14**). Durante este período de análise «Greves e protestos [Economia e trabalho]»

foi o tema que marcou mais frequentemente a agenda mediática dos principais noticiários da TVI. Este tema foi responsável por 42 das 221 notícias analisadas, o que representa 19% de toda a cobertura desse mês. Com praticamente menos cinco pontos percentuais, 14,9%, «Futebol [Desporto]», com 33 notícias veiculadas, foi o segundo tema mais referido durante o período analisado neste contexto. Nos terceiros temas mais representados, com um peso significativamente mais diminuto, surgem os temas «Governação e partidos [Política nacional]» e «Forças policiais e proteção civil [Segurança e defesa]» que simbolizam, cada um, 5,4% da cobertura noticiosa do mês de dezembro. Nos dados referentes ao *Jornal da Uma* o tema «Greves e protestos» domina com 19,2% da cobertura informativa, à frente do «Futebol» que surge em 18,3% das notícias. Esta diferença é significativamente maior no *Jornal das 8* já que o tema «Greves e protestos» acumula 18,8% das notícias no mês de dezembro ao passo que «Futebol», o segundo tema mais abordado, é responsável por 12% da cobertura noticiosa.



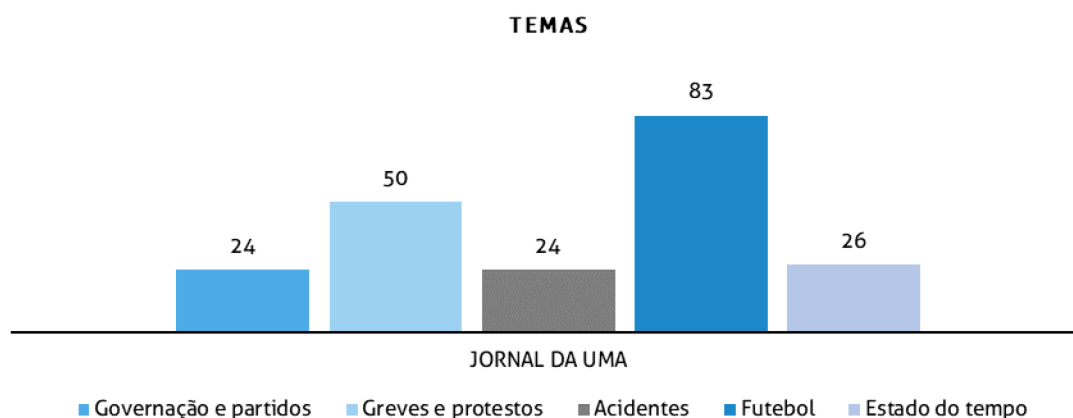
**Gráfico 14:** Principais temas abordadas em dezembro por noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria



**Gráfico 15:** Principais temas abordadas em janeiro por noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria

No último mês de análise (ver **Gráfico 15**), janeiro, o tema «Futebol [Desporto]» volta a dominar a cobertura noticiosa com 42 das 287 notícias avançadas nos principais noticiários da *TVI* durante este período de análise. Deste modo o tema «Futebol» surge destacado, com uma representação de 14,6%, já que o segundo tema mais abordado, «Greves e protestos [Economia e trabalho]», é responsável por apenas 7,7% das notícias veiculadas no mês de janeiro. De seguida surgem os temas «Criminalidade em geral [Segurança e defesa]» que com 20 notícias assegura uma representação de 7%. Os temas «Acidentes [Acidentes e catástrofes]» e «Estado do tempo [Ambiente]» foram mencionados durante o mês de janeiro 19 vezes cada um e, por isso, representam, cada um, 6,6% da cobertura noticiosa neste período de análise. Nas emissões do *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* estudadas durante o mês de janeiro o tema «Futebol» domina a cobertura mediática, de uma forma expressiva no primeiro caso, já que 19% da cobertura informativa do *Jornal da Uma* é alusiva a este tema. No caso do *Jornal das 8* o tema é também o mais abordado com uma representação de 10,7% em todas as notícias deste noticiário no último mês analisado.

Ainda na análise desta variável, no agregado de cada um dos noticiário é possível constatar que os quer no *Jornal da Uma* quer no *Jornal das 8*, ao longo de todo o período de análise, os temas «Futebol [Desporto]» e «Greves e protestos [Economia e trabalho]» foram os mencionados com maior frequência.

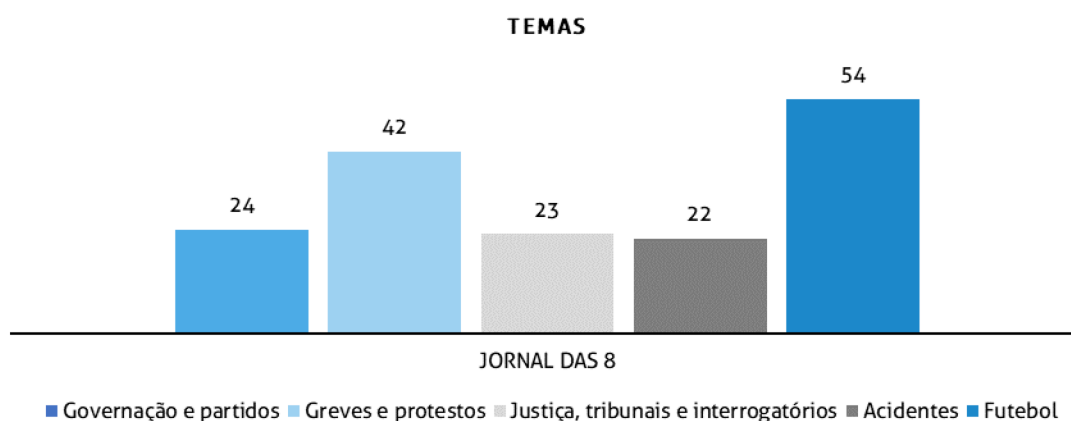


**Gráfico 16:** Temas abordados no *Jornal da Uma* durante todo o período de análise

**Fonte:** Elaboração própria

No caso do *Jornal da Uma* do conjunto das 505 notícias veiculadas durante o horizonte temporal da investigação (ver **Gráfico 16**), 83 são relacionadas com o tema «Futebol [Desporto]», que representa 16,4%, ao passo que «Greves e protestos [Economia e

trabalho]» é o segundo tema mais noticiado, representado 9,9% das notícias emitidas por este noticiário. O tema «Estado do tempo [Ambiente]» surge na terceira posição, no que diz respeito a este noticiário e acumula 5,1% das notícias avançadas pelo *Jornal da Uma*. Do conjunto dos cinco temas mais abordados no noticiário supramencionado fazem parte «Governação e partidos [Política nacional]» e «Acidentes [Acidentes e catástrofes]» contando, cada um, com 24 notícias e, por isso, representando, cada um, 4,8% das notícias veiculadas pelo noticiário da hora de almoço emitido na *TVI*.



**Gráfico 17:** Temas abordados no *Jornal das 8* durante todo o período de análise

**Fonte:** Elaboração própria

Analisando o conjunto das 480 notícias veiculadas pelo *Jornal das 8* durante todo o horizonte temporal da investigação (ver **Gráfico 17**) o tema «Futebol [Desporto]» surge como o mais abordado, sendo referido em 11,3% das notícias deste noticiário. De seguida, com uma representação de 8,8% aparece o tema «Greves e protestos [Economia e trabalho]», com 42 notícias. Os temas «Governação e partidos [Política nacional]», «Justiça, tribunais e interrogatórios [Justiça]» e «Acidentes [Acidentes e catástrofes]» ocupam as posições seguintes com as respetivas ponderações: 5%, 4,8% e 4,6%.

De acordo com os dados acima mencionados é possível afirmar que o tema «Futebol [Desporto]» é o mais abordado em todo o período analisado tal como sintetiza a tabela seguinte (ver **Tabela 3**) onde se observa a predominância deste tema em todos os noticiários, *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, durante os meses de outubro, novembro e janeiro. No mês de dezembro, embora essa posição seja ocupada pelo tema «Greves e protestos [Economia e trabalho]», o tema «Futebol» é também um dos mais abordados, aparecendo como o segundo mais referido no mês anteriormente mencionado.

NOTICIÁRIO/ MÊS	<i>Jornal da Uma</i>	<i>Jornal das 8</i>	Global mês
<b>Outubro</b>	1º Futebol 2º Governação e partidos 3º Greve e protestos	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Governação e partidos	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Governação e partidos
<b>Novembro</b>	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Justiça, tribunais e inte.	1º Futebol 2º Justiça, tribunais e inte. 3º Acidentes	1º Futebol 2º Justiça, tribunais e inte. 3º Acidentes
<b>Dezembro</b>	1º Greves e protestos 2º Futebol 3º Forças pol. e prot. civil	1º Greves e protestos 2º Futebol 3º Governação e partidos	1º Greves e protestos 2º Futebol 3º Governação e partidos
<b>Janeiro</b>	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Estado do tempo	1º Futebol 2º Atividade económica 3º Criminalidade em geral	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Criminalidade em geral
<b>Global Noticiário</b>	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Estado do tempo	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Governação e partidos	1º Futebol 2º Greves e protestos 3º Governação e partidos

**Tabela 3:** Principais temas abordadas por mês e noticiário

Fonte: Elaboração própria

Analisando globalmente os resultados obtidos a partir da variável **tema**, é possível listar na tabela seguinte (ver **Tabela 4**) os 62 temas incluídos em todos noticiários analisados ao longo do horizonte temporal do estudo.

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
<b>Governação e partidos</b>	<b>48</b>	<b>4.9%</b>	<b>1.3</b>
Crise política	0	0.0%	0.0
Crise política interna	8	0.8%	0.2
Eleições	3	0.3%	0.1
Governação e partidos internacional	11	1.1%	0.3
Eleições internacional	16	1.6%	0.4
Crise política em países estrangeiros	20	2.0%	0.6
Trabalho, emprego e reforma	10	1.0%	0.3
Atividade económica	29	2.9%	0.8
Indicadores económicos	20	2.0%	0.6
Impostos e fiscalidade	14	1.4%	0.4
Economia familiar	2	0.2%	0.1
<b>Greves e protestos</b>	<b>92</b>	<b>9.3%</b>	<b>2.6</b>
Setor bancário e financeiro	14	1.4%	0.4
Crime económico-financeiro e corrup.	18	1.8%	0.5
Lobbying, ética e conduta	24	2.4%	0.7
<b>Justiça, tribunais e interrogatórios</b>	<b>45</b>	<b>4.6%</b>	<b>1.3</b>
<b>Acidentes</b>	<b>46</b>	<b>4.7%</b>	<b>1.3</b>
Catástrofes naturais	20	2.0%	0.6
Pequenos sismos/incêndios	4	0.4%	0.1

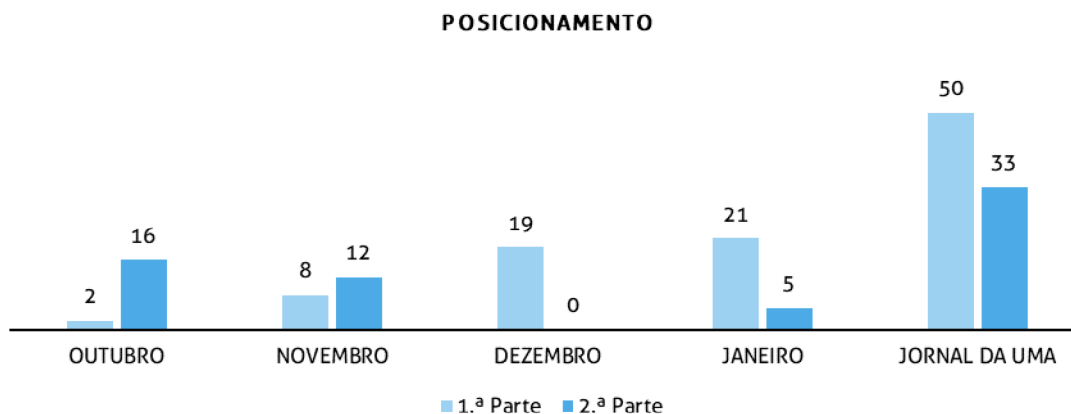
Atentados e insegurança	6	0.6%	0.2
Criminalidade em geral	35	3.6%	1.0
Forças armadas e defesa nacional	11	1.1%	0.3
Homicídios e suicídios	18	1.8%	0.5
Guerra e conflitos armados	2	0.2%	0.1
Violência no desporto	4	0.4%	0.1
Crime organizado	13	1.3%	0.4
Forças policiais e proteção civil	30	3.0%	0.8
Outros	4	0.4%	0.1
<b>Futebol</b>	<b>137</b>	<b>13.9%</b>	<b>3.8</b>
Outras modalidades	2	0.2%	0.1
Saúde e cuidados médicos	23	2.3%	0.6
Surtos e doenças contagiosas	6	0.6%	0.2
Saúde e segurança alimentar	0	0.0%	0.0
Serviços sociais	4	0.4%	0.1
Desigualdades sociais e cidadania	4	0.4%	0.1
Questões de género e assédio	3	0.3%	0.1
Migrações e refugiados	9	0.9%	0.3
Demografia, natalidade e família	6	0.6%	0.2
Pobreza	6	0.6%	0.2
Estado do tempo	37	3.8%	1.0
Alterações climáticas e poluição	11	1.1%	0.3
Utilização de recursos	1	0.1%	0.0
Celebridades e figuras públicas	9	0.9%	0.3
Obituários	5	0.5%	0.1
Efemérides, feriados e celebrações	21	2.1%	0.6
Insólitos e curiosidades	24	2.4%	0.7
Lazer, animais e gastronomia	18	1.8%	0.5
Moda	5	0.5%	0.1
Tecnologia	3	0.3%	0.1
Crise e tensão diplomática	6	0.6%	0.2
Relações diplomáticas	10	1.0%	0.3
Mobilidade e transporte em geral	5	0.5%	0.1
Organização do território	16	1.6%	0.4
Investimento, construção e requalific.	17	1.7%	0.5
Educação e ensino	6	0.6%	0.2
Investigação e descobertas científicas	3	0.3%	0.1
Segurança nas escolas e praxes	4	0.4%	0.1
Expressão artística e eventos culturais	16	1.6%	0.4
Património cultural e memória histórica	0	0.0%	0.0
Igreja Católica e Vaticano	1	0.1%	0.0
Outras religiões e cultos	0	0.0%	0.0
<b>TOTAIS</b>	<b>985</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela 4:** Dados globais do tema das notícias abordadas nos noticiários em estudo durante todo o horizonte temporal de investigação

**Fonte:** Elaboração própria

### 2.3. Posicionamento das notícias

Considerando o posicionamento das notícias nos noticiários analisados, *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, é possível averiguar, por exemplo, se existe um predomínio das notícias da categoria «Desporto» transmitidas na primeira ou segunda parte dos noticiários.

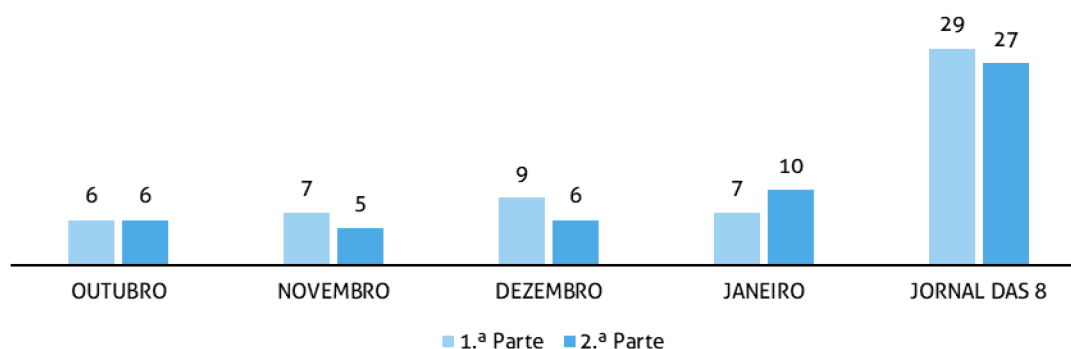


**Gráfico 18:** Posicionamento das notícias abordadas no *Jornal da Uma* por mês  
**Fonte:** Elaboração própria

Começando a análise pelo noticiário da hora de almoço (ver **Gráfico 18**), os dados globais relativamente ao *Jornal da Uma* deixam transparecer a ideia de que as notícias pertencentes à categoria «Desporto» surgem com maior frequência durante a primeira parte do noticiário. Nos meses outubro e novembro percebe-se que foi principalmente durante a segunda parte que as notícias da categoria «Desporto» foram abordadas. Nos dois meses seguintes essa realidade parece alterar-se. Esta mudança deve-se, no entanto, ao facto de nas 9 emissões analisadas entre dezembro e janeiro, apenas 2 terem tido uma segunda parte e as restantes, 7 portanto, terem apenas uma parte a que designamos, naturalmente, de primeira parte. Neste sentido, é natural que todas as categorias de notícias, incluindo «Desporto», surjam nessa que é a única parte do noticiário.

O estudo destes dois meses merece uma análise mais pormenorizada para que as conclusões possam ser devidamente delineadas. Assim, quando olhamos para as 7 emissões do *Jornal da Uma* de dezembro e janeiro com apenas uma parte, percebemos, nestes casos, que o bloco das notícias pertencentes à categoria «Desporto» aparece, em 6 dessas 7 emissões, na cauda do noticiário, apenas antes das notícias alusivas ao «Ambiente» e a «Diversos». Deste modo, poder-se-ia concluir que, também nos meses de dezembro e janeiro – nos noticiários com apenas uma parte –, a categoria «Desporto» surge com maior frequência na parte final do noticiário e, por isso, na segunda metade.

### POSICIONAMENTO

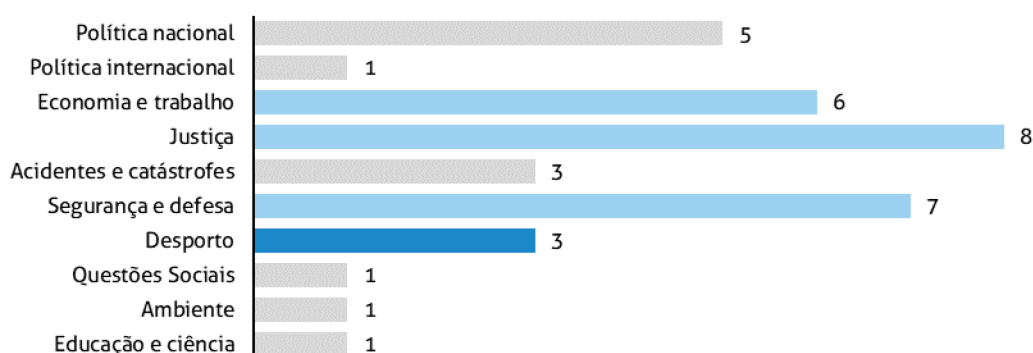


**Gráfico 19:** Posicionamento das notícias abordadas no *Jornal das 8* por mês  
**Fonte:** Elaboração própria

Analisando os dados desta variável referentes ao *Jornal das 8* (ver **Gráfico 19**) percebe-se que não existe, ao longo dos vários meses e também na análise global do noticiário, um domínio expressivo das notícias da categoria «Desporto» na primeira ou na segunda parte deste noticiário. Deste modo, das 56 notícias da categoria «Desporto» avançadas pelo *Jornal das 8* durante os quatro meses de análise, percebe-se que 29 foram transmitidas na primeira parte dos noticiários enquanto na segunda parte foram veiculadas, neste noticiário, 27 notícias sobre «Desporto».

O estudo da variável **posicionamento** possibilita ainda outro tipo de análise ao permitir averiguar quais as notícias que fazem mais vezes a abertura e o fecho dos noticiários.

### NOTÍCIAS DE ABERTURA

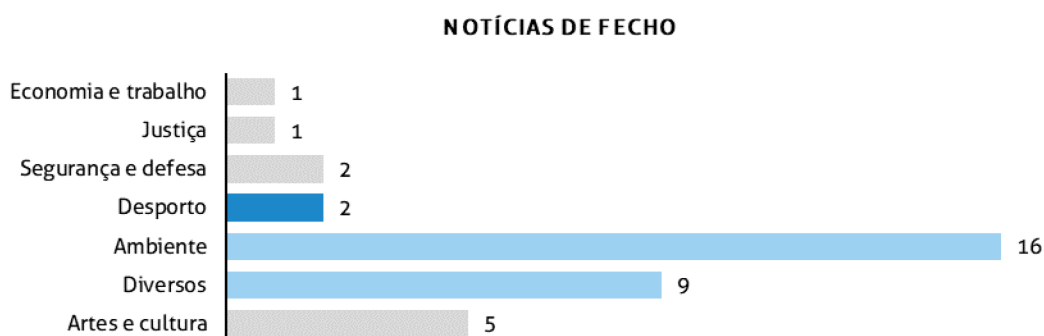


**Gráfico 20:** Notícias de abertura de todos os noticiários em estudo por categoria  
**Fonte:** Elaboração própria

Atentado em primeiro lugar nas notícias de abertura dos 36 noticiários considerados no estudo percebemos que apenas 10 das 16 categorias se encontram representadas nas

notícias de abertura, tal como observamos no gráfico anterior (ver **Gráfico 20**). As categorias que somam mais notícias de abertura são «Justiça», «Segurança e defesa» e «Economia e trabalho» cujas representações equivalem a, respetivamente, 22,2%, 19,4% e 16,7%. Como se percebe pelo gráfico, a categoria «Desporto» surge também no lote de categorias abordadas em notícias de abertura, no entanto, apenas 8,3% das notícias de abertura incidem sobre a categoria «Desporto».

Vale a pena salientar nesta análise que estes três momentos em que o «Desporto» foi notícia de abertura ocorreram no dia 29 de novembro e 3 de janeiro. No primeiro destes dois dias o *Jornal da Uma* iniciou com a notícia de que o treinador do *SL Benfica* não havia comparecido no treino da equipa no Seixal e que a sequência de resultados negativos em que a equipa se encontrava e a forte contestação dos adeptos ao treinador Rui Vitória poderia determinar a saída do técnico do clube da Luz, notícia que não se veio a confirmar embora tenha sido equacionada, de acordo com o presidente do clube, a saída do treinador. Já no dia 3 de janeiro a tónica foi semelhante e quer o *Jornal da Uma* quer o *Jornal das 8* abriram com a crise desportiva que se vivia no *SL Benfica* – também na sequência dos resultados dos últimos jogos – e com a informação de que a saída do técnico Rui Vitória do clube encarnado estaria por horas. Esta notícia acabou por confirmar-se durante o *Jornal das 8* desse dia.



**Gráfico 21:** Notícias de fecho de todos os noticiários em estudo por categoria

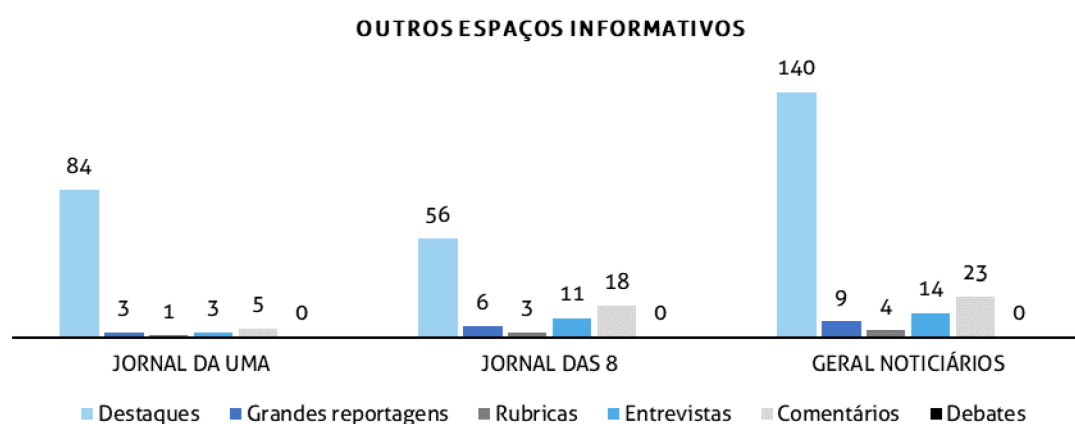
**Fonte:** Elaboração própria

Observando agora as notícias de fecho dos 36 noticiários analisados no estudo (ver **Gráfico 21**) percebemos que na maioria dos casos os noticiários da *TVI* terminam com notícias que se enquadram na categoria «Ambiente» ou «Diversos» somando cada uma 16 e 9 notícias de fecho, respetivamente, e representando, em conjunto, 69,4% de todas as últimas notícias abordadas. Já a categoria «Artes e cultura» também é uma das que mais vezes surge no final dos noticiários, somando, neste caso, 5 notícias, ou seja, 13,9%. A categoria

«Desporto» apareceu, durante todo o período de análise, em dois noticiários na última linha do alinhamento como ilustra o gráfico anterior.

#### 2.4. Outros espaços informativos

Para além dos dados relativos a cada uma das notícias veiculadas pelos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* durante o horizonte temporal da investigação, procedeu-se também à averiguação da existência de **outros espaços informativos** incorporados nos noticiários supramencionados como espaços destinados a destaques informativos, a grandes reportagens, a rubricas, a entrevistas, a comentários ou a debates.



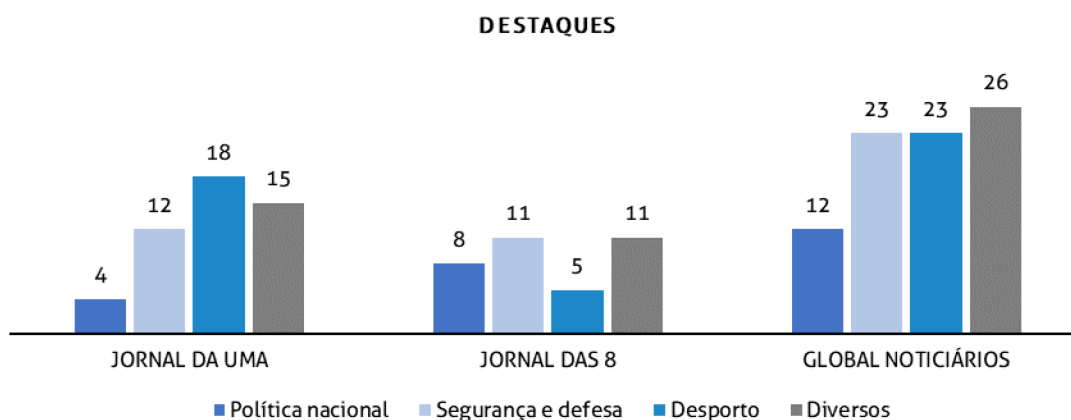
**Gráfico 22:** Outros espaços informativos por noticiário

**Fonte:** Elaboração própria

Através desta análise percebe-se que, nos dois noticiários em estudo, é recorrente a utilização de destaques informativos no decorrer dos serviços noticiosos – através de pequenos *teaser* que promovem e anunciam algumas notícias a abordar no noticiário –, como se constata pela observação do gráfico anterior (ver **Gráfico 22**).

Como o gráfico sugere, os **outros espaços informativos** estudados na análise desta variável, para além dos espaços destinados a «Destaque», encontram-se, sobretudo, concentrados no *Jornal das 8*, já que nas 18 emissões do *Jornal da Uma* se registam apenas 12 outros espaços informativos, divididos em espaços de «Grande reportagem», «Rubrica», «Entrevista» e «Comentário», enquanto no noticiário de horário nobre esse valor é significativamente maior, 38 outros espaços informativos, como 18 espaços destinados a «Comentário», 11 «Entrevistas», 3 «Rubricas» e 6 «Grandes reportagens». Outro aspeto a salientar é a ausência de espaços de «Debate» em todos os noticiários analisados.

Para compreender que categorias são mais frequentemente abordadas em cada espaço informativo, vamos olhar agora para cada um deles separadamente. Começando pelos «Destaques» (ver **Gráfico 23**) percebe-se, que 18 dos 84 destaques do *Jornal da Uma*, ou seja, 21,4%, incidiram sobre notícias relacionadas com a temática «Desporto». Já no que diz respeito aos destaques no *Jornal das 8*, a prioridade foram as notícias alusivas a categorias como «Segurança e defesa» ou «Diversos». Olhando para a globalidade dos noticiários, a categoria «Diversos» foi a mais mencionada nos destaques informativos – 18,6% dos destaques são sobre notícias desta categoria – seguida das notícias sobre «Segurança e defesa» e «Desporto», sendo responsáveis, cada categoria, por 16,4% de todos os destaques informativos.

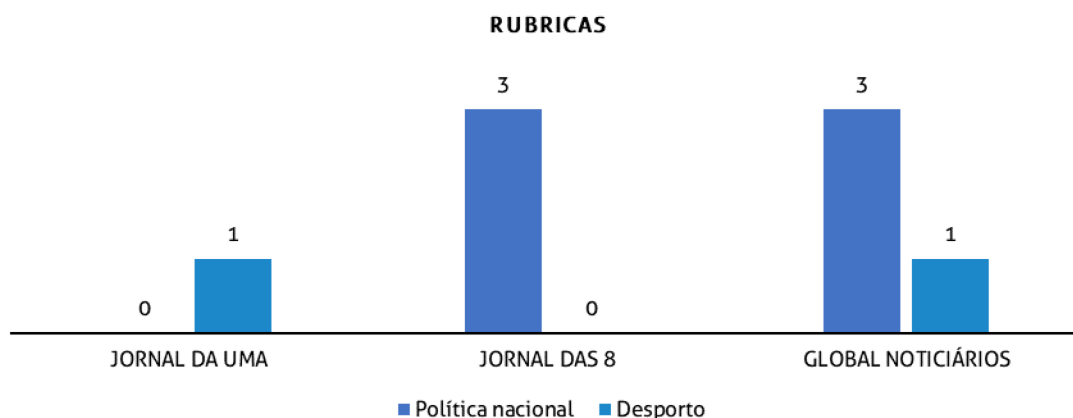


**Gráfico 23:** Destaques por categoria e noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria

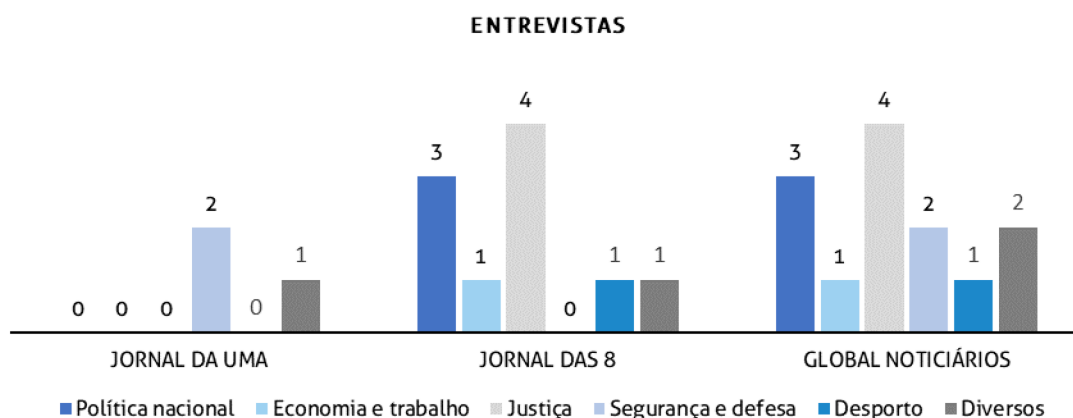
Nas 36 emissões analisadas houve espaço para 9 grandes reportagens, 3 no *Jornal da Uma* e 6 no *Jornal das 8*, no entanto nenhuma delas incidiu sobre a temática «Desporto». «Segurança e defesa» foi o mote em 2 grandes reportagens, tal como a categoria «Diversos» que também soma 2 grandes reportagens. As restantes 5 grandes reportagens exibidas nos noticiários em estudo durante o período de análise abordaram as categorias «Economia e trabalho», «Justiça», «Questões sociais», «Relações internacionais» e «Mobilidade, território e infraestruturas».

Olhando agora para as rubricas (ver **Gráfico 24**) percebe-se que a categoria «Política nacional» é a que motiva a existência de mais rubricas. Neste sentido, as 2 emissões da rubrica *Deus e o Diabo*, no *Jornal das 8*, e a transmissão da rubrica de sátira política *Seis por Meia Dúzia*, no mesmo noticiário, enquadram as 3 rubricas alusivas à categoria «Política nacional». Ainda no enquadramento das rubricas surge o espaço *Mais Transferências* onde

se abordam temas relacionados com a categoria «Desporto», analisando as últimas novidades do mercado de transferências no mundo futebolístico. De realçar que esta rubrica foi dominada com as transferências de jogadores de e para os três principais clubes de futebol em Portugal, *SL Benfica*, *FC Porto* e *Sporting CP*.



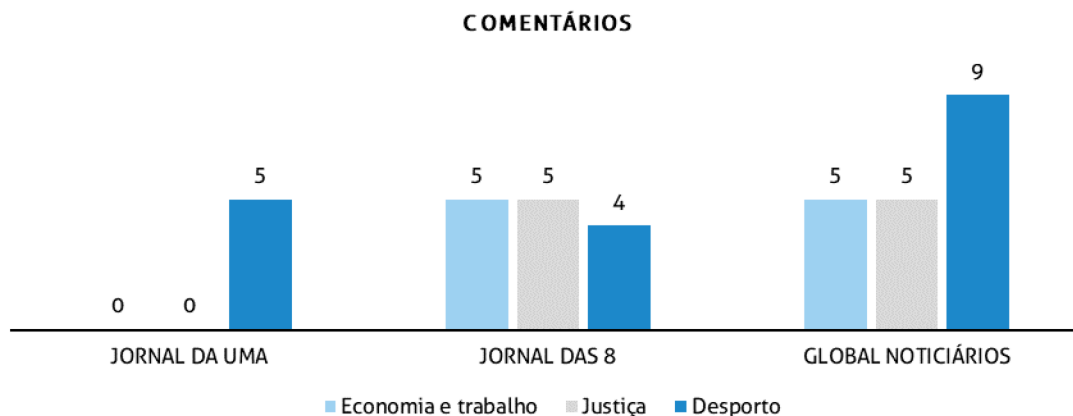
**Gráfico 24:** Rubricas por categoria e noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria



**Gráfico 25:** Entrevistas por categoria e noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria

No que respeita aos vários entrevistados nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* durante os quatro meses em análise (ver **Gráfico 25**) destacam-se os assuntos relacionados com «Política nacional» e «Justiça» que juntos, com 3 e 4 entrevistados, respetivamente, reúnem 50% de todos os temas que motivaram os espaços de entrevista. Apenas 1 dos 14 espaços de entrevista foi dedicado à categoria «Desporto», evidenciando, de certo modo, o difícil acesso dos meios de comunicação aos protagonistas desportivos, nomeadamente a jogadores, treinadores e dirigentes desportivos do mundo do futebol. Nesta única aparição durante as 36 emissões entre outubro e janeiro o entrevistado no âmbito desta categoria foi

o vice-presidente do *SL Benfica* – e também colaborador da *TVI* em diversos projetos do canal –, José Eduardo Moniz, tendo decorrido no *Jornal das 8* de 29 de novembro a propósito da saída de Rui Vitória do comando técnico do clube da Luz.



**Gráfico 26:** Entrevistas por categoria e noticiário

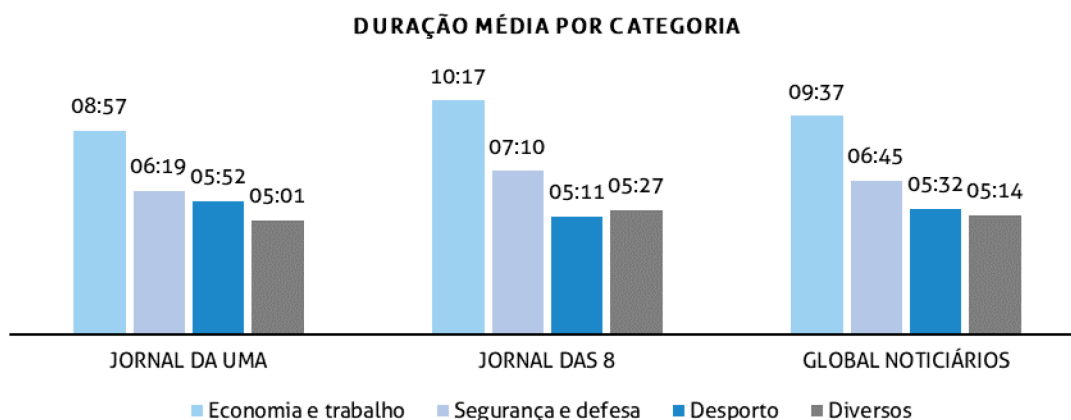
**Fonte:** Elaboração própria

No que diz respeito aos 23 espaços de comentário (ver **Gráfico 26**), o comentário desportivo domina, ocorrendo em 9 dessas 23 circunstâncias (5 no *Jornal da Uma* e 4 no *Jornal das 8*), ou seja, 39,1% de todos estes espaços foram dedicados à categoria «Desporto». Neste contexto, os comentadores foram Rui Pedro Braz e Pedro Sousa, profissionais que colaboram habitualmente com o canal nos seus programas desportivos inseridos na grelha da *TVI24*. Os temas que motivaram estes espaços de comentários estiveram relacionados com as crises de resultados vividas pelo *SL Benfica* no final de novembro e início de janeiro bem como com a rescisão de contrato do treinador Rui Vitória com o clube supramencionado. O despedimento de José Mourinho do comando técnico do *Manchester United FC* foi também o mote para um dos espaços de comentário no âmbito da categoria «Desporto». Para além desta categoria, os assuntos relacionados com «Economia e trabalho» e «Justiça» foram também os mais frequentes nos noticiários da *TVI* analisados.

## 2.5. Duração das notícias

Relativamente a esta variável procedeu-se à análise das notícias tendo em consideração as suas categorias para se conseguir perceber a quais era dedicado mais tempo nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*.

Olhando em primeiro lugar para o noticiário da hora de almoço (ver **Gráfico 27**) percebe-se que, em média, cada um dos 18 *Jornal da Uma* analisados dedicou cerca de 9 minutos aos temas relacionados com «Economia e trabalho» e, por isso, em média, 17,6% do tempo deste noticiário foi ocupado com esta categoria. A averiguação da duração das notícias permitiu concluir que a segunda categoria com maior representação neste noticiário foi «Segurança e defesa» com uma média de 6 minutos e 19 segundos em cada *Jornal da Uma*. De seguida o «Desporto» surge como o terceiro assunto com maior representação neste noticiário sendo que cada *Jornal da Uma* dedicou a esta categoria, em média, 5 minutos e 52 segundos, o que quer dizer que cada um destes noticiário ocupou, em média, 11,5% do seu período de transmissão com notícias referentes a «Desporto». Com cerca de 5 minutos por emissão, a categoria «Diversos» ocupou, em média, aproximadamente 10% do tempo dedicado ao *Jornal da Uma*.

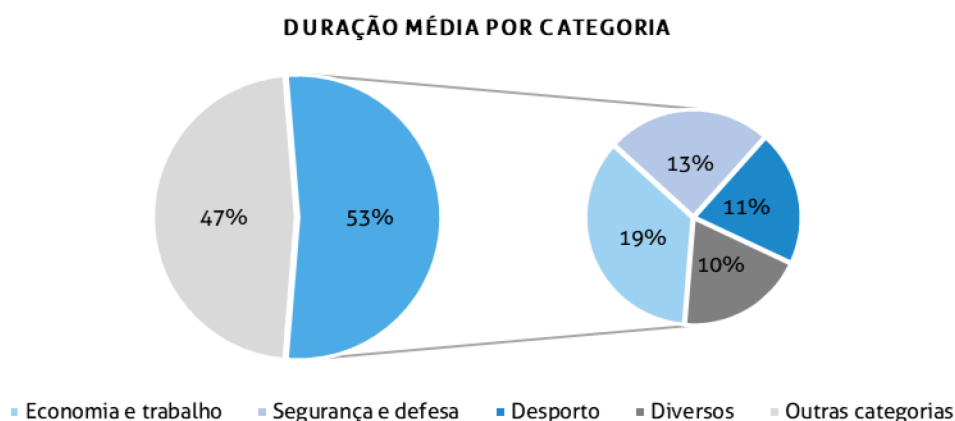


**Gráfico 27:** Duração média (minutos e segundos) das principais categorias por noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria

No que diz respeito ao noticiário de horário nobre da *TVI* percebe-se pelo Gráfico 27 que as categorias de notícias que ocupam a grande parte do noticiário foram as mesmas quatro referidas no noticiário analisado anteriormente. No *Jornal das 8* estas quatro categorias representam no conjunto, em média, praticamente 54% da emissão. Deste modo, as notícias sobre «Economia e trabalho» ocuparam em média 10 minutos e 17 segundos de cada uma das 18 emissões do *Jornal das 8* analisadas (19,7% da emissão). À semelhança do que acontece com o *Jornal da Uma*, a segunda categoria à qual é dedicado mais tempo é «Segurança e defesa», ocupando, em média, 7 minutos e 10 segundos e, assim, 13,7% do tempo de emissão de cada *Jornal das 8*. Este noticiário dedica em média, 5 minutos e 27 segundos da sua duração à categoria «Diversos» e 5 minutos e 11 segundos ao «Desporto»,

representando cada categoria em média, respetivamente, 10,4% e 9,9% do período de transmissão de cada *Jornal das 8*.

Analisando globalmente os dados referentes à duração das notícias no conjunto das 36 emissões analisadas (ver **Gráficos 27 e 28**), as conclusões são análogas às anteriores e percebe-se que, em média, nos dois principais noticiários da TVI, *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, mais de metade do tempo de transmissão é ocupado com notícias sobre apenas quatro das dezasseis categorias definidas: «Economia e trabalho», «Segurança e defesa», «Desporto» e «Diversos» tal como ilustra o gráfico seguinte.



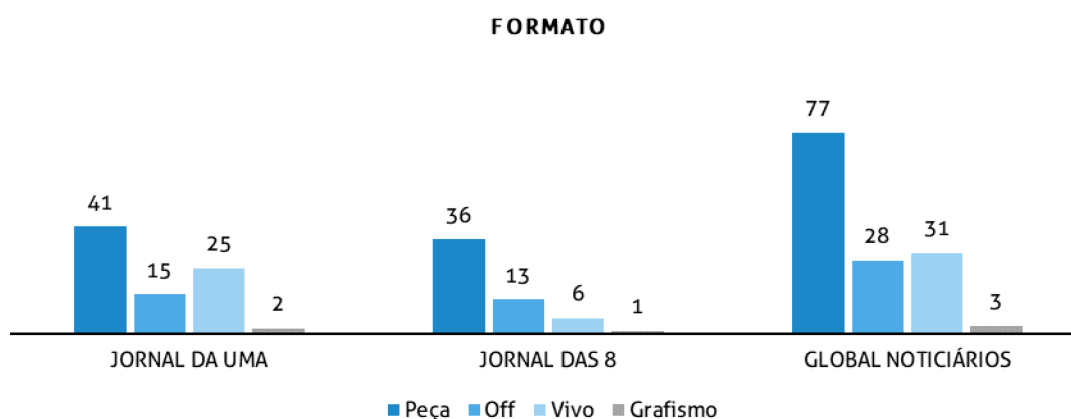
**Gráfico 28:** Duração média das principais categorias em todos os noticiários em estudo  
**Fonte:** Elaboração própria

### 3. Estudo das variáveis enquadradas na micro análise

Neste subcapítulo, focado apenas nas notícias pertencentes à categoria «Desporto», proceder-se-á à análise de um conjunto de variáveis que irão permitir responder à segunda questão de investigação. Neste sentido foram recolhidos dados referentes às notícias da categoria «Desporto» sobre o **formato**, a **forma**, a **natureza**, a **valência**, o **âmbito**, a **modalidade** desportiva em que incidem, a **diversidade** no que diz respeito aos clubes, instituições, seleções, jogadores, treinadores e presidentes evocados nas notícias desta categoria, e, finalmente, sobre o **conteúdo jornalístico** das notícias alusivas a «Desporto» para se perceber, no campo desportivo, quais os principais acontecimentos noticiados.

### 3.1. Formato das notícias de «Desporto»

Considerando neste ponto a análise da variável **formato**, em que se caracterizou cada notícia alusiva à categoria «Desporto» enquanto «Peça», «Off», «Vivo» ou «Grafismo», e olhando para o comportamento desta variável quer no *Jornal da Uma* quer no *Jornal das 8*, percebe-se que a maioria das notícias alusivas ao desporto é transmitidas através de peças jornalísticas (ver **Gráfico 29**). De uma perspetiva global, 77 das 139 notícias desportivas veiculadas durante o período analisada são «Peças» e, por isso, 55% das notícias desta categoria assumem esse formato.



**Gráfico 29:** Formato das notícias da categoria «Desporto» por noticiário

**Fonte:** Elaboração própria

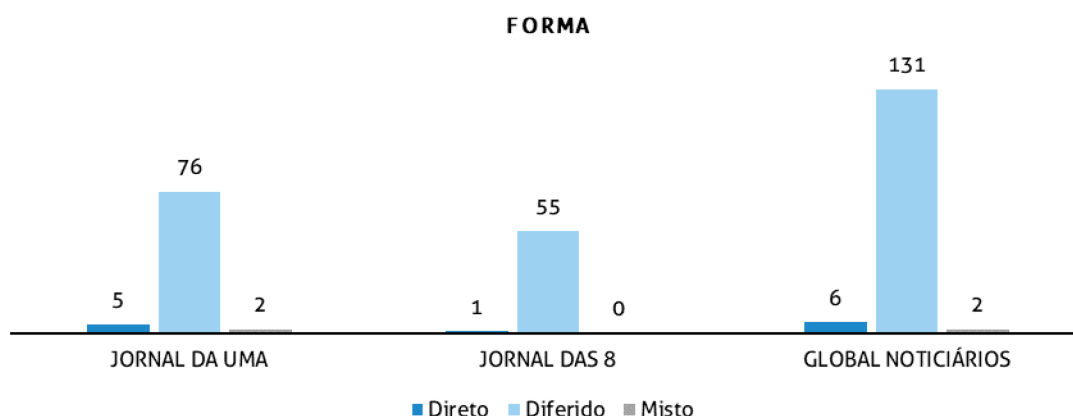
No que concerne aos formatos «Off» e «Vivo», quando analisados de uma forma geral, percebe-se que são utilizados com uma frequência semelhante, verificando-se cada um, respetivamente, em 20% e 22% das notícias da categoria «Desporto». Esta relação é, no entanto, diferente quando analisamos individualmente o *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*. No noticiário de horário nobre 64% das notícias de desporto são transmitidas através de «Peças», 23% com recurso ao «Off» e 11% através do «Vivo». Este domínio do formato «Peça» deve-se ao facto de, para este noticiário, existir, por norma, mais tempo para trabalhar as informações que chegam à redação. No *Jornal da Uma*, embora as «Peças» continuem a ser o formato mais utilizado, 49%, os «Vivos» são também recorrentes e surgem em 30% das notícias sobre desporto ao passo que o «Off» é utilizado em 18% das notícias. Estes valores justificam-se, nomeadamente o valor dos «Vivos», pelo facto de na maioria das vezes as conferências de imprensa de antevisão aos jogos de futebol acontecerem durante o período da manhã quase em simultâneo com o noticiário da hora de almoço. Nestas circunstâncias,

com a impossibilidade de preparar atempadamente uma peça de antevisão com as declarações dos treinadores, recorria-se ao «Vivo» para transmitir, nesse noticiário, as informações em tempo útil.

No que diz respeito aos «Grafismos» a sua utilização é residual quando o tema é o desporto e foi utilizado por apenas 3 vezes, duas no *Jornal da Uma* – uma para esquematizar os números da crise que se viveu no *SL Benfica* no início de janeiro e outra para apresentar os principais jogos da *Taça de Portugal* – e uma no *Jornal das 8* também para apresentar os números da crise que se viveu no clube encarnado.

### 3.2. Forma das notícias de «Desporto»

No que concerne à **forma** como as notícia de desporto foram transmitidas pelos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* durante o período de análise, a tendência dominante é para que a cobertura das notícias da categoria «Desporto» seja feita em «Diferido»: 131 das 139 notícia analisadas neste contexto, ou seja, 94% das notícias, foram transmitidas dessa forma (ver **Gráfico 30**).



**Gráfico 30:** Forma das notícias da categoria «Desporto» por noticiário

**Fonte:** Elaboração própria

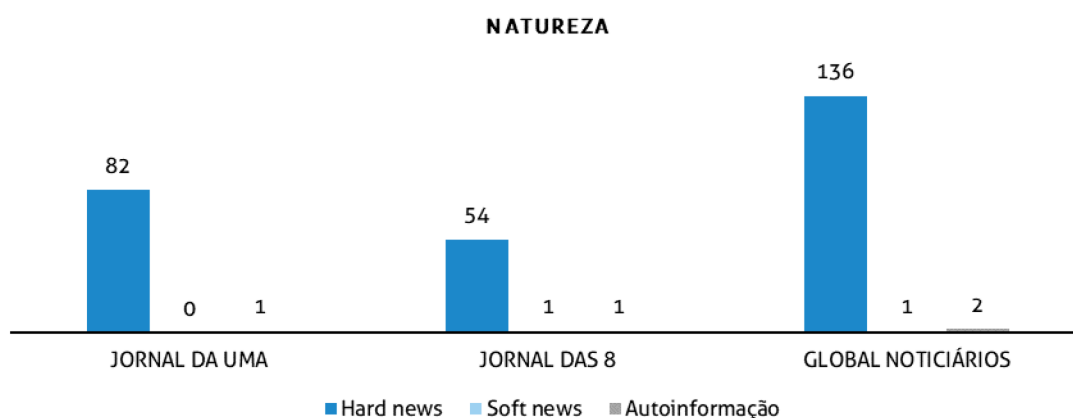
No que diz respeito à forma «Direto» pode assinalar-se que foi a segunda mais utilizada. De uma perspetiva global os dados revelam que 4% das notícias de desporto recorreram a esta forma de transmissão. No *Jornal da Uma* esta forma assumir maior destaque do que no *Jornal das 8*, o que pode ser explicado pelo facto de o horário do noticiário da hora de almoço ser mais favorável ao surgimento de determinados motivos de reportagem, como os diretos dos estádios nas horas que antecedem os jogos – aconteceram

em Braga, Istambul e Atenas – ou os diretos feitos a partir dos centros de treino dos clubes – que aconteceram nos momentos de crise vividos nos *SL Benfica*.

O «Relato misto», considerado sempre que um repórter em direto lança uma peça jornalística ou um vivo, aconteceu apenas em dois momentos, ambos no *Jornal da Uma*, quando os repórteres em direto da cidade de Braga – um desde o centro estágios do *SL Benfica* e outro a partir do centro de estágio do *FC Porto* – lançaram as peças de antevisão do duelo entre o *FC Porto* e *SL Benfica* – para a *Taça da Liga* – que ia decorrer em Braga.

### 3.3. Natureza das notícias de «Desporto»

A análise desta variável, que distingue as notícias entre «*Hard news*», «*Soft news*» ou «Autoinformação», é essencial para perceber se as notícias da categoria «Desporto» veiculadas pela *TVI* nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* remetem para conteúdos cuja transmissão deve ser efetuada com urgência ou se, por outro lado, são matérias circunstanciais que não exigem uma divulgação imediata.



**Gráfico 31:** Natureza das notícias da categoria «Desporto» por noticiário

**Fonte:** Elaboração própria

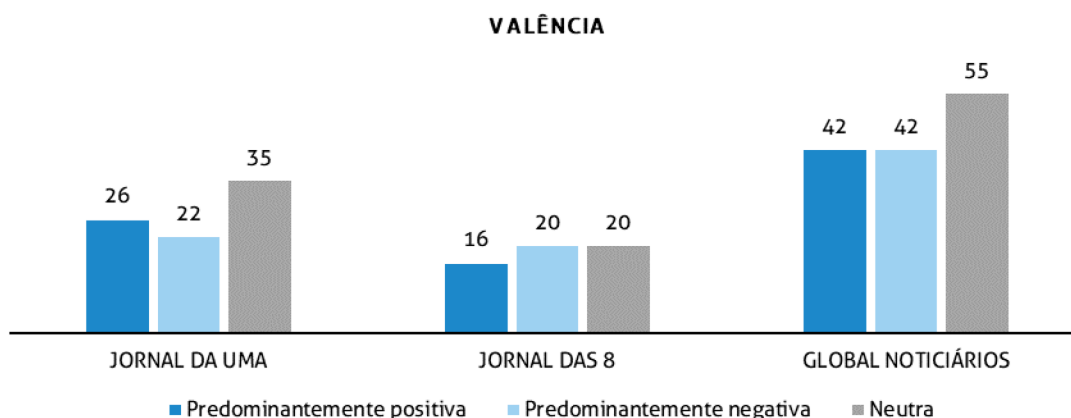
O gráfico anterior (ver **Gráfico 31**) é bastante esclarecedor no que a esta variável diz respeito. Praticamente a totalidade das notícias sobre desporto transmitidas pelos noticiários examinados no estudo se enquadram naquilo que se designam por «*Hard news*». Do total das 139 notícias analisadas neste contexto, 136, ou seja, 98%, são notícias «*Hard news*» e, por isso, referem-se a acontecimentos com um elevado nível de noticiabilidade no sentido em que se constituem como informações que, sendo transmitidas mais tarde, acabam por perder a sua qualidade de noticiável.

As duas notícias caracterizadas como «Autoinformação» referem-se ao anúncio de

alguns dos jogos de futebol da *Liga Revelação* transmitidos na *TVI24*, enquanto a única «*Soft news*» transmitida em todo o período de investigação diz respeito a uma autógrafa especial que o jogador argentino Leonel Messi deu a um fã.

### 3.4. Valência das notícias de «Desporto»

Considerando agora a análise da **valência** associada aos acontecimentos desportivos transmitidos nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, o tom «Neutro» foi o mais adotado na transmissão das notícias da categoria «Desporto» (ver **Gráfico 32**). No total das 139 notícias avaliadas 55, ou seja, 40%, têm uma valência «Neutra». No que diz respeito ao tom «Predominantemente positivo» e «Predominantemente negativo» existe um equilíbrio entre estas duas valências, representando cada uma 30% da globalidade das notícias alusivas a «Desporto» transmitidas nos noticiários analisados durante o período de investigação.



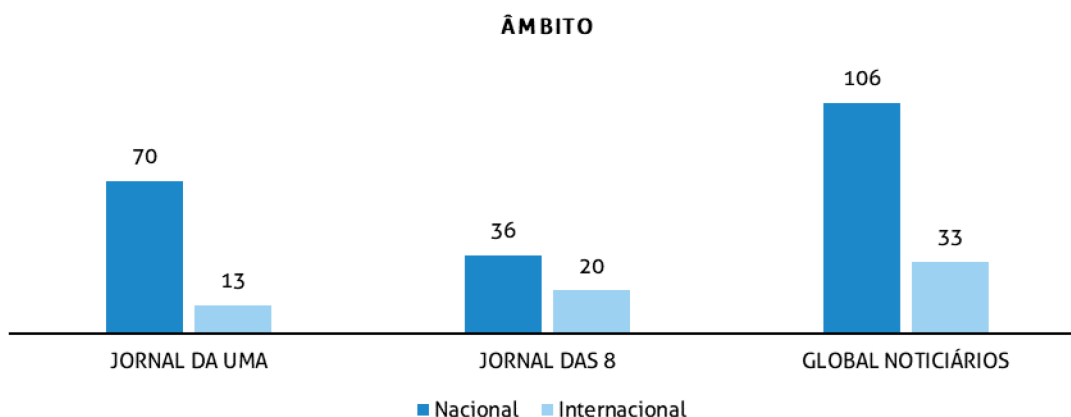
**Gráfico 32:** Valência das notícias da categoria «Desporto» por noticiário

**Fonte:** Elaboração própria

### 3.5. Âmbito das notícias de «Desporto»

Passando agora para a análise do **âmbito** das notícias alusivas à categoria «Desporto» transmitidas no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* durante o período de investigação, caracterizou-se cada acontecimento noticiado como sendo de âmbito «Nacional» ou «Internacional» (ver **Gráfico 33**). Quer no noticiário da hora de almoço que no boletim informativo de horário nobre as notícias desportivas a nível nacional dominam sobre as que se referem a eventos de cariz internacional. De um modo global, 76% das notícias analisadas neste contexto referem-se a episódios ocorridos a nível interno debruçando-se sobre equipas, jogadores, treinadores ou presidentes que desempenham as suas funções em Portugal. Assim, foram veiculadas apenas 33 notícias de âmbito «Internacional», uma minoria que

representa 24% da globalidade das notícias desportivas transmitidas nos noticiários analisados durante a totalidade do período de investigação.



**Gráfico 33:** Âmbito das notícias da categoria «Desporto» por noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria

Através da análise desta variável é ainda possível perceber qual o **formato** e **forma** predominantes nas notícias nacionais e internacionais. Assim, cruzando as variáveis **âmbito** e **formato** (ver **Tabela 5**) das notícias de desporto é possível verificar que, embora as notícias de âmbito «Internacional» sejam menos recorrentes nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* do que as que se referem a temas nacionais, quando surgem são, na maioria dos casos, através de peças jornalísticas. Este aspeto denota que, mesmo não havendo uma cobertura desportiva significativa a nível internacional, quando ela acontece a informação é trabalhada com algum detalhe e com a preocupação de transmitir conteúdos informativos completos e pormenorizados.

Cruzamento das variáveis FORMATO e ÂMBITO		
FORMATO	Nacional	Internacional
Peça	53	24
Off	21	7
Grafismo	3	0
Vivo	29	2
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>33</b>

**Tabela 5:** Cruzamento das variáveis «Formato» e «Âmbito»  
**Fonte:** Elaboração própria

Coincidindo agora a análise do **âmbito** e da **forma** das notícias pertencentes à categoria «Desporto», o dado mais relevante diz respeito à forma «Direto» que não regista qualquer notícia internacional (ver **Tabela 6**). Embora tenham existido diretos feitos a partir de pontos de reportagem no estrangeiro, nomeadamente desde Atenas e Istambul, essas ocorrências enquadram-se no âmbito «Nacional» visto que o que realmente motivou esses diretos foi a deslocação de equipas portuguesas, nomeadamente o *SL Benfica* e o *FC Porto*, à Grécia e à Turquia para realizarem jogos das competições europeias. Assim, e visto que só são consideradas notícias de âmbito «Internacional» aquelas que não envolvam qualquer equipa portuguesa ou jogadores e técnicos a desempenhar as suas funções em clubes portugueses, não houve diretos motivados por notícias desse âmbito.

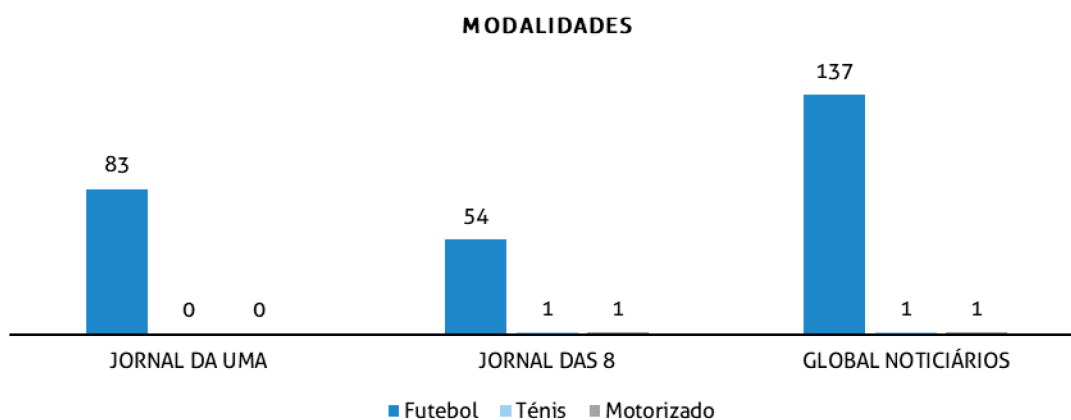
Cruzamento das variáveis FORMA e ÂMBITO		
FORMA	Nacional	Internacional
Direto	6	0
Diferido	98	33
Misto	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>106</b>	<b>33</b>

**Tabela 6:** Cruzamento das variáveis «Forma» e «Âmbito»

Fonte: Elaboração própria

### 3.6. Modalidade abordadas nas notícias de «Desporto»

A variável **modalidade** permite perceber que ao longo de todo o período em que a investigação foi levada a cabo foi possível identificar apenas três modalidades desportivas, sendo o «Futebol», tal como sugere o gráfico seguinte, a que maior destaque tem nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* (ver **Gráfico 34**).



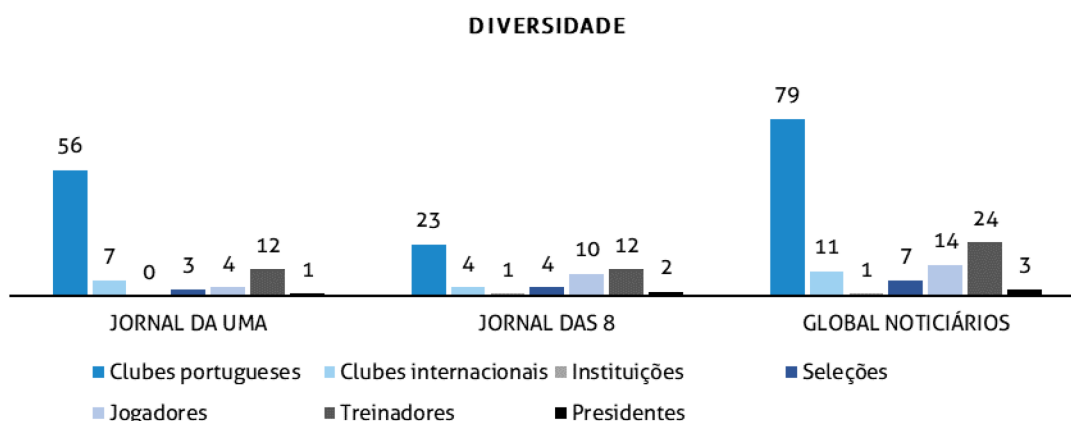
**Gráfico 34:** Modalidades abordadas nas notícias da categoria «Desporto» por noticiário

Fonte: Elaboração própria

Nas 139 notícias de «Desporto», o «Futebol» é a modalidade referida em 137 dessas notícias e representa, por isso, 98,6% da cobertura informativa a nível desportivo. As restantes notícias da categoria «Desporto» que não abordaram a modalidade anteriormente referida, debruçaram-se sobre modalidades como o «Ténis» – dando conta de que Novak Djokovic havia sido considerado o melhor desportista europeu do ano – e desporto «Motorizado», nomeadamente Fórmula 1, fazendo referência ao quinquagésimo aniversário do ex-piloto Michael Schumacher.

### 3.7. Diversidade das notícias de «Desporto»

Quando olhamos para a variável **diversidade** das notícias da categoria «Desporto», o que se pretende examinar é, na realidade, qual o foco destas notícias. Assim, ao conjunto das 139 notícias analisadas neste contexto distingue-se cada uma delas de acordo com as seguintes classificações: «Clubes portugueses», «Clubes internacionais», «Instituições», «Seleções», «Jogadores», «Treinadores» ou «Presidentes».



**Gráfico 35:** Diversidade das notícias da categoria «Desporto» por noticiário

Fonte: Elaboração própria

Pela análise do gráfico anterior (ver **Gráfico 35**) percebe-se que a maioria das notícias avançadas pela *TVI* nos seus dois principais noticiários está relacionada com «Clubes portugueses», um assunto que é abordado em 57% das notícias da categoria «Desporto». De seguida, as matérias relacionadas com «Treinadores» foram as que mais destaque tiveram na cobertura da informação desportiva no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, representando 17% do conjunto das notícias de desporto.

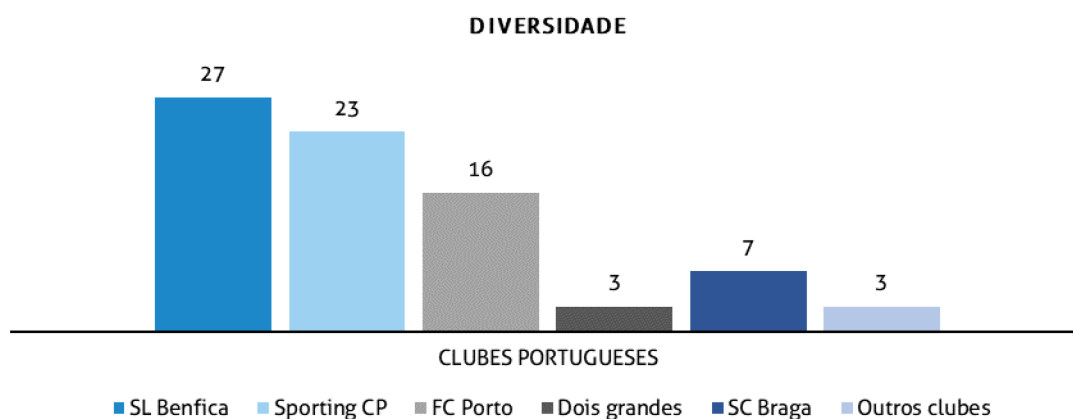
As notícias focadas especificamente em algum ou alguns «Jogadores» ou acerca de

«Clubes internacionais» representam, respetivamente, 10% e 8% da globalidade das notícias desportivas veiculadas pelos noticiários em estudo durante o período de investigação. As notícias relacionadas com «Seleções», «Presidentes» ou «Instituições» foram mesmos frequentes na cobertura informativa a nível desportivo e cada um desses assuntos representa, respetivamente, 5%, 2% e 1% do conjunto das 139 notícias da categoria «Desporto».

Analisado esta variável de uma forma mais detalhada observa-se de seguida cada um destes assuntos para perceber, por exemplo, quais os «Clubes portugueses», as «Seleções» ou os «Treinadores» mais noticiados durante o período em que o estudo decorreu.

### 3.7.1. Clubes portugueses

Relativamente ao conjunto das 79 notícias cujo principal assunto abordado se enquadra na classe «Clubes portugueses» é possível verificar pela análise do gráfico seguinte (ver **Gráfico 36**) que a maioria destas notícias, 87%, faz referência ao «SL Benfica», «Sporting CP», «FC Porto» ou a «Dois grandes».



**Gráfico 36:** «Clubes portugueses» abordados nas notícias da categoria «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

Olhando para os três clubes anteriormente referidos, o mais abordado foi o «SL Benfica», representando 34% deste conjunto de notícias, seguido do «Sporting CP», que agrega 29% da cobertura sobre clubes nacionais, e do «FC Porto» que foi assunto em 20% das notícias analisadas neste contexto. Outro clube, para além destes três, também alvo de alguma cobertura informativa foi o «SC Braga», tendo sido noticiado por 7 vezes e representando 9% das notícias alusivas a «Clubes portugueses». Os restantes clubes em contexto nacional tiveram uma representação muito diminuta nos principais noticiários da

TVI e foram alvo de notícias apenas por 3 vezes em todo o período de investigação.

Atentando ainda nos «Clubes portugueses» mais abordados nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* é possível, cruzando esta variável com a **valência** das notícias, perceber com que tom foi feita a cobertura jornalística de cada das equipas referidas (ver **Tabela 7**). Deste modo, os dados da tabela seguinte revelam que no caso do «SL Benfica» a cobertura noticiosa foi sobretudo «Neutra», seguida do tom «Predominantemente negativo», com 9 notícias, e do «Predominantemente positivo», que regista apenas 5 notícias.

Cruzamento das variáveis CLUBES PORTUGUESES e VALÊNCIA			
CLUBES PORTUGUESES	Pred. Positiva	Pred. Negativa	Neutra
SL Benfica	5	9	13
Sporting CP	10	1	12
FC Porto	7	1	8
SC Braga	3	2	2
Outros clubes	0	0	3
Dois grandes	1	0	2

**Tabela 7:** Cruzamento das variáveis «Clubes portugueses» e «Valência»

**Fonte:** Elaboração própria

No caso do «Sporting CP» e «FC Porto» o tom «Neutro» é também o mais frequente, no entanto, ao contrário do que acontece com o clube anteriormente analisado, estas equipas têm maior cobertura mediante um tom «Predominantemente positivo» - que equilibra praticamente com as notícias de valência «Neutra» – do que «Predominantemente negativo», somando cada clube apenas uma notícia transmitida com este tom. No que concerne ao «SC Braga», no conjunto das 7 notícias sobre este clube, 3 foram de valência «Predominantemente positiva», 2 de tom «Neutro» e 2 de valência «Predominantemente negativa».

### 3.7.2. Clubes internacionais

Ao contrário do que acontece com os «Clubes portugueses», em que existe o domínio de determinados clubes, no que diz respeito às 11 notícias sobre «Clubes internacionais» a cobertura informativa não é dominada por um clube, ou conjunto de clubes, específico (ver **Tabela 8**). No conjunto destas notícias 4 incidem sobre as duas equipas argentinas, «CA River Plate» e «CA Boca Juniores», finalistas da *Taça Libertadores*. Na verdade a cobertura deste jogo acabou por gerar um maior volume de notícias devido às circunstâncias em que ocorreu. A final desta competição é, por norma, realizada sempre em

solo argentino, no entanto, devido aos intensos tumultos entre os adeptos o jogo teve que ser adiado por diversas vezes e acabou mesmo por se realizar noutra continente, neste caso, em Madrid, no *Estádio Santiago Bernabéu*.

CLUBES INTERNACIONAIS	QUANTIDADE
<i>Lokomotiv de Moscovo</i> (declarações pós jogo e chegada ao estádio insólita)	2
<i>Galatasary SK</i> e <i>Schalke04</i> (resumo deste jogo que pertence ao grupo da <i>Liga dos Campeões</i> em que se encontra o <i>FC Porto</i> )	1
<i>Nápoles FC</i> , <i>PSG</i> , <i>Estrela Vermelha</i> e <i>Liverpool FC</i> (resumo dos jogos do Grupo C da <i>Liga dos Campeões</i> )	1
<i>CA River Plate</i> e <i>CA Boca Juniores</i> (final da <i>Taça Libertadores</i> )	4
<i>Manchester United FC</i> (reação dos adeptos à mudança de treinador)	1
<i>Juventus FC</i> (resumo de jogo)	1
<i>Manchester City FC</i> (resumo jogo)	1
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>

**Tabela 8:** «Clubes internacionais» abordados nas notícias da categoria Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

Ainda no que diz respeito aos «Clubes internacionais» mencionados nas notícias da categoria «Desporto», a tabela anterior demonstra que o «Lokomotiv de Moscovo» foi noticiado em dois momentos: um através das declarações, após o jogo com o *FC Porto*, de dois atletas portugueses que jogam na equipa russa, Éder e Manuel Fernandes, e noutra momento em que o que motivou a notícia foi a forma insólita como a equipa chegou ao estádio, visto que toda a comitiva russa teve que recorrer aos transportes públicos, mais concretamente ao metro, para evitar o congestionamento nas estradas que circundavam o estádio e, dessa forma, tentar chegar ao estádio no horário previsto.

Outros clubes como o «Galatasary SK» e o «Schalke04» também foram alvo de cobertura noticiosa pois estas duas equipas encontravam-se no mesmo grupo da *Liga dos Campeões* que o *FC Porto* e, nesse sentido, existia a preocupação de cobrir os jogos que envolviam os próximos adversários da equipa portuguesa na competição. Equipas como o «Nápoles FC», «PSG», «Estrela Vermelha» e «Liverpool FC» também incorporaram a cobertura apenas por um vez, através de uma peça com o resumo dos dois jogos que envolveram estas quatro equipas do Grupo C da *Liga dos Campeões*. Estes dados também demonstram que, embora a editoria de desporto fizesse peças com o resumo de todos os jogos da *Liga dos Campeões*, eram poucos aqueles que viriam a incorporar os alinhamentos

do *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, com exceção feita para aqueles que envolviam equipas portuguesas.

As outras 3 notícias que se referem a «Clubes internacionais» remetem para o «Manchester United FC», «Juventus FC» e «Manchester City FC». No primeiro caso o que motivou a notícia foi a reação dos adeptos ingleses à saída do treinador português José Mourinho do comando técnico da equipa. No que diz respeito às outras duas equipas mencionadas, os resumos de dois encontros, um que envolveu a «Juventus FC» e outro o «Manchester City FC», tiveram lugar nos noticiários da *TVI* na medida em que dois futebolistas portugueses de referência jogam nessas equipas, neste caso, Cristiano Ronaldo e Bernardo Silva. Em comum estas três notícias têm o facto de envolverem figuras desportivas portuguesas, treinador e jogadores, de relevo a nível nacional e internacional. Nestes casos é precisamente esse aspeto que adquire uma importância fundamental e que faz com que estes eventos se tornem noticiáveis.

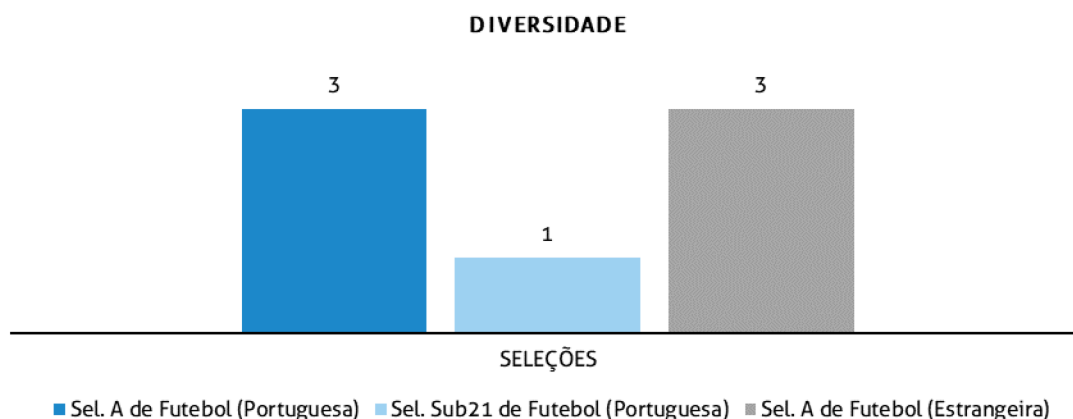
### 3.7.3. Instituições

No que diz respeito às «Instituições» com funções na área desportiva, apenas a «UEFA» foi mencionada – e por um única vez – a propósito de uma nova competição internacional entre clubes, a *Superliga Europeia*, que iria envolver apenas algumas das melhores potências do futebol a nível europeu, como o *Real Madrid CF*, o *FC Barcelona*, o *Manchester United FC*, o *Liverpool FC*, o *PSG* ou a *Juventus FC*, não contemplando qualquer equipa portuguesa.

### 3.7.4. Seleções

Atentando naquelas que foram as «Seleções» mais noticiadas ao longo do período de investigação (ver **Gráfico 37**), embora estas tenham sido alvo de pouca cobertura jornalística, no conjunto das 7 notícias que fazem referência a estas equipas o destaque vai para as Seleções Portuguesas de Futebol na medida em que, tal como se observa no gráfico seguinte, 4 das notícias fazem referência a formações nacionais: em 3 destes casos a protagonista foi a «Seleção A de Futebol (Portuguesa)» e no outro é feita referência à «Seleção Sub21 de Futebol (Portuguesa)». No conjunto das restantes notícias sobre seleções todas se enquadram na classe «Seleção A de Futebol (Estrangeira)». Estas três notícias dizem respeito aos resumos dos jogos entre França e Alemanha, Brasil e Argentina e, finalmente,

Israel e Escócia.



**Gráfico 37:** «Seleções» abordados nas notícias da categoria «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

Como de resto a análise da variável «Modalidade» deixou prever, quando se observam os resultados alusivos às «Seleções» abordadas nas notícias do *Jornal das Uma* e *Jornal das 8* durante o período de investigação, a referência foi sempre o futebol, não havendo, no caso concreto das «Seleções», espaço para a cobertura informativa de acontecimentos alusivos a outra modalidade que não o futebol.

### 3.7.5. Jogadores

Analisando agora as 14 notícias que fazem referência, especificamente, a um atleta (ver **Tabela 9**), percebe-se que existe um leque de vários jogadores abordados, no entanto apenas um deles se destaca dos demais. «Cristiano Ronaldo» foi o jogador que mais motivou a ocorrência de notícias centradas em «Jogadores» e, nesse sentido, praticamente metade destas notícias – ou seja, 43% –, como se observa na tabela seguinte, se referem ao jogador português que atua na *Juventus FC*.

JOGADORES	QUANTIDADE
Cristiano Ronaldo	6
Leonel Messi	1
Rui Patrício	2
Ronaldinho	1
Rodrigo Battaglia	1
Novak Djokovic	1
Michael Shumacher	1
Tiago André	1
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>

**Tabela 9:** «Jogadores» abordados nas notícias da categoria «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

O segundo nome mais referido foi o de «Rui Patrício», ex-jogador do *Sporting CP*. A cobertura mediática da transferência do guarda redes internacional português do clube de Alvalade para o *Wolverhampton FC* esteve envolta em alguma polémica daí que o tema tenha sido noticiado em diversos momentos. No horizonte temporal considerado no estudo este caso foi noticiado por 2 vezes.

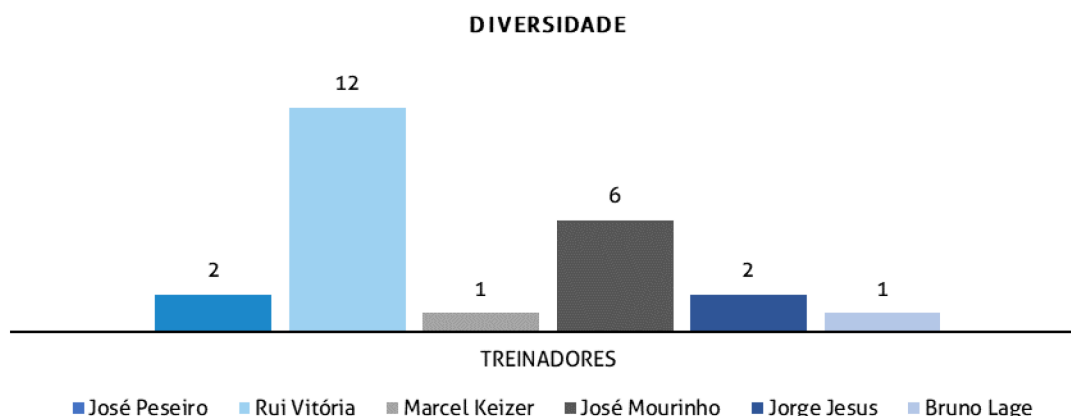
Todos os outros atletas alvo de cobertura noticiosa no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, surgiram, cada um, uma única vez e com motivações distintas: envolvimento dos jogadores em episódios à margem da própria modalidade que praticam («Leonel Messi» e «Ronaldinho»); estado clínico de jogador depois de uma operação («Rodrigo Battaglia»); prémio de melhor desportista europeu do ano («Novak Djokovic»); aniversário do ex-piloto de *Fórmula 1* que ficou gravemente ferido na sequência de um acidente na prática de *Esqui* e cujo estado clínico constitui um enigma («Michael Shumacher»); ou pelo golo espetacular marcado por um jovem na *Liga Revelação* («Tiago André»).

#### 3.7.6. Treinadores

Quando olhámos para a **diversidade** das notícias da categoria «Desporto», o assunto «Treinadores» foi o segundo mais referido a seguir a «Clubes portugueses». No conjunto das 139 notícias, 24, como anteriormente referido, incidiram sobre «Treinadores» e, neste caso particular, todos têm em comum o facto de exercerem a sua profissão na modalidade «Futebol». Nestas 24 notícias foram noticiados 6 treinadores (ver **Gráfico 38**) sendo «Rui Vitória», ex-técnico do *SL Benfica*, o que mais vezes surgiu nos boletins informativos da *TVI*, aparecendo exatamente em 50% das notícias alusivas a «Treinadores». Na globalidade, as presenças assíduas deste técnico nas notícias do *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* deveu-se, essencialmente, aos momentos difíceis, a nível de resultados, que o clube encarnado atravessou, à forte contestação ao treinador por parte dos adeptos e, posteriormente, à sua demissão.

Outro treinador que também surgiu por diversos momentos na cobertura informativa desportiva foi o técnico português José Mourinho, todas a propósito dos maus resultados alcançados pelo *Manchester United FC* nos últimos tempos e do despedimento do treinador do comando técnico da equipa de Manchester. «José Mourinho» foi, desta forma, abordado

em 6 notícias durante todo o período em que o estudo decorreu.



**Gráfico 38:** «Treinadores» abordados nas notícias da categoria «Desporto»

Fonte: Elaboração própria

Os treinadores «José Peseiro» e «Jorge Jesus» foram abordados, cada um, em 2 notícias. No primeiro caso a cobertura noticiosa foi motivada pela saída do treinador português do comando técnico do *Sporting CP* por mutuo acordo. No que diz respeito a «Jorge Jesus», num dos casos foi noticiada a possibilidade do regresso deste treinador ao comando técnico do *SL Benfica* e noutro foi anunciado o seu despedimento do clube saudita *Al Hilal*.

Treinadores como «Marcel Keizer» ou «Bruno Lage», sucessores de, respetivamente, «José Peseiro» no *Sporting CP* e «Rui Vitória» no *SL Benfica*, foram noticiados aquando da sua chegada aos respetivos clubes, sendo, cada um, alvo de uma única notícia.

Desta análise conclui-se que, no que diz respeito a notícias acerca de «Treinadores», todos eles – para além de treinarem a modalidade «Futebol» –, estão associados às principais equipas de futebol a nível nacional (*Sporting CP* ou *SL Benfica*, neste caso) ou, por outro lado, são conceituados treinadores portugueses que treinam ou treinaram equipas no estrangeiro (José Mourinho e Jorge Jesus).

Para além disso, e como demonstra a tabela seguinte, quando as notícias se referem a «Treinadores» a cobertura de acontecimentos com um tom «Predominantemente negativo» tende a ser mais notória e expressiva do que a cobertura cuja valência é «Predominantemente positiva». No conjunto das 24 notícias sobre treinadores, 17, ou seja, 71%, seguiram um tom «Predominantemente negativo» (ver **Tabela 10**). Nestas notícias estão maioritariamente englobadas as coberturas informativas a propósito das demissões e/ou despedimentos dos treinadores «José Peseiro» do *Sporting CP*, «Rui Vitória» do *SL Benfica* e «José Mourinho»

do *Manchester United FC*. Por outro lado, as notícias referentes à apresentação de novos treinadores, como aconteceu com «Marcel Keizer», no clube de Alvalade, e com «Bruno Lage, no clube da Luz, são, pelos dados recolhidos durante o horizonte temporal analisado neste estudo, coincidentes com uma valência «Neutra».

Cruzamento das variáveis TREINADORES e VALÊNCIA			
TREINADORES	Pred. Positiva	Pred. Negativa	Neutra
José Peseiro	0	2	0
Rui Vitória	1	10	1
Marcel Keizer	0	0	1
José Mourinho	0	4	2
Jorge Jesus	0	1	1
Bruno Lage	0	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>6</b>

**Tabela 10:** Cruzamento das variáveis «Treinadores» e «Valência»

**Fonte:** Elaboração própria

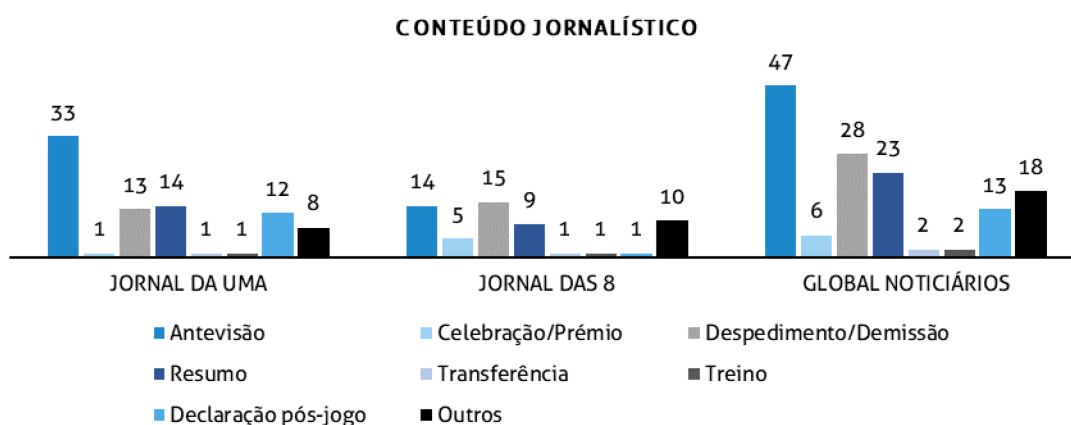
### 3.7.7. Presidentes

Durante o período em que decorreu o estudo o número de notícias relacionadas com presidentes de clubes foi relativamente reduzido tendo em consideração que apenas 3 notícias se referem a «Presidentes». Deste modo, foram apenas referidos os presidentes do *FC Porto*, Jorge Nuno Pinto da Costa, na sequência de este ter sido notificado pelo Ministério Público a prestar declarações no âmbito do processo *E-mails*; do *Sporting CP*, Frederico Varandas, a propósito dos cem dias de mandato na liderança do clube Leonino; e do *SL Benfica*, Luís Filipe Vieira, destacando as declarações que o presidente proferiu, em resposta às críticas dos sócios, na Assembleia Geral do clube.

A este conjunto de presidentes soma-se o ex-presidente do *Sporting CP*, Bruno de Carvalho, que foi presença assídua na cobertura noticiosa realizada pela *TVI*. No entanto, as notícias que envolviam este ex-presidente ultrapassavam largamente aquilo que era o âmbito desportivo – estando relacionadas com o processo judicial instaurado na sequência do ataque à academia do clube, em Alcochete – e, por isso, não foram sequer consideradas enquanto pertencendo à categoria «Desporto» – até porque a cobertura noticiosa deste assunto não esteve a cargo da editoria de «Desporto» mas antes dos jornalistas que trabalhavam os temas relacionados com «Justiça».

### 3.8. Conteúdo jornalístico das notícias de «Desporto»

Analisar o **conteúdo jornalístico** de cada uma das notícias da categoria «Desporto» irá permitir averiguar quais os aspetos mais abordados nas notícias veiculadas pelos profissionais da editoria de «Desporto» da *TVI* (ver **Gráfico 39**). Olhando para a globalidade dos noticiários analisados, no conjunto das 139 notícias da categoria «Desporto», 47, ou seja, 34%, referem-se à «Antevisão» de jogos de futebol, com especial relevo, como vimos na análise da variáveis dos clubes portugueses, para os três principais clubes a nível nacional.



**Gráfico 39:** Conteúdo jornalístico das notícias da categoria «Desporto» por noticiário  
**Fonte:** Elaboração própria

As notícias a propósito de «Despedimentos/Dimissões» também foram recorrentes durante o período de investigação e, nesse sentido, foram veiculadas 28 notícias sobre essas questões, o que corresponde a 20% de todas as notícias pertencentes à categoria «Desporto». De seguida surgem os «Resumos» dos jogos que no conjunto das notícias desportivas representam 17%.

As notícias que incidiram sobre as matérias relacionadas com «Declarações pós-jogo» ou «Celebrações/Prémios» somam, cada uma, 13 e 6 notícias, respetivamente, o que significa que foram referência em 9% e 4% do conjunto das 139 notícias analisadas neste contexto. Notícias acerca de «Treinos» ou «Transferências» tiveram uma representação muito reduzida nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* – ainda que o período de investigação correspondesse ao mercado de transferências no mundo futebolístico – somando cada um apenas 2 notícias.

Na classe que se denominou «Outros» consideraram-se todos os acontecimentos que embora envolvessem figuras do desporto e fossem trabalhados pela editoria de «Desporto»

não estavam propriamente relacionadas a prática desportiva como por exemplo o escândalo sexual que envolveu Cristiano Ronaldo após as acusações de que foi alvo; a tatuagem de um adepto do *Barcelona FC* alusiva ao futebolista Leonel Messi; as apresentações de novos treinadores; o aniversário de jogadores ou curiosidades e insólitos relacionadas com clubes, atletas, treinadores ou dirigentes desportivos.

Observando agora apenas nas notícias que se ocuparam dos «Resumos» dos jogos é interessante perceber, no conjunto dessas notícias alusivas ao clubes mais mencionados – *SL Benfica*, *Sporting CP* e *FC Porto* – qual o tom das notícias tendo em consideração o resultado dos jogos que envolveram estas equipas. O que a tabela seguinte pretende demonstrar é precisamente essa relação e, por isso, faz o cruzamento do resultado de cada jogo com a valência da notícia correspondente ao mesmo (ver **Tabela 11**).

Cruzamento das variáveis RESULTADO e VALÊNCIA			
RESULTADO	Pred. Positiva	Pred. Negativa	Neutra
Vitória <i>SL Benfica</i>	2	0	0
Derrota <i>SL Benfica</i>	0	2	0
Empate <i>SL Benfica</i>	0	0	0
Vitória <i>FC Porto</i>	2	0	0
Derrota <i>FC Porto</i>	0	0	0
Empate <i>FC Porto</i>	0	0	0
Vitória <i>Sporting CP</i>	4	0	0
Derrota <i>Sporting CP</i>	0	0	0
Empate <i>Sporting CP</i>	0	1	0

**Tabela 11:** Cruzamento das variáveis «Resultado» e «Valência»

Fonte: Elaboração própria

Embora o conjunto de dados não seja muito vasto, parece indicar que o **tom** ou **valência** adotado em cada «Resumo» tende a coincidir com o resultado tendo em conta a perspectiva do clube como maior notoriedade. Neste sentido, olhando para os 4 resumos que envolvem o *SL Benfica*, quando esta equipa vence o tom adotado é «Predominantemente positivo», pondo a tónica na vitória desta equipa e não na derrota do seu adversário. Porém, quando o resultado não é a vitória do *SL Benfica* o ângulo de abordagem da notícia em vez de salientar o bom resultado da equipa adversária, destaca o mau resultado desta equipa. Deste modo, nos dois jogos da equipa da Luz que tiveram como resultado a sua derrota, o tom adotado foi «Predominantemente negativo».

Nos jogos dos outros clubes mais mencionados nas notícias analisadas no estudo a

tendência parece ser a mesma. Assim, nos 2 únicos «Resumos» registados nesta investigação a envolver o *FC Porto*, o resultado positivo da equipa nortenha, a vitória, é veiculada através de uma comunicação com uma valência «Predominantemente positiva». Nos 5 «Resumos» a envolver a equipa do *Sporting CP* transmitidos no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* durante o período do estudo, os *Leões* venceram em 4 ocasiões e empataram na outra, tendo sido o tom adotado, respetivamente em cada circunstância, «Predominantemente positivo» e «Predominantemente negativo».

#### 4. Reflexões finais e resposta às questões de investigação

A análise das notícias relacionadas com o desporto emitidas pelos noticiários televisivos em Portugal pode contribuir para aprofundar os conhecimentos relativamente à relação que a atividade desportiva a nível profissional estabelece como o meio televisivo. Nesta relação, que conta já com várias décadas, a televisão tornou-se, inclusivamente, no meio «mais popular de acompanhar os grandes eventos desportivos» (Gouveia, 2018: 28), de tal forma que as «audiências do desporto» passaram a ter um «lugar cativo nas grelhas de programação televisiva», permitindo que os dois setores se tenham, ao longo dos anos, «misturado, influenciado, condicionado e potenciado» (Viseu, 2006: 89).

Considerando as questões e sub-questões de investigação deste relatório de estágio foi possível, através dos dados recolhidos e da sua análise, obter respostas para duas questões de investigação bem como para as várias sub-questões. No que diz respeito à primeira questão, «Qual o relevo das notícias de desporto nos principais noticiários da *TVI*?», procurou-se – com o objetivo de responder às três sub-questões de investigação desta primeira questão – olhar para as várias **categorias** e **temas** abordados nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, bem como para o **posicionamento** das notícias alusivas à categoria «Desporto» e para os **outros espaços informativos** incorporados nestes noticiário.

Quando observamos os dados relativos às várias categorias abordadas nos noticiários em estudo durante o horizonte temporal da investigação, pode concluir-se que as categorias de notícias dominantes são, pela ordem seguinte, «Economia e trabalho», «Desporto», «Segurança e defesa», «Justiça» e «Diversos». No conjunto, estas cinco categorias representam 62,4% das notícias dos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*. Embora a análise ao longo de cada mês faça variar o conjunto das cinco categorias dominantes, as categorias «Economia e trabalho», «Desporto» e «Segurança e defesa» surgem, por esta

ordem, em todos os meses como as três principais categorias abordadas. Deste modo, é possível concluir que a categoria de notícias «Desporto» é uma das dominantes nos principais noticiários da *TVI*, sendo responsável por 14,1% da cobertura noticiosa no conjunto dos noticiários analisados.

Outro aspeto analisado e que acaba por conferir especial importância à cobertura jornalística na área desportiva é o facto de nos 36 noticiários analisados apenas 5 não conterem qualquer notícia relacionada com esta categoria ao passo que mais de metade das emissões analisadas contém entre 4 e 10 notícias relativas à categoria «Desporto».

Os resultados obtido nesta investigação, ao ilustrarem que os assuntos alusivos ao «Desporto» são uma das categorias dominantes dos principais noticiários da *TVI*, seguem a lógica de que as modalidades desportivas têm um papel social fundamental no «desenvolvimento de uma ideia de nação e consolidação do vínculo nacional», e na «reprodução das próprias identidades locais e regionais», permitindo «formas de participação ativa que não encontramos em muitas outras dimensões sociais» (Lopes, 2003: 94).

No estudo de Brandão (2011: 746-764) – onde é estabelecida a evolução das categorias de notícias dominantes nos noticiários da *TVI* através de dados referentes aos anos de 2003, 2008 e 2011 – é verificado que, ao longo dos anos, a categoria «Desporto» tem vindo a ocupar uma parte significativa dos noticiários da estação televisiva mencionada face ao global das notícias. Olhando para os valores médios – desses três anos – apresentados pelo autor, as categorias dominantes são «Política nacional», «Diversos», «Desporto», «Economia e negócios» e «Acidentes e catástrofes». Nesta investigação de Brandão, as notícias alusivas a «Desporto» representam, na média dos três anos considerados, 8,53% da cobertura noticiosa e assumem-se como uma das categorias de notícias dominantes, tal como acontece no presente relatório em que essas notícias também se enquadram no conjunto das categorias dominantes quando se observa a cobertura informativa dos noticiários da *TVI*. No que diz respeito às categorias menos mencionadas, o nosso estudo acompanha também as conclusões obtidas por Brandão (2011) no sentido em que os assuntos relacionados com «Relações internacionais», «Educação e ciência», «Artes e cultura» ou «Religião» continuam, como refere o autor, a ser desvalorizados.

Um trabalho mais recente realizado em Portugal por Cardoso e Telo (2018), ainda que se debruce sobre um conjunto mais alargado de órgãos de comunicação social, evidencia que o «Desporto», embora não pertença ao conjunto das cinco categorias dominantes, é uma

categoria com uma representatividade significativa, 9,2%, surgindo na sexta posição no que concerne às categorias das notícias, atrás de «Política» que reúne 15,7%, «Economia e trabalho» com 14,8%, «Justiça» que soma 12,5%, «Segurança e defesa» com 11,5% e «Acidentes e desastres» que representa 11,1% (Cardoso *et al*, 2018).

Depois de analisar as **categorias** das notícias dominantes nos noticiários examinados neste estudo, procedeu-se também à análise dos **temas** que surgiram com maior frequência nas notícias veiculadas no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*. No que diz respeito a esta matéria o tema «Futebol [Desporto]» foi o que assumiu maior protagonismo, seguido das notícias que incidiram sobre «Greves e protestos [Economia e trabalho]», «Governação e partidos [Política nacional]», «Acidentes [Acidentes e catástrofes]» e «Justiça, tribunais e interrogatórios [Justiça]». Embora a categoria «Desporto» não tenha sido a mais mencionada, quando olhamos para os temas das notícias, o «Futebol» é o tema mais vezes referido nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*.

Este resultado está em linha com os vários estudos realizados em Portugal sobre as categorias e subcategorias de notícias mais mencionadas nos noticiários dos vários canais generalistas. Por exemplo Cardoso e Telo (2018), destaca que o «Futebol» é dos temas com maior protagonismo no seio dos noticiários dos meios de comunicação generalistas portugueses. Esta hegemonia observa-se não apenas quando atentamos na categoria «Desporto», mas também quando olhamos para o conjunto de todos os temas de todas as categorias abordados nas notícias, tal como sucede no nosso estudo.

Os trabalhos desenvolvidos por Nuno Goulard Brandão evidenciam também, na análise categorial das notícias, que o tema «Futebol» domina as notícias de «Desporto», no sentido em que esta modalidade representa sempre mais de 95% das notícias desportivas. O estudo deste autor realizado em 2008 (Brandão, 2010: 95-108), que incidiu sobre os três canais generalista portugueses em sinal aberto, demonstra que nos noticiários da *TVI* a totalidade das notícias sobre desporto são alusivas ao «Futebol» e que esta é a subcategoria – no nosso estudo as subcategorias correspondem aos temas – mais mencionada nos boletins informativos da estação, seguida das subcategorias, ou temas, «Governo» e «Partidos políticos», à semelhança do que acontece com o nosso estudo. Em 2011 (Brandão, 2011: 746-764), o mesmo autor desenvolve uma investigação semelhante e constata também que os assuntos ligados ao «Futebol» compreendem a quase totalidade das notícias alusivas à categoria «Desporto».

As evidências encontradas no nosso estudo a propósito do destaque conferido ao «Futebol» nos noticiários da *TVI* entroncam naquilo que vários autores descrevem como um indicador precioso da importância social e mediática desta modalidade que tem a capacidade de definir a agenda mediática portuguesa e, por vezes, de se sobrepor a assuntos relacionados com a política, governação ou partidos. Estes resultados demonstram também que os *media*, e particularmente a televisão, têm aproveitado de uma forma sem precedentes o facto do futebol se ter tornado num desporto de massas (Boyle *et al*, 2005; Coelho *et al*, 2006: Cancela, 2006).

Tendo em conta que no presente estudo as notícias incidiram sobre temas como «Futebol», «Greves e protesto», «Governação e partidos» ou «Acidentes», pode afirmar-se que tais conclusões vão também ao encontro da perspectiva de Godinho (2011: 274) que considera que temas como estes são mais envolventes para a sociedade no sentido em que as pessoas têm, ou consideram que têm, um conhecimento profundo sobre eles e conseguem integrá-los na experiência. Para além disso, estas notícias que remetem para acontecimentos mais fáceis de contar – como o caso do futebol, política, catástrofes ou casos de violência – possibilitam ainda, segundo o autor, «um novo episódio de uma narrativa contada diariamente e sequencialmente nos telejornais» (*Ibidem*).

No que diz respeito ao posicionamento das notícias pertencentes à categoria «Desporto», o nosso estudo demonstra que nos noticiários da *TVI* não existe o predomínio das notícias alusivas a esta categoria na «1.ª Parte» ou «2.ª Parte», estando, ao longo do período de investigação, distribuídas de forma uniforme entre cada uma das partes dos noticiários. Já no que concerne às notícias de abertura dos noticiários da *TVI*, o destaque foi para os assuntos relacionados com «Justiça», 22,2% das aberturas, «Segurança e defesa», mencionada em 19,4% das aberturas, e «Economia e Trabalho» que abriu 16,7% dos noticiários. Só de seguida é que surgem as categoria «Política nacional», com 13,9% das aberturas, e «Desporto» e «Acidentes e catástrofes» cada uma com 8,3% das aberturas.

Brandão (2010: 95-108) constatou, através dos trabalhos realizados em 2008, que, no conjunto dos noticiários portugueses em sinal aberto, as principais categorias responsáveis pela abertura dos boletins informativos foram «Economia e negócios», «Política nacional», «Política internacional», «Justiça e tribunais» e «Acidentes e catástrofes». Para além disso, verificou também que categorias de notícias dominantes, como por exemplo «Desporto», não apresentavam qualquer notícia de abertura. Em 2011 (Brandão, 2011: 746-764) as

conclusões foram semelhantes no sentido em que – numa análise circunscrita aos noticiários da *TVI* – o autor identificou apenas três categorias nas aberturas dos noticiários: «Acidentes e catástrofes», «Política nacional» e «Economia e negócios».

Os resultados encontrados no nosso estudo estão em linha com os dados apresentados, tendo em consideração que as categorias de notícias que dominam nas aberturas dos noticiários são, de um modo geral, as mesmas – ainda que a sua nomenclatura não seja exatamente a mesma que Brandão (2010, 2011) apresenta, são coincidentes – e existem categorias que embora dominem no global das notícias, como é o caso no nosso estudo de «Desporto» e «Diversos», somam pouca notícias de abertura. A categoria «Desporto», sendo a segunda mais referida nos noticiários da *TVI* soma apenas 3 notícias de abertura, ou seja, 8,3%, enquanto a categoria «Diversos», a quinta mais referida, nunca fez a abertura de qualquer noticiário.

Quando olhamos para os outros espaços informativos incorporados nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* percebemos que foi nos «Destaques» e «Comentários» que a categoria «Desporto» esteve mais presente. No que concerne aos «Destaques» – anunciados pelo pivô através de pequenas peça que remetem para notícias a desenvolver mais tarde no noticiário – as categorias «Diversos», com 18,6% das chamadas de atenção, «Desporto» e «Segurança e defesa» (somando cada uma 16,4% de todos os «Destaques») foram as mais mencionadas. Já no que diz respeito aos espaços para «Comentários», onde comentadores de diversas áreas – geralmente colaboradores da estação e com presença assídua nos programas especializados em matérias específicas emitidos na *TVI24* – analisam e atualizam acontecimentos de relevo que marcam a atualidade, foi o «Desporto» que mais vezes chamou a estúdio comentadores, sendo esta a categoria referida em 39,1% destes espaços de comentários, seguida dos assuntos relativos a «Economia e trabalho» e «Justiça» (cada um com 16,4%).

Estes dados estão em linha com as evidências que apontam no sentido em que os assuntos relacionados com o «Desporto» e com a «Ordem interna» têm a capacidade de captar a atenção dos espetadores, contribuindo, dessa forma, para a fidelização da audiência (Soares *et al*, 2008; Coelho *et al*, 2006). Neste sentido, os dados obtidos no nosso estudo – especialmente no que aos «Destaques» diz respeito –, com as categorias «Diversos», «Desporto» e «Segurança e defesa» a serem as mais promovidas através de chamadas de atença nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, estão enquadrados com as perspetivas

dos autores mencionados.

Nos outros espaços informativos como «Grandes reportagens», «Rubricas» ou «Entrevistas», a categoria «Desporto» esteve pouco representada. No que diz respeito às «Rubricas» teve lugar por uma única ocasião a rubrica «Mais transferência» no *Jornal da Uma*, dado que o período da investigação coincidiu com o mercado de transferências no mundo do futebol. Já no que concerne a «Grandes reportagens» e «Entrevistas», estes espaços não se debruçaram, praticamente, sobre assuntos relacionados com «Desporto» tendo sido concedida apenas uma entrevista sobre esta matéria por José Eduardo Moniz, vice-presidente do *SL Benfica* e também colaborador da *TVI* em diversos projetos do canal.

Estes dados podem também refletir a dificuldade acrescida que os meios de comunicação têm quando pretendem desenvolver trabalhos mais aprofundados e detalhados sobre matérias desportivas no sentido em que em Portugal os clubes de futebol, ao contrário do que acontece com os principais países do futebol europeu, restringem os canais de comunicação entre o público e os atletas, treinadores e dirigentes impedindo, por exemplo, a sua presença em programas de televisão durante a época desportiva. A cultura futebolística das organizações procura, deste modo, proteger particularmente os jogadores – transformando-se em «pessoas quase inacessíveis aos meios de comunicação» – que tem a possibilidade de conceder entrevistas a jornais, rádios ou televisões apenas com a devida autorização do clube e, geralmente, com um objetivo prévio (Lopes *et al*, 2011: 345).

O facto de a proximidade entre os jornalistas e os protagonistas do desporto ser dificultada, condiciona os conteúdos produzidos pela meios de comunicação que acabam por alimentar grande parte da cobertura jornalística desportiva com base nas conferências de imprensa concedidas na véspera e depois do jogos pelos treinadores e jogadores (Flores, 2004: 68; Rowe, 2007: 396).

Considerando as referência acima enumeradas os resultados obtidos no que diz respeito às «Grandes reportagens» ou «Entrevista» tornam-se mais claros. Assim, parece evidente que a única entrevista realizada no contexto desportivo ao vice-presidente do clube da Luz, teve lugar apenas porque José Eduardo Moniz também tem um vínculo profissional com a *TVI* e, nesse sentido, foi entrevistado, enquanto vice-presidente do clube, à margem de uma outra entrevista que concedeu no *Jornal das 8* a propósito da estreia do seu novo programa na estação privada.

A análise de todos os elementos explanados até este momento – **categorias, temas,**

**posicionamento e outros espaços informativos** – permitem, em suma, concluir que, durante o período analisado, o «Desporto» é uma das categorias dominantes nos principais noticiários da *TVI*, e que o tema «Futebol» é o que congrega uma maior cobertura noticiosa no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*. Embora este domínio tenha sido evidenciado na globalidade das notícias veiculadas pela *TVI*, os assuntos relacionados com o desporto não constam, geralmente, nas aberturas dos noticiários e têm pouca representação nos outros espaços informativos, com exceção para os espaços de «Destaque» e destinados a «Comentários» em que o «Desporto» adquire uma posição privilegiada. Para além disso, pode argumentar-se também que as respostas à primeira questão de investigação, e suas sub-questões, estão enquadradas por vários estudos realizados até ao momento que se debruçaram sobre as categorias das notícias e, especialmente, sobre a cobertura desportiva nos noticiários.

Focando agora na segunda questão de investigação, «Como são trabalhadas as notícias de desporto nos principais noticiários da *TVI*?» e nas suas duas sub-questões, foram analisadas as várias características das notícias da categoria «Desporto» ao nível do **formato, forma, âmbito, natureza e valência**, tendo ainda sido analisadas quais as principais matérias sobre as quais incidiu a cobertura mediática desportiva durante o período de investigação.

Começando pelas reflexões sobre os resultados referentes ao formato e forma das notícias da categoria «Desporto» no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, percebe-se que os conteúdos alusivos a esta matéria são transmitidos, por norma, através do formato «Peça» (em 55% dos casos as notícias da categoria mencionada foram transmitidas neste formato) ao invés de «Vivos», com 22%, «Offs», com 20%, ou «Grafismos» com apenas 2%. Tendo em consideração que todas as «Peças» e «Offs» (que somam 75% das notícias desportivas) são em diferido (no que diz respeito aos «Vivos», este formato pode ser transmitido em «Direto» ou «Diferido», dependendo das circunstâncias) é expectável que a forma de transmissão em «Diferido» seja também a mais popular. Os dados recolhidos permitem concluir isso mesmo. Durante o horizonte temporal de investigação, os principais boletins informativos da *TVI* optaram por transmitir os conteúdos alusivos à categoria «Desporto» através da forma «Diferido».

Estes dados permitem concluir que, para além do «Desporto» e «Futebol» serem, respetivamente, uma das categorias dominantes e o tema mais referido nos principais

noticiários da *TVI*, existe também, ao nível destas matérias, a preocupação de transmitir ao telespetador uma informação completa e detalhada, baseada num conjunto de imagens que esclareçam devidamente os acontecimentos bem como os intervenientes envolvidos, sejam eles jogadores, treinadores ou dirigentes desportivos. A utilização do formato «Peça» permite, em última instância, fornecer aos telespetadores uma informação contextualizada e mais pormenorizada dos acontecimentos desportivos do que, por exemplo, o «Vivo» ou o «Off».

No que diz respeito à forma das notícias, o «Direto» esteve presente em apenas 4% das notícias desportivas. Este resultado pode ser explicado pelo facto de a investigação ter decorrido durante os dias úteis. Na *TVI*, os diretos feitos por jornalistas da editoria de *Desporto* acontecem, principalmente, nos dias dos jogos de futebol, ou seja, aos fins de semana – acompanhando a deslocação das equipas e adeptos até aos estádios e as conferências de imprensa pós jogo –, e compreendem pontos de reportagem como os centros de treino das principais equipas a nível nacional e as imediações dos estádios onde os três principais clubes portugueses vão jogar.

Quanto à natureza das notícias desportivas nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, verificou-se que a maioria dos acontecimentos noticiados, 98%, correspondem a «*Hard news*». Este resultado esclarece que a informação produzida pela editoria de *Desporto* da redação da *TVI* está principalmente centrada em assuntos com elevado nível de noticiabilidade e cuja pertinência é efémera, exigindo, por isso, uma divulgação tão célere quanto possível. Ainda no que diz respeito à natureza das notícias, 1% foram classificadas como «Autoinformação». Estas notícias tiveram como principal intuito promover os jogos de futebol da *Liga Revelação* transmitidos na *TVI24*.

No que diz respeito à valência das notícias, o estudo sugere que os principais noticiários da *TVI* expõem os temas pertencentes à categoria «Desporto» através de uma abordagem «Neutra», já que 40% das notícias assumem esse tom. Comparando as notícias com valência «Predominantemente positiva» e «Predominantemente negativa» observou-se que não existe o domínio de uma em relação à outra, surgindo, cada uma, em 30% das notícias desportivas. Estes dados estão em linha com os trabalhos desenvolvidos por Brandão em 2003 e 2011 (Brandão, 2011: 758-759) que evidenciam que no global das notícias, o tom «Neutro» é adotado com maior frequência. Em 2011 embora a diferença entre as notícias de valência «Positiva» e «Negativa» fosse menor que em 2003 – o que parece denotar uma

trajetória de equilíbrio entre essas duas valências –, as notícias com uma conotação negativa continuaram a ter mais espaço que as de tom positivo.

Atentando, por exemplo, nas notícias sobre os clubes portugueses, percebe-se que a abordagem «Neutra» também é privilegiada. No entanto, no que diz respeito às notícias que envolvem treinadores de futebol o tom é, na maioria dos casos, «Predominantemente negativo». Neste sentido, os treinadores de futebol, enquanto atores ou protagonistas dos acontecimentos – no nosso estudo assumiram esses estatuto, na maioria dos casos, quando eram demitidos dos clubes onde trabalhavam –, permitem a construção de narrativas apelativas que procuram estimular a tendência para as práticas jornalísticas se tornarem mais sensíveis a acontecimentos inesperados e insólitos, geradores de uma visão negativa e carregados de emoção, dramatização e espetacularidade (Brandão, 2002: 71-76; Brandão, 2011: 761).

Os resultados sobre o âmbito das notícias demonstraram que os principais noticiários da *TVI* procuram noticiar, sobretudo, as matérias alusivas ao «Desporto» a nível nacional, focando-se nos clubes portugueses ou em atletas e treinadores vinculados profissionalmente a equipas que disputem a principal competição de futebol a nível nacional. Assim, embora a *TVI* tivesse os direitos de transmissão de alguns jogos da *Liga dos Campeões* – e, por isso, o acesso facilitado às imagens de todos os jogos dessa competição – bem como um acordo com a *Eleven Sport* – que detinha os direitos de transmissão, em Portugal, dos campeonatos de futebol espanhol, alemão e francês – que permitia à estação de Queluz de Baixo produzir, em parceria com aquela estação, um programa desportivo na *TVI24* com os resumos dos principais jogos dos campeonatos internacionais mencionados, o enquadramento desportivo a nível internacional encontrou pouco espaço na antena da *TVI* e foi, por isso, muito reduzido nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*.

Estes resultados refletem a realidade evidenciada noutros estudos (Brandão, 2009; Brandão, 2011) que mostraram que a atualidade internacional – ainda que analisada na globalidade das notícias e não especificamente nas notícias desportivas – continua a ter uma representação reduzida nos noticiários portugueses. Deste modo, Brandão (2009: 5128-5142; 2011: 758-759) verificou que na *TVI* os noticiários dedicaram entre 75,3% e 77,2% dos seus alinhamentos a notícias de âmbito nacional. No nosso estudo as notícias da categoria «Desporto» seguem uma tendência semelhante na medida em que os assuntos alusivos a assuntos de âmbito nacional estiveram presentes em 76% das notícias desportivas.

Os dados examinados acima permitem responder à subquestão de investigação «Quais as principais características ao nível do formato, forma, âmbito, natureza e valência das notícias de desporto?» e perceber que, embora a maioria das notícias desportivas seja de âmbito nacional, existe a preocupação de transmitir ao telespetador uma informação completa e detalhada baseada num conjunto de imagens que esclareçam devidamente os acontecimentos bem como os intervenientes envolvidos, sejam eles jogadores, treinadores ou dirigentes desportivos, como se comprova pela utilização maioritária do formato «Peça» e da forma «Diferido». Para além disso, ficou também visível que o tom predominantemente adotado na informação veiculada pelos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, no que ao «Desporto» diz respeito, é «Neutro» e que a prioridade são os acontecimentos de natureza «Hard» que exigem uma abordagem célere que permita que a informação chegue ao telespetador o mais rapidamente possível.

Refletindo sobre aquelas que foram as modalidades que mais vezes estiveram presentes nos noticiários da *TVI* analisados nesta investigação ficou evidente, aquando da análise dos temas mais abordados, que o «Futebol» foi a modalidade rainha no que diz respeito às notícias de «Desporto». Estes resultados, para além de estarem, como mencionado anteriormente, em linha com outros estudos desenvolvidos no âmbito da análise categorial das notícias emitidas nos principais serviços informativos em Portugal, levantam também outro tipo de questões – nomeadamente se pensarmos numa lógica de interesse público – relacionadas com as dificuldades que poderão existir ao nível da criação de novos atletas e adeptos – que, em última análise, se podem traduzir em problemas financeiros para os clubes – de modalidades como, por exemplo, andebol, basquetebol, voleibol, ténis, patinagem artística, hóquei em patins, atletismo, ciclismo ou motociclismo em virtude da falta de mediatização e divulgação de eventos desportivos que envolvam modalidades como aquelas que acabamos de referir (Lopes, 2003: 93-95).

Olhando agora mais especificamente para a diversidade das notícias de «Desporto» – mesmo sabendo que a maioria se referem à modalidade «Futebol» e são de âmbito «Nacional», o que deixa, desde logo, antever algumas das conclusões seguintes –, é importante delinear as principais conclusões quanto aos clubes, treinadores, jogadores e presidentes alvo de maior cobertura mediática nos dois principais noticiários da *TVI*.

Neste contexto, os resultados do estudo são esclarecedores e revelam que os «Clubes portugueses» são o foco em 57% da cobertura jornalística efetuada pela editoria de

«Desporto» da *TVI*, seguidos pelos assuntos relacionados com «Treinadores» e «Jogadores». No que diz respeito aos clubes mais vezes mencionados nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*, concluiu-se que existe uma hegemonia em torno do *SL Benfica*, *Sporting CP* e *FC Porto*, que no seu conjunto representam 87% de todos os «Clubes portugueses» noticiados. Quanto aos «Clubes internacionais» mais referido o destaque foi para todos os acontecimentos que envolveram a final da *Taça Libertadores*, disputada entre *CA River Plate* e *CA Boca Juniores*, seguidos de outras equipas que ou disputavam jogos com equipas portuguesas em competições internacionais ou que tinham nos seus plantéis (ou equipas técnicas), atletas (ou treinadores) portugueses de referência.

Já no que concerne aos «Treinadores» mais abordados nos noticiários analisados todos tinham em comum – para além de exercerem a sua atividade no âmbito futebolístico – o facto ou de treinarem um dos três clubes nacionais mais mencionados no estudo (*SL Benfica*, *Sporting CP* ou *FC Porto*) – José Peseiro, Rui Vitória, Marcel Keizer e Bruno Lage –, ou de serem treinadores portugueses de referência a treinar clubes estrangeiros – José Mourinho e Jorge Jesus.

Quando o foco das notícias incidiu sobre «Jogadores» específicos, o que aconteceu em apenas 10% das notícias desportivas, há apenas um atleta que se destaca e que dominou estes conteúdos informativos pelo seu considerável capital mediático, Cristiano Ronaldo. No que diz respeito aos dirigentes que mais vezes foram alvo de cobertura informativa, percebeu-se que estes não são por norma atores principais das notícias – dado que estiveram em foco nas notícias em apenas 3 ocasiões –, no entanto, em todos os momentos em que tal aconteceu, foi dado destaque aos presidentes dos três principais clubes a nível nacional – *SL Benfica*, *Sporting CP* e *FC Porto*.

Estes resultados estão em concordância com os estudos da *ERC* realizados ao longo dos últimos anos e que têm vindo a descrever uma cobertura dos acontecimentos desportivos concentrada no calendário futebolístico, que suplanta em larga escala outras modalidades desportivas que são apenas alvo de uma cobertura jornalística residual. Estas investigações têm vindo a demonstrar também que entre 70% a 75% das peças jornalísticas desenvolvidas pela editoria de «Desporto» são dedicadas ao campeonato nacional masculino de futebol e aos jogos da *Primeira Liga* protagonizados pelas maiores equipas lisboetas (*SL Benfica* e *Sporting CP*) e pelo *FC Porto* (ERC, 2017: 95-115; ERC, 2018: 133-242; ERC, 2019: 459-469).

Na cobertura desportiva relativa a «Clubes internacionais» os trabalhos desenvolvidos pela ERC (2017, 2018, 2019) corroboram os resultados obtidos no nosso estudo na medida em que as notícias quando incidem sobre estes clubes é pelo ângulo da atividade dos jogadores – os futebolistas Cristiano Ronaldo e Bernardo Silva – e treinadores – José Mourinho – portugueses (*Juventus FC, Manchester City FC e Manchester United FC*). No que respeita aos «Jogadores» o trabalho desenvolvido pela entidade supramencionada revelam que o protagonista é Cristiano Ronaldo. Quanto aos «Treinadores», as mesmas investigações revelam que as atenções estão concentradas em José Mourinho e nos técnicos da *Primeira Liga* portuguesa de futebol, nomeadamente os afetos ao *SL Benfica, Sporting CP e FC Porto*.

Os últimos aspetos referidos até agora ajudam a responder à subquestão de investigação «Existe na cobertura mediática desportiva dos principais noticiários da *TVI* o domínio de determinadas modalidades, clubes, seleções, atletas ou treinadores?», e permitem concluir que a cobertura desportiva realizada pela *TVI* nos seus principais noticiários se concentra principalmente numa única modalidade, o «Futebol», e que nesse contexto são os «Clubes portugueses», nomeadamente o *SL Benfica, Sporting CP e FC Porto*, que dominam a informação desportiva. Ficou ainda evidente a ideia de que a cobertura desportiva quando é feita ao nível de «Jogadores» está intimamente relacionada com o prestígio dos atletas e que os «Treinadores» que ocupam mais espaço nos boletins informativos *Jornal da Uma e Jornal das 8* são os que têm uma relação profissional com o principais clubes portugueses ou os que, treinando no estrangeiro, são portugueses e encarados como referências a nível nacional e internacional.

## **5. Pistas futuras de investigação**

Esta investigação permitiu aprofundar os conhecimentos relativamente à cobertura de acontecimentos desportivos nos dois principais noticiários da *TVI* – *Jornal da Uma e Jornal das 8*, durante os dias úteis (tendo como referência os meses de estágio, entre outubro e janeiro) –, permitindo perceber qual a afirmação destes conteúdos no alinhamento destes espaços informativos bem como as suas principais características.

Este trabalho deixa portas abertas para outros estudos mais amplos que possam complementar os resultados agora apresentados. Deste modo, uma outra investigação poderia estar relacionada, por exemplo, com o desenvolvimento um estudo semelhante ao

que fizemos mas que incidisse sobre os dias de fim de semana. Neste sentido seria pertinente fazer uma análise comparativa entre a cobertura de acontecimentos desportivos realizada durante os dias úteis nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* e aquela que é feita, nestes mesmo noticiários, ao sábado e ao domingo com vista a averiguar se existem ou não diferenças tendo como base esse termo comparativo e, se existem, perceber quais.

Perspetivas de análise que ajudassem a compreender se, em Portugal, a cobertura de acontecimentos desportivos varia significativamente entre estações (entre as várias estações generalistas privadas em sinal aberto ou entre estações privadas e públicas), também trariam um conjunto de dados que poderiam permitir estabelecer determinados padrões e/ou discrepâncias no que diz respeito à cobertura noticiosa de assuntos relativos ao «Desporto» nos principais noticiários de estações públicas e privadas.

Alargando ainda mais os horizontes de investigação poderiam também trazer conclusões interessantes e que complementassem os resultados obtidos neste trabalho, estudos que se debruçassem sobre a informação desportiva numa perspetiva mais global, atentando em diversos países europeus, de forma a tornar possível estabelecer analogias e/ou assimetrias entre diversos países. Esta análise sairia enriquecida se realizada ao nível quer dos canais de televisão públicos, quer das estações televisivas privadas.

Um outro estudo possível e oportuno seria transportar a metodologia adotada neste trabalho e desenvolver uma investigação idêntica mas que incidisse sobre os principais serviços noticiosos transmitidos no canal informativo da TVI. Esta investigação teria particular interesse para perceber se nos noticiários da TVI24 são explorados conteúdos desportivos mais abrangentes no que diz respeito às modalidades, atletas ou clubes abordados. Esta análise poderia ainda averiguar, desenvolvendo uma análise comparativa entre os diversos canais temáticos informativos – RTP3, SIC Notícias ou CMTV –, se existem diferenças significativas entre os vários canais informativos portugueses ou se, pelo contrário, os conteúdos são idênticos e trabalhados de forma semelhante.

## CONCLUSÃO

O presente estudo dedicou-se à análise da cobertura de eventos e acontecimentos desportivos desenvolvida nos principais serviços noticiosos da *TVI*, com o intuito de avaliar o peso assumido pelas notícias de desporto nos boletins informativos desta operadora privada de televisão (atentando, por exemplo, nas categorias e temas das notícias, no seu posicionamento e em outros espaços informativos incluídos nos noticiários da estação), mas também com o objetivo de, olhando para as principais características das notícias (ao nível do formato, forma, natureza, valência e âmbito), perceber de que forma são tratadas as informações de índole desportiva pelos profissionais da *TVI*, especialmente pelos jornalistas afetos à editoria de «Desporto» da redação de informação desta estação.

A relação entre os meios de comunicação e as modalidades desportivas é duradoura e, no que diz respeito à televisão, esta teve um poder significativo naquilo em que se transformaram muitas das modalidades mais praticadas e com um maior número de simpatizantes nos dias de hoje (Gouveia, 2018: 28). A televisão tornou-se, por isso, num dos meios mais populares para acompanhar os grandes eventos desportivos de tal forma que as «audiências do desporto» passaram a ter um «lugar cativo nas grelhas de programação televisiva», permitindo que os dois setores se tenham, ao longo dos anos, «misturado, influenciado, condicionado e potenciado» (Viseu, 2006: 89).

A análise das notícias relacionadas com o desporto emitidas pelos noticiários televisivos em Portugal pode ser considerada como algo essencial para que se possam aprofundar os conhecimentos relativamente à relação que a atividade desportiva a nível profissional estabelece como o meio televisivo. Esta investigação assume ainda maior destaque na medida em que as modalidades desportiva, nomeadamente as mais populares, têm um papel social fundamental no «desenvolvimento de uma ideia de nação e consolidação do vínculo nacional», bem como na «reprodução das próprias identidades locais e regionais», possibilitando «formas de participação ativa que não encontramos em muitas outras dimensões sociais» (Lopes, 2003: 94). O casamento entre desporto e meios de comunicação de massa parece cada vez mais impossível de desfazer e no que diz respeito ao futebol esta ideia ganha ainda mais força tendo em consideração os lucros e a riqueza que gera quer para clubes, federações e estações televisivas, quer para um conjunto alargado de outras empresas (Azeredo de Aguiar *et al*, 2010: 53; Flores, 2004: 65).

Deste modo, e tendo em consideração a relação próxima que a televisão têm vindo a

desenvolver com os conteúdos desportivos, considerou-se para este estudo sobre os conteúdos desportivos emitidos nos noticiários portugueses a análise dos dois principais noticiários da *TVI*, *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*. A escolha desta estação televisiva deveu-se ao facto de ter realizado um estágio curricular na redação de informação da *TVI*, mais concretamente na editoria de *Desporto*, que, ao estimular o meu interesse em tentar perceber e descodificar quais os acontecimentos a nível desportivo que merecem mais destaque nestes noticiários e a forma como cada um deles é trabalho pelos jornalistas, me conduziu à presente investigação.

Atentando nos principais resultados do estudo é possível concluir que o «Desporto», embora não seja a categoria de notícias mais mencionada – posição ocupada pelos assuntos dedicados a «Economia e Trabalho» –, é uma das categorias dominantes nos principais noticiários da *TVI* – encontra-se na segunda posição – e que o tema «Futebol» é o que congrega uma maior cobertura noticiosa no *Jornal da Uma* e *Jornal das 8*. Quando se atenta na duração das notícias a conclusão é análoga e, por isso, a categoria «Desporto» é também uma das que os noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* dedicam mais tempo de emissão, depois de «Economia e trabalho» e «Segurança e defesa». Estes resultados encontram-se perfeitamente em linha com os várias investigações desenvolvidas no âmbito da análise categorial da notícias em contexto nacional, tal como referido ao longo deste relatório.

Embora a elevada representatividade das informações alusivas ao «Desporto» tenha sido evidenciada na globalidade das notícias veiculadas pela *TVI* (quer em termos de volume de notícias que em termos de duração), os assuntos relacionados com o «Desporto» não constam, com uma frequência significativa, nas aberturas dos noticiários e têm pouca representação nos outros espaços informativos, com exceção para os espaços dedicados a «Destaques» e destinados a «Comentários» em que o «Desporto» adquire uma posição privilegiada.

Os resultados desta investigação permitiram ainda perceber que, embora a maioria das notícias desportivas sejam de âmbito nacional, existe a preocupação de transmitir ao telespetador uma informação completa e detalhada baseada num conjunto de imagens que esclareçam devidamente os acontecimentos bem como os intervenientes envolvidos – sejam eles jogadores, treinadores ou dirigentes desportivos – como se comprova pela utilização maioritária do formato «Peça» e da forma «Diferido». Para além disso, ficou também visível que o tom predominantemente adotado na informação veiculada pelos noticiários *Jornal da*

*Uma e Jornal das 8*, no que ao «Desporto» diz respeito, é «Neutro» e que a prioridade são os acontecimentos de natureza «Hard», isto é, conteúdo atuais e que exigem uma abordagem célere que permita que a informação chegue ao telespetador o mais rapidamente possível.

No que diz respeito às modalidades que mais vezes estiveram presentes nos noticiários da *TVI* analisados nesta investigação ficou evidente, aquando da análise dos temas mais abordados, que o «Futebol» é a modalidade rainha no que diz respeito às notícias de «Desporto». Estes resultados, para além de estarem em linha com outros estudos desenvolvidos no âmbito da análise categorial das notícias emitidas nos principais serviços informativos em Portugal, levantam também outro tipo de questões – nomeadamente se pensarmos numa lógica de interesse público – relacionadas com as dificuldade que poderão existir ao nível da criação de novos atletas e adeptos de modalidades como, por exemplo, andebol, basquetebol, voleibol, ténis, patinagem artística, hóquei em patins, atletismo, ciclismo ou motociclismo em virtude da falta de mediatização e divulgação de eventos desportivos que envolvam as modalidades acabadas de referir (Lopes, 2003: 93-95).

Outros dados analisados neste investigação permitem também concluir que a cobertura desportiva realizada pela *TVI* nos seus principais noticiários se concentra principalmente numa única modalidade, o «Futebol», e que nesse contexto são os «Clubes portugueses», nomeadamente o *SL Benfica*, *Sporting CP* e *FC Porto*, que dominam a informação desportiva. Ficou ainda evidente a ideia de que a cobertura desportiva quando é feita ao nível de «Jogadores» está intimamente relacionada com o prestígio dos atletas e que os «Treinadores» que ocupam mais espaço nos boletins informativos *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* são os que têm uma relação profissional com o principais clubes portugueses (os três acabados de referir) ou os que, treinando no estrangeiro, são portugueses e encarados como referências a nível nacional e internacional, como acontece com os técnicos José Mourinho e Jorge Jesus.

A presente investigação, embora conte já com um conjunto de dados considerável que permite mapear as notícias desportivas nos noticiários *Jornal da Uma* e *Jornal das 8* bem como compreender de que forma estes conteúdos informativos são tratados pelos profissionais da *TVI*, pode ser considerado como um ponto de partida para uma série de outras investigações que permitam, por exemplo, comparar a cobertura desportiva realizada aos fins de semana com àquela que é feita nos dias de semana (examinada no nosso estudo). Numa outra perspetiva, poderia ter interesse uma análise que incluísse não só uma estação

privada mas um conjunto mais vasto de operadores, públicos e privados, com o objetivo de estabelecer determinados padrões e/ou discrepâncias no que diz respeito à cobertura noticiosa de assuntos relativos ao «Desporto» nos principais noticiários de estações públicas e privadas. Uma outra pista para estudo futuros seria uma abordagem mais abrangente que se debruçasse sobre a informação desportiva numa perspetiva mais global, atentando em diversos países europeus, de forma a tornar possível estabelecer analogias e/ou assimetrias entre a cobertura informativa, ao nível do desporto, de diversos países.

Em suma, a presente investigação procurou trazer novos contributos para o conhecimento académico no âmbito do jornalismo desportivo desenvolvido em Portugal no contexto específico de uma estação televisiva privada, ao delinear um conjunto de dados sobre a representação deste tipo de conteúdos informativos nos noticiários e orientar futuros estudos comparativos como referido anteriormente. Para além disso esta investigação permitiu ainda definir detalhadamente as notícias alusivas ao «Desporto» e perceber que a diversidade destes conteúdos informativos – no que diz respeito, nomeadamente, às modalidades e intervenientes (sejam clubes, jogadores ou treinadores) mencionados – tende a ser bastante reduzida. Este aspeto acaba por ser bastante incentivador no sentido em que estudos complementares podem averiguar qual a relação existente entre a realidade observada na estação privada analisada na nossa investigação e aquela que se verifica noutras estações televisivas portuguesas, sejam elas públicas ou privadas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abiahy, Ana Carolina (2005), «O jornalismo especializado na sociedade da informação» in *Biblioteca Online das Ciências da Comunicação*.
- Altheide, David e Rasmussen, Paul (1976), «Becoming News: a study of two newsrooms», *Sociology of Work and Occupations*, 3(2), pp. 223-246.
- Andújar, Clara Saintz (2013), «Orígenes de la prensa diaria deportiva: el mundo deportivo», *Materiales para la Historia del Deporte*, 11, pp. 7-27.
- Azeredo de Aguiar, Leonel e Prochnik, Luisa (2010), «Quanto vale uma partida de futebol? A relação entre televisão e futebol no cenário midiático contemporâneo», *Comunicação e Esporte*, 17(2), pp. 51-64.
- Azeredo de Aguiar, Leonel (2008), «Entretenimento: valor notícias fundamental», *Estudos em Jornalismo e Media*, 5(1), pp. 13-23.
- Baptista, Carla (2003), «Os Outros do Jornalismo», *Media e Jornalismo*, 3, pp. 103-111.
- Bourdieu, Pierre (1997), *Sobre Televisão*, Oeiras: Celta.
- Boyle, Raymond (2006), *Sport Journalism – Context and Issues*, Londres: Sage.
- Boyle, Raymond e Monteiro, Claudia (2005), «A Small Country with a Big Ambition? Representations of Portugal and England in Euro 2004 British and Portuguese Newspaper Coverage», *European Journal of Communication*, 20(2), pp. 223-244.
- Brandão, Nuno Goulard (2011), «O Contexto do «Jornal das 8» da TVI no âmbito dos Telejornais da Televisão Generalista Portuguesa» in Azeredo, José e Martins, Moisés Lemos, Eds., *Livro de Atas do VII Congresso SOPCOM*, Porto: Centro de Estudos das Tecnologias e Ciências da Comunicação, pp. 746-764.
- Brandão, Nuno Goulart (2010), *As Notícias nos Telejornais – que serviço público para o século XXI?*, Lisboa: Guerra e Paz.
- Brandão, Nuno Goulard (2009), «As categorias temáticas das notícias dos telejornais de horário nobre portugueses» in Martins, Moisés, Ed., *Livro de Atas do VI Congresso SOPCOM*, Lisboa: Universidade Lusófona, pp. 5128-5142.
- Brandão, Nuno Goulard (2008), «A Responsabilidade Social da Televisão, novos Mercados e Incertezas» in Martins, Moisés e Pinto, Manuel, Eds., *Livro de Atas do V Congresso SOPCOM*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, pp. 2590-2599.

- Brandão, Nuno Goulard (2007), «Os Media em Portugal – novos processos comunicacionais e de responsabilidade social», in Cardoso, Gustavo, Ed., *Anuário da Comunicação 2005-2006*, Lisboa: Obercom, pp. 228-230.
- Brandão, Nuno Goulart (2002), «As categorias temáticas dominantes nos telejornais», *Revista Trajectos*, 1, pp. 79-88.
- Brants, Kess (2005), «Quem tem medo do *infotainment*?» *Media e Jornalismo*, 7, pp. 39-58.
- Bruns, Alex (2011), «Gatekeeping, gatewatching, real time feedback: new challenge for journalism», *Brazilian Journal Research*, 7 (11), pp. 117-136.
- Cádima, Francisco Rui (2017), «Diversidade e serviço público de televisão no contexto regulatório português», *Media & Jornalismo*, 17(31), pp. 29-42.
- Cádima, Francisco Rui (2016), «O ‘Public Service Media’, a RTP e os desafios da Era Digital», *Mediapolis*, 2, pp. 63-71.
- Cádima, Francisco Rui (2012), «A relegitimação do serviço público de televisão em Portugal no contexto de hiperfragmentação da oferta», in Andión, Margarita, García, Xosé Lopez e Santiso, María Salgueiro Eds., *Anuário Internacional da Comunicação Lusófona 2012*, Galiza: Agacom, pp. 25-34.
- Cádima, Francisco Rui (2010), «Televisão, Cidadania e História Única. Uma Análise da Bibliografia Portuguesa Sobre o Jornalismo Televisivo em Portugal», *Media & Jornalismo*, 17(9), pp. 95-117.
- Cádima, Francisco Rui (2006), *A televisão light rumo ao digital*, Lisboa: Media XXI.
- Cádima, Francisco Rui (2002), «Televisão, Serviço Público e Qualidade», *Observatório*, 6, pp. 9-18.
- Cádima, Francisco Rui (1999), *Desafios dos Novos Media – A nova ordem política e comunicacional*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Cádima, Francisco Rui (1997), *Estratégias e discursos da publicidade*, Lisboa: Veja.
- Canavilhas, João (2001), «Televisão: o domínio da informação-espetáculo» in *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*.
- Cancela, António (2006), «SIC: o espetáculo global do futebol» in Lopes, Felisbela e Pereira, Sara Ed., *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras, pp. 23-29.
- Caple, Helen e Monika, Bednarek (2013), *Delving Into the Discourse*, Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Cardoso, Gustavo e Telo, Décio (2018), *Barómetro das notícias – Estado das notícias*, Lisboa: Observatório da Comunicação.
- Casetti, Francesco e Odin, Roger (1990), «Da Paleo à Neotelevisão: abordagem semi-pragmática», *Communications – Télévisions Mutations*, 51, pp. 9-26.
- Cashmore, Ellis (2010), *Making sense of sports*, Londres: Routledge.
- Castells, Manuel (2004), «A internet e a sociedade em rede» in Paqueta de Oliveira, José Manuel, Cardoso, Gustavo e Barreiro, José, Org., *Comunicação, Cultura e Tecnologia da Informação*, Lisboa: Quimera, pp. 202-225.
- Coelho, João Nuno e Tiesler, Nina Clara (2006), «O paradoxo do jogo português: a omnipresença do futebol e a ausência de espectadores dos estádios», *Análise Social*, 41(179), pp. 519-551.
- Coelho, João Nuno (2004), «Vestir a Camisola – Jornalismo desportivo e a seleção nacional de futebol», *Media & Jornalismo*, 4, pp. 27-39.
- Correia, João Carlos (2011), *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*, Covilhã: LabCom Books.
- Dejavitte, Fabia e Morumbi, Anhembi (2007), «A Notícia light e o jornalismo de infotenimento», *Livro de Atas do XXX Congresso INTERCOM*.
- Deloitte (2020), *Deloitte Football Money League*, Manchester: Deloitte Sports Business Group.
- Dick, Murray (2014), «Interactive Infographics and News Values», *Digital Journalism*, 2(4), pp. 490–506.
- Dunn, Anne (2005), «Television news as a narrative» in Fulton, Helen Elizabeth, Ed., *Narrative and Media*, New York: Cambridge University Press, pp. 140-152.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) (2019), «Análise dos serviços noticiosos de horário nobre da RTP1, RTP2, SIC, TVI e CMTV» in Esteves, Ana Teresa, et al, Eds, *Relatório de Regulação 2018*, Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), pp. 459-469.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) (2018), «Análise da informação diária - RTP1, RTP2, SIC e TVI» in Esteves, Ana Teresa, et al, Eds, *Relatório de Regulação 2017*, Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), pp. 133-242.
- Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC) (2017), «Análise da informação

- diária – RTP1, RTP2, SIC e TVI» in Esteves, Ana Teresa, *et al*, Eds, *Relatório de Regulação 2016*, Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), pp. 94-115.
- FCP, SAD (2019), *FC PORTO, SAD 2018/2019 – Relatório e Contas Consolidadas*, Porto.
  - Fernandes, Ana Paula (2000), «Televisão do Público: um estudo sobre a realidade portuguesa (1993-1997)», *Sociologia, Problemas e Práticas*, 32, pp. 117-145.
  - Ferreira, Fátima Campos (2002), «Distinguir a informação-serviço da informação-produto», *Media e Jornalismo*, 1(1), pp. 125-127.
  - Fidalgo, António (2009), «Especificidade Epistemológica do Jornalismo Desfazendo uma ilusão do jornalismo cidadão» in Cardoso, Gustavo, Cádima, Francisco Rui e Landerset, Luís, Eds., *Media, Redes e Comunicação*, Lisboa: Obercom, pp. 219-230.
  - Fidalgo, António (1996), «O consumo de informação. Interesse e curiosidade» in *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*.
  - Fidalgo, Joaquim (2003), «De que é que se fala quando se fala em serviço público de televisão?» in Pinto, Manuel Ed., *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Braga: Campo das Letras, pp. 23-40.
  - FIFA (2019), *FIFA Financial Report 2018*, Zurique.
  - Flores, Rui (2004), «Quando o jornalista vira torcedor, como fica a cobertura esportiva?», *Revista Mediação*, 4, pp. 63-71.
  - FPF (2019), *Relatório de Atividades e Contas Individuais do Exercício de 2018/2019*, Lisboa.
  - Galtung, Johan e Ruge, Mary Holmboe (1993), «A estrutura do noticiário estrangeiro» in Traquina, Nelson, Org., *Jornalismo: questões, teorias e histórias*, Lisboa: Vega, pp. 61-73.
  - Godinho, Jacinto (2011), «Estado da arte da investigação sobre jornalismo televisivo» in Silveira, Joel e Marques, Luís, Org., *Alicerces – Serviço Público de Televisão – Desafios para o século XXI*, Lisboa: Edições Calibri/IPL, pp. 267-276.
  - Golding, Peter e Philip Elliott (1979), *Making the News*, London: Longman.
  - Gomes, Rui Miguel (2008), «O papel da Internet no contacto entre jornalistas e fontes de informação nas redações portuguesas», *Media e Jornalismo*, 13, pp. 37-53.
  - Gouveia, Célia (2018), «Media e Futebol: uma relação simbiótica», *CIES-WP - Working*

*papers*, 39.

- Gradim, Anabela (2015), «A televisão no seu labirinto» in Serra, Paulo, Sá, Sónia e Filho, Washington Souza, Eds., *A Televisão Ubíqua*, Covilhã: LabCom, pp. 68-82.
- Grudzinski, Silvia (2009), «Critérios Jornalísticos de Noticiabilidade Presentes na Rotina Produtiva Charge» in *Biblioteca Online de Ciências de Comunicação*.
- Hancherick, Drew (2011), «Tweet talking: how Modern Technology and Social Media are changing Sports Communication», *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2(1), pp. 15-21.
- Harcup, Tony e O'Neill, Deirdre (2017), «What is News?», *Journalism Studies*, 18(12), pp. 1470-1488.
- Harcup, Tony (2015), *Journalism: Principles and Practice*, London: Sage.
- Harcup, Tony e O'Neill, Deirdre (2001), «What is news? – Galtung and Ruge revisited», *Journalism Studies*, 2 (2), pp. 261-280.
- Harrison, Jackie (2006), *News*, London: Routledge.
- Haynes, Richard e Boyle, Raymond (2017), «The FIFA World Cup – Media football and evolution of a global event» in Wenner, Lawrence e Billings, Andrew, Edt., *Sports, Media and Mega-Events*, Londres: Routledge, pp. 85-99.
- Horne, John (2006), *Sports in Consumer Culture*, Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Hutchins, Brett (2011), «The acceleration of media sport culture», *Information, Communication and Society*, 14 (2), pp. 237-257.
- Jaspers, Jean Jacques (1998), *Coleção Comunicação – Jornalismo Televisivo*, Coimbra: Minerva.
- Jost, François (2015), «Que relação com o tempo nos é prometida na era da ubiquidade televisiva» in Serra, Paulo, Sá, Sónia e Filho, Washington Souza, Eds., *A Televisão Ubíqua*, Covilhã: LabCom, pp. 9-24.
- Kovach, Bill e Tom Rosenstiel (2004), *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, Porto: Porto Editora.
- Lehman-Wilzig, Sam e Seletzky, Michal (2010), «Hard news, soft news, 'general' news: The necessity and utility of an intermediate classification», *Journalism*, 11(1), pp. 37-56.
- Lengauer, Günther, Esser, Frank e Berganza, Rosa (2012), «Negativity in political news: A review of concepts, operationalizations and key findings», *Journalism*, 13, (2), pp. 179-202.

- Léon, Bienvenido (2007), «Commercialisation and Programming Strategies of European Public Television. A Comparative Study of Purpose, Genres and Diversity», *Observatório*, 2, pp. 81-102.
- Lopes, Anabela de Sousa (2002), «As formas de agendamento», *Media e Jornalismo*, 1(1), pp. 122-124.
- Lopes, Felisbela, Loureiro, Luís e Vieira, Phillipe (2011), «A Confraria do comentário do futebol na TV: evolução dos programas televisivos feitos com adeptos dos maiores clubes portugueses», *Observatório*, 5(4), pp. 327-350.
- Lopes, Felisbela (2011), «Uma programação televisiva que desrespeita as determinações da ERC» in Lopes, Felisbela, Ed., *A TV dos Jornalistas*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, pp. 21-42.
- Lopes, Felisbela (2009a), «Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas», *Comunicação e Sociedade*, 15, pp. 7-27.
- Lopes, Felisbela (2009b), «Quando a informação televisiva se faz com elites especializadas: análise do plateau do noticiário», *Jornalista e Jornalismo*, 38, pp. 6-15.
- Lopes, Felisbela (2008), «Da Pós-Neotelevisão: a reconfiguração do Prime-Time nos Canais Generalista Portugueses», in Pinto, Manuel e Marinho, Sandra, Eds., *Os Media em Portugal nos Primeiros Cinco Anos do Século XXI*, Porto: Campo das Letras, pp. 33-46.
- Lopes, Felisbela (2007a), «Dos excessos de TV generalista: retratos da informação semanal emitida em horário nobre», *Comunicação e Sociedade*, 11, pp. 135-148.
- Lopes, Felisbela (2007b), «Novos rumos no audiovisual português: o reflexo do 'Big Brother' na informação televisiva» in Pinto, Manuel e Sousa, Helena, Eds., *Casos em que o Jornalismo foi notícia*, Porto: Campo das Letras, pp. 97-124.
- Lopes, Felisbela (2007c), «2006: o ano da renovação administrativa das licenças da SIC e da TVI» in Carlos, Gustavo e Espanha, Rita, Eds., *Anuário de Comunicação 2005-2006*, Lisboa: Observatório da Comunicação, pp. 250-257.
- Lopes, Felisbela (2006a), «A informação desportiva da TV dirige-se aos sentidos ou ao pensamento?» in Lopes, Felisbela e Pereira, Sara, Eds., *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras, pp. 77-87.
- Lopes, Felisbela (2006b), «SIC e TVI: canais monotemáticos de entretenimento em horário nobre» in Pinto, Manuel e Fidalgo, Joaquim, Eds., *Anuário 2006 – A comunicação*

- e os media em análise*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, pp. 105-111.
- Lopes, Felisbela (2004), «O PAP: a década em que o entretenimento conquistou o espaço da informação» in *Livro de Atas do Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos*, pp. 215-232.
  - Lopes, Felisbela (2003), «Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação» in Pinto, Manuel, Ed., *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o Serviço Público*, Braga: Campo das Letras, pp. 81-114.
  - Lopes, Felisbela (2000a), «O panorama audiovisual português: o passado recente e o futuro próximo», *Comunicação apresentada no 4º Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação*, São Vicente, Brasil.
  - Lopes, Felisbela (2000b), «Estratégias e rumos no Panorama do Audiovisual Portugal» in Pinto, Manuel, Ed., *A Comunicação e os Media em Portugal (1995-1999)*, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, pp. 77-97.
  - Lopes, Felisbela (2000c), «As fontes, os jornalistas e as leis» in Martins, Moisés Lemos, Ed., *Comunicação e Sociedade 2 – As Ciências da Comunicação no Espaço Lusófono*, Braga: Centro de Ciências Históricas e Sociais da Universidade do Minho, pp. 339-346.
  - Lopes, Felisbela. (1999a). «As Notícias Regionais no Telejornal da RTP – Que Serviço Público?», *Comunicação e Sociedade*, 12(1-2), pp. 131-150.
  - Lopes, Felisbela (1999b), «Serviço Público de Televisão: a crise, a identidade e os desafios», *Comunicação apresentada no 1º Congresso das Ciências da Comunicação*, Lisboa.
  - Lopes, João Teixeira (2010), «Dez Passos Para um Argumento: à volta da ‘Pseudo-Notícia’ e da ‘Pseudo-Realidade’», *Media e Jornalismo*, 17(9), pp. 227-230.
  - Marinho, Sandra (2000), «O Valor da Confiança nas Relações entre Jornalistas e Fontes de Informação» in Martins, Moisés Lemos, Ed., *Comunicação e Sociedade 2 – As Ciências da Comunicação no Espaço Lusófono*, Braga: Centro de Ciências Históricas e Sociais da Universidade do Minho, pp. 351-356.
  - Masip, Pere e Suau, Jaume (2015), «Informação e participação na era da televisão ubíqua» in Serra, Paulo, Sá, Sónia e Filho, Washington Souza, Eds., *A Televisão Ubíqua*, Covilhã: LabCom, pp. 125-144.

- Matthews, Louise e Anwar, Daniel (2013), «Social Media and Sports Journalism – How is the rise of Twitter affecting football journalism?» in Fowler-Watt, Karen e Allan, Stuart, Eds., *Journalism – New Challenges*, Bournemouth: Centre for Journalism & Communication Research Bournemouth University, pp. 303-322.
- Mendonça, João Pedro (2006), «RTP: a cobertura do Mundial não é apenas uma sucessão de transmissões de jogos» in Lopes, Felisbela e Pereira, Sara, Eds., *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras: 27-29.
- Mesquita, Mário (2002), «A mediatização dos fogos florestais Informação e espetáculo na luta entre a água e o fogo», *Media e Jornalismo*, 1(1), pp. 115-121.
- Mouzinho de Sena, Nilza (2009), «A evolução da grelha programática pré- e pós-Telejornal (1959-2009)», *Comunicação e Sociedade*, 15, pp. 127-147.
- Negri, Alberto, Signorelli, Paolo e Deberti, Raffaele (1990), «Scenes de la vie quotidienne», *Réseaux*, 9 (44-45), pp. 55-83.
- Neves, José (2006), «Uma economia do olhar: notas para uma historia na Era da TV» in Lopes, Felisbela e Pereira, Sara, Eds., *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras: 95-109.
- Obercom (2015), *Relatório – A internet e o consumo de notícias em Portugal*, Lisboa: Observatório da Comunicação.
- Obercom (2014), *Relatório – A internet em Portugal – Sociedade em Rede*, Lisboa: Observatório da Comunicação.
- O’Neill, Deirdre e Tony Harcup (2009), «News Values and Selectivity» in Wahl-Jorgensen, Karin e Hanitzsch, Thomas, Eds., *Handbook of Journalism Studies*, New Jersey: Routledge, pp. 161-174.
- Pantti, Mervi (2010), «Value of Emotion: an examination of television journalists' notions on emotionality», *European Journal of Communication*, 25(2), pp. 168-181.
- Patterson, Thomas (2003), «Tendências do Jornalismo Contemporâneo – Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia?», *Media e Jornalismo*, 1(2), pp. 19-48.
- Patterson, Thomas (2000), «Doing Well and Doing Good: How Soft News and Critical Journalism Are Shrinking the News Audience and Wakening Democracy – And What News Outlets Can Do About It», *Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, Harvard University*.

- Paulinho, Fernando Oliveira, Guazina Liziane e Oliveira, Madalena (2016), «Serviço público de média e comunicação pública: conceito, contextos e experiências», *Comunicação e Sociedade*, 30, pp. 55-70.
- Pavlik, John Vernon (2001), *Journalism and New Media*, Nova Iorque: Columbia University Press.
- Perales, Alejandro e Menor, Juan (2011), «Noticiários na televisão: a sedução do espetáculo» in Silveira, Joel e Marques, Luís, Org., *Alicerces – Serviço Público de Televisão – Desafios para o século XXI*, Lisboa: Edições Calibri/IPL, pp. 123-133.
- Pinheiro, Francisco (2012), «Um olhar sobre o jornalismo e a seleção nacional», *Jornalismo & Jornalista*, 50, pp. 26.
- Pinto, Manuel (2011), «O debate sobre o Serviço Público de Televisão em Portugal: algumas notas», *Alicerces*, pp. 255-266.
- Pinto, Manuel (2003a), «Pensar e projectar o serviço público com a participação do público», in Pinto, Manuel Ed., *Televisão e Cidadania - Contributos para o debate sobre serviço público*, Braga: Campo das Letras, pp. 41-59.
- Pinto, Manuel (2003b), «Serviço Público – Uma perspetiva», in Pinto, Manuel Ed., *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre serviço público*, Braga: Campo das Letras, pp. 11-21.
- Pinto, Manuel, Felisbela, Lopes, Oliveira, Madalena e Sousa, Helena (2009), «A notícia de abertura do TJ ao longo de 50 anos (1959-2009)», *Comunicação e Sociedade*, 15, pp. 103-126.
- Pires, Sónia Sá e Fidalgo, António (2013), «O telejornalismo em sinal aberto na era da informação ubíqua: o problema da perda do ‘common knowledge’ e o (novo) papel do telejornalista» in Martins, Moisés Lemos e Veríssimo, Jorge, Eds., *Livro de Atas VIII Congresso SOPCOM*, Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social, pp. 560-567.
- Preuss, Holger e Liese, Karsten (2011), *Internationalism in the Olympic Movement – Idea and Reality between nations, cultures and people*, Alemanha: VS Research.
- Rebelo, José (2002), *O Discurso do Jornal: o Como e o Porquê*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Rebelo, José (1993) «No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal», *Análise Social*, 18(122), pp. 653-677.
- Roshco, Bernard (1999), «Newsmaking (Excerpt)» in Tumber, Howard, Ed., *News: a*

- reader, Reino Unido; Oxford University Press, pp. 32-36.
- Rowe, David (2007), «Sports journalism – Still the ‘toy department’ of the news media?», *Journalism*, 8(4), pp. 385-405.
  - Rudin, Richard e Ibbotson, Trevor (2002), *An introduction to journalism: Essential techniques and background knowledge*, Oxford: Focal Press.
  - Sá, Sónia (2019a), «A redação entre a integração e o conservadorismo» in Gonçalves, Gisela, Ed., *Jornalismo Integrador: O noticiário televisivo na era da abundância informativa*, Covilhã: LabCom, pp. 243-300.
  - Sá, Sónia (2019b), «Quando os jornalistas e as audiências se encontram» in Gonçalves, Gisela, Ed., *Jornalismo Integrador – O noticiário televisivo na era da abundância informativa*, Covilhã: LabCom, pp. 157-200.
  - Sá, Sónia (2015), «O espectador em alta definição» in Serra, Paulo, Sá, Sónia e Filho, Washington Souza, Eds., *A Televisão Ubíqua*, Covilhã: LabCom, pp. 145-168.
  - Santos, Luís António e Del Bianco, Nelia (2016), «Serviço público de média e participação», *Comunicação e Sociedade*, 30, pp. 7-11.
  - Santos, Rogério (2007), *Indústrias culturais: imagens, valores e consumos*, Lisboa: Edições 70.
  - Santos, Rogério (1997), *A negociação entre jornalistas e fontes*, Coimbra: Minerva.
  - Saraiva, Maria do Rosário, Fernandes, Juliana e Azevedo, José (2009), «O Telejornal sob o olhar da cenografia: da experimentação à imagem de marca», *Comunicação e Sociedade*, 15, pp. 149-162.
  - Schudson, Michael (2011), «As notícias como um género difuso: a transformação do jornalismo na contemporaneidade», *Comunicação & Cultura*, 12, pp. 139-150.
  - Schultz, Ida (2007), «The Journalistic Gut Feeling», *Journalism Practice*, 1(2), pp. 190–207.
  - SCP, Futebol SAD (2019), *Sporting Clube de Portugal, Futebol SAD – Relatório e Contas Anual 2018/2019*, Lisboa.
  - Serrano, Estrela (2012), «Alguns pressupostos teóricos para uma análise do jornal televisivo» in Cunha, Isabel Férrin, Cabrera, Ana e Sousa, Jorge Pedro Eds., *Pesquisa em Media e Jornalismo: homenagem a Nelson Traquina*, Covilhã: Labcom, pp. 216-230.
  - Serrano, Estrela (2005), «A campanha eleitoral de 2001 na televisão revisitada: análise comparada do serviço público e dos canais privados», *Media e Jornalismo*, 7, pp. 59-78.

- Shoemaker, Pamela, & Cohen, Akiba (2005), *News Around the World: Content, Practitioners, and the Public*, Londres: Routledge.
- Silva, Manuel (2006), «O espetáculo desportivo em televisão: ‘treinar’ as emoções no ‘jogo’ da informação» in Lopes, Felisbela e Pereira, Sara, Eds., *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras: 53-59.
- SLB, Futebol SAD (2019), *Sport Lisboa e Benfica, Futebol SAD – Relatório e Contas 2018/2019*, Lisboa.
- Soares, Hamistelie e Oliveira, Jocyelma (2007), «A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking», *Livro de Atas do XXX Congresso INTERCOM*.
- Soares, Tânia e Calado, Vanda (2008), «A Ordem Interna nos Noticiários Televisivos» in Martins, Moisés de Lemos e Pinto, Manuel, Eds., *Livro de Atas do V Congresso SOPCOM*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, pp. 2545-2558.
- Sobral, Filomena Antunes (2012), «Televisão em Contexto Português: uma abordagem histórica e prospetiva», *Millenium*, 42, pp. 143-159.
- Sobral, Luís (2006), «TVI: um jogo desequilibrado à partida» in Lopes, Felisbela e Pereira, Sara, Eds., *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras, pp. 31-33
- Sousa, Helena e Lopes, Felisbela (2006), «Num ano cheio de regulação, a RTP continuou sob suspeita de ingerência política» in Pinto, Manuel e Fidalgo, Joaquim, Eds., *Anuário 2006 – A comunicação e os media em análise*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, pp. 113-118.
- Sousa, Helena; Santos, Luís António (2003), «RTP e Serviço Público. Um percurso de inultrapassável dependência e contradição» in Pinto, Manuel, Ed., *Televisão e Cidadania – Contributos para o debate sobre o Serviço Público*, Braga: Campo das Letras, pp. 61-80.
- Sousa, Helena (1999), «Serviço Público, Televisão Comercial e a Implementação da Lei: alguns elementos para o debate», *Comunicação e Sociedade*, 1, pp. 121-130.
- Sugden, John e Tomlinson, Alan (2007), «Stories from planet football and sportsworld», *Journalism Practice*, 1(1), pp. 44-61.
- Tiesler, Nina Carla e Coelho, Nuno João (2006), «O futebol globalizado: uma perspectiva lusocêntrica», *Análise Social*, 41(179), pp. 313-343.
- Torres, Eduardo Cintra (2016), «Por um serviço público de conteúdos», *Mediapolis*, 2, pp. 35-39.

- Torres, Eduardo Cintra (2011), *A Televisão de Serviço Público*, Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Unesco (1983), *Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo*.
- Viseu, José (2006), «O desporto da TV ou a TV do desporto?» in Lopes, Felisbela e Pereira, Sara, *A TV do Futebol*, Porto: Campo das Letras, pp. 89-94.
- Vizeu, Alfredo e Mesquita, Giovana (2011), «O cidadão como mediador público: um novo agente no jornalismo», *Estudos em Comunicação*, 9, pp. 329-340.
- Vizeu, Alfredo (2002), «Telejornalismo, audiência e ética» in *Biblioteca Online das Ciências da Comunicação*.
- Vizeu, Alfredo e Mazzarolo, Jô (1999), «Telejornalismo: onde está o lead?», *Famecos*, 11, pp. 57-63.
- Wanta, Wayne (2012), «Reflections on Communication and Sport: nn Reporting and Journalists», *Communication & Sport*, 1(1/2), pp. 76-87.
- Wolf, Mauro (1995), *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Presença.
- Wolton, Dominique (1994), *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*, Porto: ASA.

# ANEXOS

## ANEXO A – Grelhas com as variáveis em estudo

Dados primário: Variáveis MACRO ANÁLISE	
<b>CATEGORIAS E TEMAS</b>	<b>POLÍTICA NACIONAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Governação e partidos</li> <li>- Crise política</li> <li>- Crise política interna</li> <li>- Eleições</li> </ul>
	<b>POLÍTICA INTERNACIONAL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Governação e partidos a nível internacional</li> <li>- Eleições internacionais</li> <li>- Crise política em países estrangeiros</li> </ul>
	<b>ECONOMIA E TRABALHO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabalho, emprego e reforma</li> <li>- Atividade económica (comércio, industria, agricultura e pescas)</li> <li>- Indicadores económicos</li> <li>- Impostos e fiscalidade</li> <li>- Economia familiar</li> <li>- Greves e Protestos</li> <li>- Setor bancário e financeiro</li> </ul>
	<b>JUSTIÇA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crime económico-financeiro e corrupção</li> <li>- <i>Lobbying</i>, ética e conduta</li> <li>- Justiça, tribunais e interrogatórios</li> </ul>
	<b>ACIDENTES E CATÁSTROFES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acidentes</li> <li>- Catástrofes naturais</li> <li>- Pequenos sismos/incêndios</li> </ul>
	<b>SEGURANÇA E DEFESA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Atentados e insegurança</li> <li>- Criminalidade em geral</li> <li>- Forças armadas e defesa nacional</li> <li>- Homicídios e suicídios</li> <li>- Guerra e conflitos armados</li> <li>- Violência no desporto</li> <li>- Crime organizado</li> <li>- Forças policiais e proteção civil</li> <li>- Outros</li> </ul>
	<b>DESPORTO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Futebol</li> <li>- Outras modalidades</li> </ul>
	<b>SAÚDE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Saúde e cuidados médicos</li> <li>- Surtos e doenças contagiosas</li> <li>- Saúde e segurança alimentar</li> </ul>
	<b>QUESTÕES SOCIAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Serviços sociais</li> <li>- Desigualdades sociais e cidadania</li> <li>- Questões de género e assédio</li> </ul>

<b>CATEGORIAS E TEMAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Migrações e refugiados</li> <li>- Demografia, natalidade e família</li> <li>- Pobreza</li> </ul>
	<b>AMBIENTE</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Estado do tempo</li> <li>- Alterações climáticas e poluição</li> <li>- Utilização de recursos</li> </ul>
	<b>DIVERSOS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Celebridades e figuras públicas</li> <li>- Obituários</li> <li>- Efemérides, feriados e celebrações</li> <li>- Insólitos e curiosidades</li> <li>- Lazer, animais e gastronomia</li> <li>- Moda</li> <li>- Tecnologia</li> </ul>
	<b>RELAÇÕES INTERNACIONAIS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crise e tensão diplomática</li> <li>- Relações diplomáticas</li> </ul>
	<b>MOBILIDADE, TERRITÓRIO E INFRAESTRUTURAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobilidade e transporte em geral</li> <li>- Organização do território</li> <li>- Investimento, construção e requalificação</li> </ul>
	<b>EDUCAÇÃO E CIÊNCIA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Educação e ensino</li> <li>- Investigação e descobertas científicas</li> <li>- Segurança nas escolas e praxes</li> </ul>
	<b>ARTES E CULTURA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Expressão artística e eventos culturais</li> <li>- Património cultural e memória histórica</li> </ul>
	<b>RELIGIÃO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Igreja Católica e Vaticano</li> <li>- Outras religiões e cultos</li> </ul>
<b>POSICIONAMENTO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Primeira parte</li> <li>- Segunda parte</li> <li>- Notícia de abertura</li> <li>- Notícia de fecho</li> </ul>
<b>OUTROS ESPAÇOS INFORMATIVOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destaque</li> <li>- Grande reportagem</li> <li>- Rubrica</li> <li>- Entrevista</li> <li>- Comentário</li> <li>- Debate</li> </ul>
<b>DURAÇÃO</b>	Serão recolhidos os valores exatos da duração de cada notícia sem necessidade de agrupar em classes

**Quadro A1:** Variáveis em estudo na macro análise

**Fonte:** Adaptado de Brandão (2002, 2010 e 2011) e Cardoso e Telo (2018)

Dados primário: Variáveis MICRO ANÁLISE	
<b>FORMATO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grafismo</li> <li>- <i>Off</i></li> <li>- Peça</li> <li>- Vivo</li> </ul>
<b>FORMA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diferido</li> <li>- Direto</li> <li>- Relato misto</li> </ul>
<b>ÂMBITO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nacional</li> <li>- Internacional</li> </ul>
<b>MODALIDADE</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Andebol</li> <li>- Aquático</li> <li>- Atletismo</li> <li>- Basquetebol</li> <li>- Ciclismo</li> <li>- Futebol</li> <li>- Hóquei</li> <li>- Motorizado</li> <li>- Tênis</li> <li>- Voleibol</li> </ul>
<b>DIVERSIDADE</b>	<p><b>CLUBES PORTUGUESES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- SL Benfica</li> <li>- Sporting CP</li> <li>- FC Porto</li> <li>- SC Braga</li> <li>- Dois ou mais clubes grandes</li> <li>- Vários/vários clubes</li> </ul>
	<p><b>CLUBES INTERNACIONAIS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Manchester United FC</li> <li>- Manchester City FC</li> <li>- Juventus FC</li> <li>- Lokomotiv de Moscovo</li> <li>- Outros/vários clubes</li> </ul>
	<p><b>INSTITUIÇÕES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- UEFA</li> <li>- FIFA</li> <li>- FPF</li> </ul>
	<p><b>SELEÇÕES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Seleção A de Futebol (Portuguesa)</li> <li>- Futebol Sub21 de Futebol (Portuguesa)</li> <li>- Seleção A de Futebol (Estrangeira)</li> </ul>
	<p><b>JOGADORES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cristiano Ronaldo</li> <li>- Messi</li> <li>- Rui Patrício</li> <li>- Ronaldinho</li> <li>- Bataglia</li> <li>- Djokovic</li> <li>- Michael Shumacher</li> <li>- Outros jogadores</li> </ul>

<b>DIVERSIDADE</b>	<b>TREINADORES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- José Peseiro</li> <li>- Rui Vitória</li> <li>- Marcel Keizer</li> <li>- Jorge Jesus</li> <li>- Bruno Lage</li> <li>- José Mourinho</li> </ul>
	<b>PRESIDENTES</b>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pinto da Costa</li> <li>- Frederico Varandas</li> <li>- Luís Filipe Vieira</li> </ul>
<b>NATUREZA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Autoinformação</li> <li>- <i>Hard news</i></li> <li>- <i>Soft news</i></li> </ul>
<b>VALÊNCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Predominantemente Negativa</li> <li>- Neutra</li> <li>- Predominantemente Positiva</li> </ul>
<b>CONTEÚDO JORNALÍSTICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Antevisão</li> <li>- Celebração/Prémio</li> <li>- Despedimento/Demissão</li> <li>- Resumo</li> <li>- Transferência</li> <li>- Treino</li> <li>- Declarações pós-jogo</li> <li>- Outros</li> </ul>

**Quadro A2:** Variáveis em estudo na micro análise

**Fonte:** Adaptado de Brandão (2002, 2010 e 2011)

**ANEXO B – Quadro resumo da estratégia metodológica**

<b>PROBLEMATICA EM ESTUDO</b>	<b>OBJETIVOS</b>	<b>QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO</b>	<b>METODOS DE INVESTIGAÇÃO</b>
<p><b>POLÍTICAS EDITORIAIS NA REDAÇÃO DE INFORMAÇÃO DA TV: O CASO PARTICULAR DAS NOTÍCIAS DE DESPORTO</b></p>	<p><b>AVALIAR A REPRESENTAÇÃO DAS NOTÍCIAS DE DESPORTO NOS PRINCIPAIS NOTICIÁRIOS DA TV</b></p> <p><b>MAPEAR OS CONTEÚDOS DESPORTIVOS NOS NOTICIÁRIOS DA TV, AO TRAÇAR UMA VISÃO GERAL E DETALHADA DOS MESMOS</b></p> <p><b>DEFINIR AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DAS NOTÍCIAS DE DESPORTO EMITIDAS NOS PRINCIPAIS NOTICIÁRIOS DA TV</b></p>	<p><b>QUAL O RELEVO DAS NOTÍCIAS DE DESPORTO NOS PRINCIPAIS NOTICIÁRIOS DA TV?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Constituem-se como uma das categorias dominantes destes noticiários?</li> <li>- Surgem em posições privilegiadas nos alinhamentos destes noticiários?</li> <li>- Existem espaços de comentário, rubricas, entrevistas, debates, ou grandes reportagens dedicados a esta temática nestes noticiários?</li> </ul>	<p><b>MACRO ANÁLISE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- CATEGORIA</li> <li>- TEMA</li> <li>- DURAÇÃO</li> <li>- POSICIONAMENTO</li> <li>- OUTROS ESPAÇOS</li> </ul>
		<p><b>COMO SÃO TRABALHAS AS NOTÍCIAS DE DESPORTO NOS PRINCIPAIS NOTICIÁRIOS DA TV?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quais as principais características ao nível do formato, forma, âmbito, natureza e valência das notícias?</li> <li>- Existe na cobertura mediática desportiva destes noticiários o predomínio de determinadas modalidades, clubes, seleções, atletas ou treinadores?</li> </ul>	<p><b>MICRO ANÁLISE:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- FORMATO</li> <li>- FORMA</li> <li>- ÂMBITO</li> <li>- MODALIDADE</li> <li>- DIVERSIDADE</li> <li>- NATUREZA</li> <li>- VALÊNCIA</li> <li>- CONTEÚDO JORNALISTICO</li> </ul>

**Quadro B1:** Problemática, objetivos, questões e respetivos métodos

**Fonte:** Elaboração própria

**ANEXO C – Quadro resumo do horizonte temporal da investigação**

<b>SEMANA / / MÊS</b>	<b>1,<sup>a</sup> SEMANA</b>	<b>2,<sup>a</sup> SEMANA</b>	<b>3,<sup>a</sup> SEMANA</b>	<b>4,<sup>a</sup> SEMANA</b>	<b>5,<sup>a</sup> SEMANA</b>
<b>OUTUBRO</b>	<b>DIA 1</b> Segunda feira	<b>DIA 9</b> Terça feira	<b>DIA 17</b> Quarta feira	<b>DIA 25</b> Quinta feira	-
<b>NOVEMBRO</b>	<b>DIA 2</b> Sexta feira	<b>DIA 5</b> Segunda feira	<b>DIA 13</b> Terça feira	<b>DIA 21</b> Quarta feira	<b>DIA 29</b> Quinta feira
<b>DEZEMBRO</b>	<b>DIA 7</b> Sexta feira	<b>DIA 10</b> Segunda feira	<b>DIA 18</b> Terça feira	<b>DIA 26</b> Quarta feira	-
<b>JANEIRO</b>	<b>DIA 3</b> Quinta feira	<b>DIA 11</b> Sexta feira	<b>DIA 14</b> Segunda feira	<b>DIA 22</b> Terça feira	<b>DIA 30</b> Quarta feira

**Quadro C1:** Dias considerados no estudo

**Fonte:** Elaboração própria

**ANEXO D – Grelhas de análise da variável «Categoria»**

**OUTUBRO**

<b>CATEGORIAS</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentagem</b>	<b>Média/noticiário</b>
Política nacional	11	7,7%	2,8
Política internacional	11	7,7%	2,8
Economia e trabalho	23	16,2%	5,8
Justiça	10	7,0%	2,5
Acidentes e catástrofes	16	11,3%	4,0
Segurança e defesa	16	11,3%	4,0
Desporto	18	12,7%	4,5
Saúde	4	2,8%	1,0
Questões Sociais	3	2,1%	0,8
Ambiente	10	7,0%	2,5
Diversos	10	7,0%	2,5
Relações internacionais	1	0,7%	0,3
Mobilidade, território e infraestruturas	7	4,9%	1,8
Educação e ciência	2	1,4%	0,5
Artes e cultura	0	0,0%	0,0
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>142</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D1:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal da Uma* em outubro

**Fonte:** Elaboração própria

<b>CATEGORIAS</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentagem</b>	<b>Média/noticiário</b>
Política nacional	7	7,1%	1,8
Política internacional	6	6,1%	1,5
Economia e trabalho	20	20,2%	5,0
Justiça	11	11,1%	2,8
Acidentes e catástrofes	7	7,1%	1,8
Segurança e defesa	11	11,1%	2,8
Desporto	12	12,1%	3,0
Saúde	1	1,0%	0,3
Questões Sociais	1	1,0%	0,3
Ambiente	2	2,0%	0,5
Diversos	10	10,1%	2,5
Relações internacionais	3	3,0%	0,8
Mobilidade, território e infraestruturas	5	5,1%	1,3
Educação e ciência	1	1,0%	0,3
Artes e cultura	2	2,0%	0,5
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D2:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal das 8* em outubro

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	18	7,5%	2,3
Política internacional	17	7,1%	2,1
Economia e trabalho	43	17,8%	5,4
Justiça	21	8,7%	2,6
Acidentes e catástrofes	23	9,5%	2,9
Segurança e defesa	27	11,2%	3,4
Desporto	30	12,4%	3,8
Saúde	5	2,1%	0,6
Questões Sociais	4	1,7%	0,5
Ambiente	12	5,0%	1,5
Diversos	20	8,3%	2,5
Relações internacionais	4	1,7%	0,5
Mobilidade, território e infraestruturas	12	5,0%	1,5
Educação e ciência	3	1,2%	0,4
Artes e cultura	2	0,8%	0,3
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D3:** Dados globais da variável «Categoria» em outubro

**Fonte:** Elaboração própria

### NOVEMBRO

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	5	4,1%	1,0
Política internacional	4	3,3%	0,8
Economia e trabalho	19	15,6%	3,8
Justiça	12	9,8%	2,4
Acidentes e catástrofes	10	8,2%	2,0
Segurança e defesa	11	9,0%	2,2
Desporto	20	16,4%	4,0
Saúde	3	2,5%	0,6
Questões Sociais	7	5,7%	1,4
Ambiente	4	3,3%	0,8
Diversos	12	9,8%	2,4
Relações internacionais	4	3,3%	0,8
Mobilidade, território e infraestruturas	5	4,1%	1,0
Educação e ciência	4	3,3%	0,8
Artes e cultura	2	1,6%	0,4
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D4:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal da Uma* em novembro

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	5	4,4%	1,0
Política internacional	4	3,5%	0,8
Economia e trabalho	14	12,3%	2,8
Justiça	13	11,4%	2,6
Acidentes e catástrofes	8	7,0%	1,6
Segurança e defesa	17	14,9%	3,4
Desporto	12	10,5%	2,4
Saúde	4	3,5%	0,8
Questões Sociais	5	4,4%	1,0
Ambiente	3	2,6%	0,6
Diversos	10	8,8%	2,0
Relações internacionais	6	5,3%	1,2
Mobilidade, território e infraestruturas	8	7,0%	1,6
Educação e ciência	2	1,8%	0,4
Artes e cultura	3	2,6%	0,6
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D5:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal das 8* em novembro

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	10	4,2%	1,0
Política internacional	8	3,4%	0,8
Economia e trabalho	33	14,0%	3,3
Justiça	25	10,6%	2,5
Acidentes e catástrofes	18	7,6%	1,8
Segurança e defesa	28	11,9%	2,8
Desporto	32	13,6%	3,2
Saúde	7	3,0%	0,7
Questões Sociais	12	5,1%	1,2
Ambiente	7	3,0%	0,7
Diversos	22	9,3%	2,2
Relações internacionais	10	4,2%	1,0
Mobilidade, território e infraestruturas	13	5,5%	1,3
Educação e ciência	6	2,5%	0,6
Artes e cultura	5	2,1%	0,5
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D6:** Dados globais da variável «Categoria» em novembro

**Fonte:** Elaboração própria

## DEZEMBRO

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	6	5,8%	1,5
Política internacional	3	2,9%	0,8
Economia e trabalho	23	22,1%	5,8
Justiça	5	4,8%	1,3
Acidentes e catástrofes	3	2,9%	0,8
Segurança e defesa	15	14,4%	3,8
Desporto	19	18,3%	4,8
Saúde	3	2,9%	0,8
Questões Sociais	5	4,8%	1,3
Ambiente	5	4,8%	1,3
Diversos	10	9,6%	2,5
Relações internacionais	0	0,0%	0,0
Mobilidade, território e infraestruturas	5	4,8%	1,3
Educação e ciência	2	1,9%	0,5
Artes e cultura	0	0,0%	0,0
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D7:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal da Uma* em dezembro

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	9	7,7%	2,3
Política internacional	3	2,6%	0,8
Economia e trabalho	32	27,4%	8,0
Justiça	8	6,8%	2,0
Acidentes e catástrofes	5	4,3%	1,3
Segurança e defesa	13	11,1%	3,3
Desporto	15	12,8%	3,8
Saúde	2	1,7%	0,5
Questões Sociais	2	1,7%	0,5
Ambiente	4	3,4%	1,0
Diversos	18	15,4%	4,5
Relações internacionais	1	0,9%	0,3
Mobilidade, território e infraestruturas	3	2,6%	0,8
Educação e ciência	0	0,0%	0,0
Artes e cultura	2	1,7%	0,5
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D8:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal das 8* em dezembro

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	15	6,8%	1,9
Política internacional	6	2,7%	0,8
Economia e trabalho	55	24,9%	6,9
Justiça	13	5,9%	1,6
Acidentes e catástrofes	8	3,6%	1,0
Segurança e defesa	28	12,7%	3,5
Desporto	34	15,4%	4,3
Saúde	5	2,3%	0,6
Questões Sociais	7	3,2%	0,9
Ambiente	9	4,1%	1,1
Diversos	28	12,7%	3,5
Relações internacionais	1	0,5%	0,1
Mobilidade, território e infraestruturas	8	3,6%	1,0
Educação e ciência	2	0,9%	0,3
Artes e cultura	2	0,9%	0,3
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D9:** Dados globais da variável «Categoria» em dezembro

**Fonte:** Elaboração própria

### JANEIRO

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	6	4,4%	1,2
Política internacional	4	2,9%	0,8
Economia e trabalho	22	16,1%	4,4
Justiça	14	10,2%	2,8
Acidentes e catástrofes	11	8,0%	2,2
Segurança e defesa	19	13,9%	3,8
Desporto	26	19,0%	5,2
Saúde	7	5,1%	1,4
Questões Sociais	3	2,2%	0,6
Ambiente	15	10,9%	3,0
Diversos	6	4,4%	1,2
Relações internacionais	0	0,0%	0,0
Mobilidade, território e infraestruturas	2	1,5%	0,4
Educação e ciência	1	0,7%	0,2
Artes e cultura	0	0,0%	0,0
Religião	1	0,7%	0,2
<b>TOTAIS</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D10:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal da Uma* em janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	10	6,7%	2,0
Política internacional	12	8,0%	2,4
Economia e trabalho	28	18,7%	5,6
Justiça	14	9,3%	2,8
Acidentes e catástrofes	10	6,7%	2,0
Segurança e defesa	21	14,0%	4,2
Desporto	17	11,3%	3,4
Saúde	5	3,3%	1,0
Questões Sociais	6	4,0%	1,2
Ambiente	6	4,0%	1,2
Diversos	9	6,0%	1,8
Relações internacionais	1	0,7%	0,2
Mobilidade, território e infraestruturas	3	2,0%	0,6
Educação e ciência	1	0,7%	0,2
Artes e cultura	7	4,7%	1,4
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D11:** Dados da variável «Categoria» no *Jornal das 8* em janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	16	5,6%	1,6
Política internacional	16	5,6%	1,6
Economia e trabalho	50	17,4%	5,0
Justiça	28	9,8%	2,8
Acidentes e catástrofes	21	7,3%	2,1
Segurança e defesa	40	13,9%	4,0
Desporto	43	15,0%	4,3
Saúde	12	4,2%	1,2
Questões Sociais	9	3,1%	0,9
Ambiente	21	7,3%	2,1
Diversos	15	5,2%	1,5
Relações internacionais	1	0,3%	0,1
Mobilidade, território e infraestruturas	5	1,7%	0,5
Educação e ciência	2	0,7%	0,2
Artes e cultura	7	2,4%	0,7
Religião	1	0,3%	0,1
<b>TOTAIS</b>	<b>287</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D12:** Dados globais da variável «Categoria» em janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

## GLOBAL POR NOTICIÁRIO

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	28	5,5%	1,6
Política internacional	22	4,4%	1,2
Economia e trabalho	87	17,2%	4,8
Justiça	41	8,1%	2,3
Acidentes e catástrofes	40	7,9%	2,2
Segurança e defesa	61	12,1%	3,4
Desporto	83	16,4%	4,6
Saúde	17	3,4%	0,9
Questões Sociais	18	3,6%	1,0
Ambiente	34	6,7%	1,9
Diversos	38	7,5%	2,1
Relações internacionais	5	1,0%	0,3
Mobilidade, território e infraestruturas	19	3,8%	1,1
Educação e ciência	9	1,8%	0,5
Artes e cultura	2	0,4%	0,1
Religião	1	0,2%	0,1
<b>TOTAIS</b>	<b>505</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D13:** Dados globais da variável «Categoria» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	31	6,5%	1,7
Política internacional	25	5,2%	1,4
Economia e trabalho	94	19,6%	5,2
Justiça	46	9,6%	2,6
Acidentes e catástrofes	30	6,3%	1,7
Segurança e defesa	62	12,9%	3,4
Desporto	56	11,7%	3,1
Saúde	12	2,5%	0,7
Questões Sociais	14	2,9%	0,8
Ambiente	15	3,1%	0,8
Diversos	47	9,8%	2,6
Relações internacionais	11	2,3%	0,6
Mobilidade, território e infraestruturas	19	4,0%	1,1
Educação e ciência	4	0,8%	0,2
Artes e cultura	14	2,9%	0,8
Religião	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>480</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D14:** Dados globais da variável «Categoria» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

## GLOBAL ESTUDO

CATEGORIAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	59	6,0%	1,6
Política internacional	47	4,8%	1,3
Economia e trabalho	181	18,4%	5,0
Justiça	87	8,8%	2,4
Acidentes e catástrofes	70	7,1%	1,9
Segurança e defesa	123	12,5%	3,4
Desporto	139	14,1%	3,9
Saúde	29	2,9%	0,8
Questões Sociais	32	3,2%	0,9
Ambiente	49	5,0%	1,4
Diversos	85	8,6%	2,4
Relações internacionais	16	1,6%	0,4
Mobilidade, território e infraestruturas	38	3,9%	1,1
Educação e ciência	13	1,3%	0,4
Artes e cultura	16	1,6%	0,4
Religião	1	0,1%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>985</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela D15:** Dados globais da variável «Categoria»

**Fonte:** Elaboração própria

**ANEXO E – Grelhas de análise da variável «Tema»**

**OUTUBRO**

<b>TEMAS</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Percentagem</b>	<b>Média/noticiário</b>
Governação e partidos	11	7,7%	2,8
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	0	0,0%	0,0
Eleições	0	0,0%	0,0
Governação e partidos internacional	3	2,1%	0,1
Eleições internacional	7	4,9%	0,2
Crise política em países estrangeiros	1	0,7%	0,0
Trabalho, emprego e reforma	0	0,0%	0,0
Atividade económica	4	2,8%	0,1
Indicadores económicos	4	2,8%	0,1
Impostos e fiscalidade	4	2,8%	0,1
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	9	6,3%	0,3
Setor bancário e financeiro	2	1,4%	0,1
Crime económico-financeiro e corrup,	2	1,4%	0,1
Lobbyng, ética e conduta	6	4,2%	0,2
Justiça, tribunais e interrogatórios	2	1,4%	0,1
Acidentes	7	4,9%	0,2
Catástrofes naturais	8	5,6%	0,2
Pequenos sismos/incêndios	1	0,7%	0,0
Atentados e insegurança	3	2,1%	0,1
Criminalidade em geral	3	2,1%	0,1
Forças armadas e defesa nacional	3	2,1%	0,1
Homicídios e suicídios	3	2,1%	0,1
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	1	0,7%	0,0
Forças policiais e proteção civil	3	2,1%	0,1
Outros	0	0,0%	0,0
Futebol	18	12,7%	0,5
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	3	2,1%	0,1
Surtos e doenças contagiosas	1	0,7%	0,0
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	0	0,0%	0,0
Desigualdades sociais e cidadania	0	0,0%	0,0
Questões de género e assédio	1	0,7%	0,0
Migrações e refugiados	0	0,0%	0,0
Demografia, natalidade e família	0	0,0%	0,0
Pobreza	2	1,4%	0,1

Estado do tempo	5	3,5%	0,1
Alterações climáticas e poluição	4	2,8%	0,1
Utilização de recursos	1	0,7%	0,0
Celebridades e figuras públicas	0	0,0%	0,0
Obituários	2	1,4%	0,1
Efemérides, feriados e celebrações	2	1,4%	0,1
Insólitos e curiosidades	2	1,4%	0,1
Lazer, animais e gastronomia	2	1,4%	0,1
Moda	2	1,4%	0,1
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	0	0,0%	0,0
Relações diplomáticas	1	0,7%	0,0
Mobilidade e transporte em geral	0	0,0%	0,0
Organização do território	3	2,1%	0,1
Investimento, construção e requalific,	4	2,8%	0,1
Educação e ensino	1	0,7%	0,0
Investigação e descobertas científicas	1	0,7%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	0	0,0%	0,0
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>142</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E1:** Dados da variável «Tema» no *Jornal da Uma* em outubro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	7	7,1%	1,8
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	0	0,0%	0,0
Eleições	0	0,0%	0,0
Governação e partidos internacional	2	2,0%	0,5
Eleições internacional	4	4,0%	1,0
Crise política em países estrangeiros	0	0,0%	0,0
Trabalho, emprego e reforma	2	2,0%	0,5
Atividade económica	2	2,0%	0,5
Indicadores económicos	3	3,0%	0,8
Impostos e fiscalidade	4	4,0%	1,0
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	9	9,1%	2,3
Setor bancário e financeiro	0	0,0%	0,0
Crime económico-financeiro e corrup,	3	3,0%	0,8
Lobbyng, ética e conduta	3	3,0%	0,8
Justiça, tribunais e interrogatórios	5	5,1%	1,3
Acidentes	5	5,1%	1,3
Catástrofes naturais	2	2,0%	0,5
Pequenos sismos/incêndios	0	0,0%	0,0

Atentados e insegurança	0	0,0%	0,0
Criminalidade em geral	4	4,0%	1,0
Forças armadas e defesa nacional	2	2,0%	0,5
Homicídios e suicídios	2	2,0%	0,5
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	0	0,0%	0,0
Forças policiais e proteção civil	3	3,0%	0,8
Outros	0	0,0%	0,0
Futebol	12	12,1%	3,0
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	1	1,0%	0,3
Surto e doenças contagiosas	0	0,0%	0,0
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	0	0,0%	0,0
Desigualdades sociais e cidadania	0	0,0%	0,0
Questões de género e assédio	0	0,0%	0,0
Migrações e refugiados	0	0,0%	0,0
Demografia, natalidade e família	0	0,0%	0,0
Pobreza	1	1,0%	0,3
Estado do tempo	1	1,0%	0,3
Alterações climáticas e poluição	1	1,0%	0,3
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0
Celebridades e figuras públicas	2	2,0%	0,5
Obituários	1	1,0%	0,3
Efemérides, feriados e celebrações	2	2,0%	0,5
Insólitos e curiosidades	4	4,0%	1,0
Lazer, animais e gastronomia	1	1,0%	0,3
Moda	0	0,0%	0,0
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	1	1,0%	0,3
Relações diplomáticas	2	2,0%	0,5
Mobilidade e transporte em geral	1	1,0%	0,3
Organização do território	2	2,0%	0,5
Investimento, construção e requalific,	2	2,0%	0,5
Educação e ensino	1	1,0%	0,3
Investigação e descobertas científicas	0	0,0%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	2	2,0%	0,5
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E2:** Dados da variável «Tema» no *Jornal da 8* em outubro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	18	7,5%	2,3
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	0	0,0%	0,0
Eleições	0	0,0%	0,0
Governação e partidos internacional	5	2,1%	0,6
Eleições internacional	11	4,6%	1,4
Crise política em países estrangeiros	1	0,4%	0,1
Trabalho, emprego e reforma	2	0,8%	0,3
Atividade económica	6	2,5%	0,8
Indicadores económicos	7	2,9%	0,9
Impostos e fiscalidade	8	3,3%	1,0
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	18	7,5%	2,3
Setor bancário e financeiro	2	0,8%	0,3
Crime económico-financeiro e corrup,	5	2,1%	0,6
Lobbyng, ética e conduta	9	3,7%	1,1
Justiça, tribunais e interrogatórios	7	2,9%	0,9
Acidentes	12	5,0%	1,5
Catástrofes naturais	10	4,1%	1,3
Pequenos sismos/incêndios	1	0,4%	0,1
Atentados e insegurança	3	1,2%	0,4
Criminalidade em geral	7	2,9%	0,9
Forças armadas e defesa nacional	5	2,1%	0,6
Homicídios e suicídios	5	2,1%	0,6
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	1	0,4%	0,1
Forças policiais e proteção civil	6	2,5%	0,8
Outros	0	0,0%	0,0
Futebol	30	12,4%	3,8
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	4	1,7%	0,5
Surto e doenças contagiosas	1	0,4%	0,1
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	0	0,0%	0,0
Desigualdades sociais e cidadania	0	0,0%	0,0
Questões de género e assédio	1	0,4%	0,1
Migrações e refugiados	0	0,0%	0,0
Demografia, natalidade e família	0	0,0%	0,0
Pobreza	3	1,2%	0,4
Estado do tempo	6	2,5%	0,8
Alterações climáticas e poluição	5	2,1%	0,6
Utilização de recursos	1	0,4%	0,1

Celebridades e figuras públicas	2	0,8%	0,3
Obituários	3	1,2%	0,4
Efemérides, feriados e celebrações	4	1,7%	0,5
Insólitos e curiosidades	6	2,5%	0,8
Lazer, animais e gastronomia	3	1,2%	0,4
Moda	2	0,8%	0,3
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	1	0,4%	0,1
Relações diplomáticas	3	1,2%	0,4
Mobilidade e transporte em geral	1	0,4%	0,1
Organização do território	5	2,1%	0,6
Investimento, construção e requalific,	6	2,5%	0,8
Educação e ensino	2	0,8%	0,3
Investigação e descobertas científicas	1	0,4%	0,1
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	2	0,8%	0,3
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>241</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E3:** Dados globais da variável «Tema» em outubro

**Fonte:** Elaboração própria

### NOVEMBRO

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	4	3,3%	0,8
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	1	0,8%	0,2
Eleições	0	0,0%	0,0
Governação e partidos internacional	2	1,6%	0,4
Eleições internacional	1	0,8%	0,2
Crise política em países estrangeiros	1	0,8%	0,2
Trabalho, emprego e reforma	2	1,6%	0,4
Atividade económica	3	2,5%	0,6
Indicadores económicos	4	3,3%	0,8
Impostos e fiscalidade	2	1,6%	0,4
Economia familiar	1	0,8%	0,2
Greves e protestos	6	4,9%	1,2
Setor bancário e financeiro	1	0,8%	0,2
Crime económico-financeiro e corrup,	2	1,6%	0,4
Lobbyng, ética e conduta	4	3,3%	0,8
Justiça, tribunais e interrogatórios	6	4,9%	1,2
Acidentes	6	4,9%	1,2
Catástrofes naturais	4	3,3%	0,8
Pequenos sismos/incêndios	0	0,0%	0,0

Atentados e insegurança	2	1,6%	0,4
Criminalidade em geral	0	0,0%	0,0
Forças armadas e defesa nacional	2	1,6%	0,4
Homicídios e suicídios	2	1,6%	0,4
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	1	0,8%	0,2
Crime organizado	1	0,8%	0,2
Forças policiais e proteção civil	1	0,8%	0,2
Outros	2	1,6%	0,4
Futebol	20	16,4%	4,0
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	3	2,5%	0,6
Surto e doenças contagiosas	0	0,0%	0,0
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	0	0,0%	0,0
Desigualdades sociais e cidadania	2	1,6%	0,4
Questões de género e assédio	1	0,8%	0,2
Migrações e refugiados	3	2,5%	0,6
Demografia, natalidade e família	1	0,8%	0,2
Pobreza	0	0,0%	0,0
Estado do tempo	4	3,3%	0,8
Alterações climáticas e poluição	0	0,0%	0,0
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0
Celebridades e figuras públicas	0	0,0%	0,0
Obituários	1	0,8%	0,2
Efemérides, feriados e celebrações	1	0,8%	0,2
Insólitos e curiosidades	5	4,1%	1,0
Lazer, animais e gastronomia	1	0,8%	0,2
Moda	1	0,8%	0,2
Tecnologia	3	2,5%	0,6
Crise e tensão diplomática	3	2,5%	0,6
Relações diplomáticas	1	0,8%	0,2
Mobilidade e transporte em geral	1	0,8%	0,2
Organização do território	3	2,5%	0,6
Investimento, construção e requalific,	1	0,8%	0,2
Educação e ensino	0	0,0%	0,0
Investigação e descobertas científicas	1	0,8%	0,2
Segurança nas escolas e praxes	3	2,5%	0,6
Expressão artística e eventos culturais	2	1,6%	0,4
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>122</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E4:** Dados da variável «Tema» no *Jornal da Uma* em novembro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	5	4,4%	1,0
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	0	0,0%	0,0
Eleições	0	0,0%	0,0
Governação e partidos internacional	1	0,9%	0,2
Eleições internacional	1	0,9%	0,2
Crise política em países estrangeiros	2	1,8%	0,4
Trabalho, emprego e reforma	1	0,9%	0,2
Atividade económica	1	0,9%	0,2
Indicadores económicos	4	3,5%	0,8
Impostos e fiscalidade	2	1,8%	0,4
Economia familiar	1	0,9%	0,2
Greves e protestos	4	3,5%	0,8
Setor bancário e financeiro	1	0,9%	0,2
Crime económico-financeiro e corrup,	2	1,8%	0,4
Lobbyng, ética e conduta	5	4,4%	1,0
Justiça, tribunais e interrogatórios	6	5,3%	1,2
Acidentes	6	5,3%	1,2
Catástrofes naturais	1	0,9%	0,2
Pequenos sismos/incêndios	1	0,9%	0,2
Atentados e insegurança	1	0,9%	0,2
Criminalidade em geral	2	1,8%	0,4
Forças armadas e defesa nacional	2	1,8%	0,4
Homicídios e suicídios	2	1,8%	0,4
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	3	2,6%	0,6
Crime organizado	4	3,5%	0,8
Forças policiais e proteção civil	3	2,6%	0,6
Outros	0	0,0%	0,0
Futebol	12	10,5%	2,4
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	2	1,8%	0,4
Surto e doenças contagiosas	2	1,8%	0,4
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	1	0,9%	0,2
Desigualdades sociais e cidadania	1	0,9%	0,2
Questões de género e assédio	0	0,0%	0,0
Migrações e refugiados	0	0,0%	0,0
Demografia, natalidade e família	3	2,6%	0,6
Pobreza	0	0,0%	0,0
Estado do tempo	1	0,9%	0,2
Alterações climáticas e poluição	2	1,8%	0,4
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0

Celebridades e figuras públicas	1	0,9%	0,2
Obituários	0	0,0%	0,0
Efemérides, feriados e celebrações	0	0,0%	0,0
Insólitos e curiosidades	5	4,4%	1,0
Lazer, animais e gastronomia	3	2,6%	0,6
Moda	1	0,9%	0,2
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	1	0,9%	0,2
Relações diplomáticas	5	4,4%	1,0
Mobilidade e transporte em geral	0	0,0%	0,0
Organização do território	6	5,3%	1,2
Investimento, construção e requalific,	2	1,8%	0,4
Educação e ensino	1	0,9%	0,2
Investigação e descobertas científicas	0	0,0%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	1	0,9%	0,2
Expressão artística e eventos culturais	3	2,6%	0,6
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E5:** Dados da variável «Tema» no *Jornal das 8* em novembro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	9	3,8%	0,9
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	1	0,4%	0,1
Eleições	0	0,0%	0,0
Governação e partidos internacional	3	1,3%	0,3
Eleições internacional	2	0,8%	0,2
Crise política em países estrangeiros	3	1,3%	0,3
Trabalho, emprego e reforma	3	1,3%	0,3
Atividade económica	4	1,7%	0,4
Indicadores económicos	8	3,4%	0,8
Impostos e fiscalidade	4	1,7%	0,4
Economia familiar	2	0,8%	0,2
Greves e protestos	10	4,2%	1,0
Setor bancário e financeiro	2	0,8%	0,2
Crime económico-financeiro e corrup,	4	1,7%	0,4
Lobbyng, ética e conduta	9	3,8%	0,9
Justiça, tribunais e interrogatórios	12	5,1%	1,2
Acidentes	12	5,1%	1,2
Catástrofes naturais	5	2,1%	0,5
Pequenos sismos/incêndios	1	0,4%	0,1

Atentados e insegurança	3	1,3%	0,3
Criminalidade em geral	2	0,8%	0,2
Forças armadas e defesa nacional	4	1,7%	0,4
Homicídios e suicídios	4	1,7%	0,4
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	4	1,7%	0,4
Crime organizado	5	2,1%	0,5
Forças policiais e proteção civil	4	1,7%	0,4
Outros	2	0,8%	0,2
Futebol	32	13,6%	3,2
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	5	2,1%	0,5
Surtos e doenças contagiosas	2	0,8%	0,2
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	1	0,4%	0,1
Desigualdades sociais e cidadania	3	1,3%	0,3
Questões de género e assédio	1	0,4%	0,1
Migrações e refugiados	3	1,3%	0,3
Demografia, natalidade e família	4	1,7%	0,4
Pobreza	0	0,0%	0,0
Estado do tempo	5	2,1%	0,5
Alterações climáticas e poluição	2	0,8%	0,2
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0
Celebridades e figuras públicas	1	0,4%	0,1
Obituários	1	0,4%	0,1
Efemérides, feriados e celebrações	1	0,4%	0,1
Insólitos e curiosidades	10	4,2%	1,0
Lazer, animais e gastronomia	4	1,7%	0,4
Moda	2	0,8%	0,2
Tecnologia	3	1,3%	0,3
Crise e tensão diplomática	4	1,7%	0,4
Relações diplomáticas	6	2,5%	0,6
Mobilidade e transporte em geral	1	0,4%	0,1
Organização do território	9	3,8%	0,9
Investimento, construção e requalific,	3	1,3%	0,3
Educação e ensino	1	0,4%	0,1
Investigação e descobertas científicas	1	0,4%	0,1
Segurança nas escolas e praxes	4	1,7%	0,4
Expressão artística e eventos culturais	5	2,1%	0,5
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>236</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E6:** Dados globais da variável «Tema» em novembro

**Fonte:** Elaboração própria

## DEZEMBRO

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	5	4,8%	1,3
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	0	0,0%	0,0
Eleições	1	1,0%	0,3
Governação e partidos internacional	0	0,0%	0,0
Eleições internacional	1	1,0%	0,3
Crise política em países estrangeiros	2	1,9%	0,5
Trabalho, emprego e reforma	1	1,0%	0,3
Atividade económica	1	1,0%	0,3
Indicadores económicos	1	1,0%	0,3
Impostos e fiscalidade	0	0,0%	0,0
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	20	19,2%	5,0
Setor bancário e financeiro	0	0,0%	0,0
Crime económico-financeiro e corrup,	1	1,0%	0,3
Lobbyng, ética e conduta	0	0,0%	0,0
Justiça, tribunais e interrogatórios	4	3,8%	1,0
Acidentes	1	1,0%	0,3
Catástrofes naturais	2	1,9%	0,5
Pequenos sismos/incêndios	0	0,0%	0,0
Atentados e insegurança	0	0,0%	0,0
Criminalidade em geral	4	3,8%	1,0
Forças armadas e defesa nacional	0	0,0%	0,0
Homicídios e suicídios	2	1,9%	0,5
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	1	1,0%	0,3
Forças policiais e proteção civil	7	6,7%	1,8
Outros	1	1,0%	0,3
Futebol	19	18,3%	4,8
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	3	2,9%	0,8
Surtos e doenças contagiosas	0	0,0%	0,0
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	1	1,0%	0,3
Desigualdades sociais e cidadania	0	0,0%	0,0
Questões de género e assédio	1	1,0%	0,3
Migrações e refugiados	2	1,9%	0,5
Demografia, natalidade e família	1	1,0%	0,3
Pobreza	0	0,0%	0,0
Estado do tempo	4	3,8%	1,0
Alterações climáticas e poluição	1	1,0%	0,3
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0

Celebridades e figuras públicas	1	1,0%	0,3
Obituários	0	0,0%	0,0
Efemérides, feriados e celebrações	5	4,8%	1,3
Insólitos e curiosidades	0	0,0%	0,0
Lazer, animais e gastronomia	3	2,9%	0,8
Moda	1	1,0%	0,3
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	0	0,0%	0,0
Relações diplomáticas	0	0,0%	0,0
Mobilidade e transporte em geral	1	1,0%	0,3
Organização do território	2	1,9%	0,5
Investimento, construção e requalific,	2	1,9%	0,5
Educação e ensino	1	1,0%	0,3
Investigação e descobertas científicas	1	1,0%	0,3
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	0	0,0%	0,0
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>104</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E7:** Dados da variável «Tema» no *Jornal da Uma* em dezembro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governança e partidos	7	6,0%	1,8
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	1	0,9%	0,3
Eleições	1	0,9%	0,3
Governança e partidos internacional	0	0,0%	0,0
Eleições internacional	1	0,9%	0,3
Crise política em países estrangeiros	2	1,7%	0,5
Trabalho, emprego e reforma	3	2,6%	0,8
Atividade económica	2	1,7%	0,5
Indicadores económicos	2	1,7%	0,5
Impostos e fiscalidade	1	0,9%	0,3
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	22	18,8%	5,5
Setor bancário e financeiro	2	1,7%	0,5
Crime económico-financeiro e corrup,	1	0,9%	0,3
Lobbyng, ética e conduta	0	0,0%	0,0
Justiça, tribunais e interrogatórios	7	6,0%	1,8
Acidentes	2	1,7%	0,5
Catástrofes naturais	3	2,6%	0,8
Pequenos sismos/incêndios	0	0,0%	0,0

Atentados e insegurança	0	0,0%	0,0
Criminalidade em geral	2	1,7%	0,5
Forças armadas e defesa nacional	0	0,0%	0,0
Homicídios e suicídios	3	2,6%	0,8
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	2	1,7%	0,5
Forças policiais e proteção civil	5	4,3%	1,3
Outros	1	0,9%	0,3
Futebol	14	12,0%	3,5
Outras modalidades	1	0,9%	0,3
Saúde e cuidados médicos	2	1,7%	0,5
Surto e doenças contagiosas	0	0,0%	0,0
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	0	0,0%	0,0
Desigualdades sociais e cidadania	0	0,0%	0,0
Questões de género e assédio	0	0,0%	0,0
Migrações e refugiados	2	1,7%	0,5
Demografia, natalidade e família	0	0,0%	0,0
Pobreza	0	0,0%	0,0
Estado do tempo	3	2,6%	0,8
Alterações climáticas e poluição	1	0,9%	0,3
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0
Celebridades e figuras públicas	2	1,7%	0,5
Obituários	1	0,9%	0,3
Efemérides, feriados e celebrações	5	4,3%	1,3
Insólitos e curiosidades	6	5,1%	1,5
Lazer, animais e gastronomia	4	3,4%	1,0
Moda	0	0,0%	0,0
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	1	0,9%	0,3
Relações diplomáticas	0	0,0%	0,0
Mobilidade e transporte em geral	2	1,7%	0,5
Organização do território	0	0,0%	0,0
Investimento, construção e requalific,	1	0,9%	0,3
Educação e ensino	0	0,0%	0,0
Investigação e descobertas científicas	0	0,0%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	2	1,7%	0,5
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>117</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E8:** Dados da variável «Tema» no *Jornal das 8* em dezembro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	12	5,4%	1,5
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	1	0,5%	0,1
Eleições	2	0,9%	0,3
Governação e partidos internacional	0	0,0%	0,0
Eleições internacional	2	0,9%	0,3
Crise política em países estrangeiros	4	1,8%	0,5
Trabalho, emprego e reforma	4	1,8%	0,5
Atividade económica	3	1,4%	0,4
Indicadores económicos	3	1,4%	0,4
Impostos e fiscalidade	1	0,5%	0,1
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	42	19,0%	5,3
Setor bancário e financeiro	2	0,9%	0,3
Crime económico-financeiro e corrup,	2	0,9%	0,3
Lobbyng, ética e conduta	0	0,0%	0,0
Justiça, tribunais e interrogatórios	11	5,0%	1,4
Acidentes	3	1,4%	0,4
Catástrofes naturais	5	2,3%	0,6
Pequenos sismos/incêndios	0	0,0%	0,0
Atentados e insegurança	0	0,0%	0,0
Criminalidade em geral	6	2,7%	0,8
Forças armadas e defesa nacional	0	0,0%	0,0
Homicídios e suicídios	5	2,3%	0,6
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	3	1,4%	0,4
Forças policiais e proteção civil	12	5,4%	1,5
Outros	2	0,9%	0,3
Futebol	33	14,9%	4,1
Outras modalidades	1	0,5%	0,1
Saúde e cuidados médicos	5	2,3%	0,6
Surto e doenças contagiosas	0	0,0%	0,0
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	1	0,5%	0,1
Desigualdades sociais e cidadania	0	0,0%	0,0
Questões de género e assédio	1	0,5%	0,1
Migrações e refugiados	4	1,8%	0,5
Demografia, natalidade e família	1	0,5%	0,1
Pobreza	0	0,0%	0,0
Estado do tempo	7	3,2%	0,9
Alterações climáticas e poluição	2	0,9%	0,3
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0

Celebridades e figuras públicas	3	1,4%	0,4
Obituários	1	0,5%	0,1
Efemérides, feriados e celebrações	10	4,5%	1,3
Insólitos e curiosidades	6	2,7%	0,8
Lazer, animais e gastronomia	7	3,2%	0,9
Moda	1	0,5%	0,1
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	1	0,5%	0,1
Relações diplomáticas	0	0,0%	0,0
Mobilidade e transporte em geral	3	1,4%	0,4
Organização do território	2	0,9%	0,3
Investimento, construção e requalific,	3	1,4%	0,4
Educação e ensino	1	0,5%	0,1
Investigação e descobertas científicas	1	0,5%	0,1
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	2	0,9%	0,3
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>221</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E9:** Dados globais da variável «Tema» em dezembro

**Fonte:** Elaboração própria

### JANEIRO

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governança e partidos	4	2,9%	0,8
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	2	1,5%	0,4
Eleições	0	0,0%	0,0
Governança e partidos internacional	0	0,0%	0,0
Eleições internacional	0	0,0%	0,0
Crise política em países estrangeiros	4	2,9%	0,8
Trabalho, emprego e reforma	0	0,0%	0,0
Atividade económica	4	2,9%	0,8
Indicadores económicos	0	0,0%	0,0
Impostos e fiscalidade	0	0,0%	0,0
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	15	10,9%	3,0
Setor bancário e financeiro	3	2,2%	0,6
Crime económico-financeiro e corrup,	2	1,5%	0,4
Lobbyng, ética e conduta	2	1,5%	0,4
Justiça, tribunais e interrogatórios	10	7,3%	2,0
Acidentes	10	7,3%	2,0
Catástrofes naturais	0	0,0%	0,0
Pequenos sismos/incêndios	1	0,7%	0,2

Atentados e insegurança	0	0,0%	0,0
Criminalidade em geral	10	7,3%	2,0
Forças armadas e defesa nacional	1	0,7%	0,2
Homicídios e suicídios	2	1,5%	0,4
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	2	1,5%	0,4
Forças policiais e proteção civil	4	2,9%	0,8
Outros	0	0,0%	0,0
Futebol	26	19,0%	5,2
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	5	3,6%	1,0
Surtos e doenças contagiosas	2	1,5%	0,4
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	1	0,7%	0,2
Desigualdades sociais e cidadania	0	0,0%	0,0
Questões de género e assédio	0	0,0%	0,0
Migrações e refugiados	1	0,7%	0,2
Demografia, natalidade e família	0	0,0%	0,0
Pobreza	1	0,7%	0,2
Estado do tempo	13	9,5%	2,6
Alterações climáticas e poluição	2	1,5%	0,4
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0
Celebridades e figuras públicas	1	0,7%	0,2
Obituários	0	0,0%	0,0
Efemérides, feriados e celebrações	3	2,2%	0,6
Insólitos e curiosidades	0	0,0%	0,0
Lazer, animais e gastronomia	2	1,5%	0,4
Moda	0	0,0%	0,0
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	0	0,0%	0,0
Relações diplomáticas	0	0,0%	0,0
Mobilidade e transporte em geral	0	0,0%	0,0
Organização do território	0	0,0%	0,0
Investimento, construção e requalific,	2	1,5%	0,4
Educação e ensino	1	0,7%	0,2
Investigação e descobertas científicas	0	0,0%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	0	0,0%	0,0
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	1	0,7%	0,2
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E10:** Dados da variável «Tema» no *Jornal da Uma* em janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	5	3,3%	1,0
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	4	2,7%	0,8
Eleições	1	0,7%	0,2
Governação e partidos internacional	3	2,0%	0,6
Eleições internacional	1	0,7%	0,2
Crise política em países estrangeiros	8	5,3%	1,6
Trabalho, emprego e reforma	1	0,7%	0,2
Atividade económica	12	8,0%	2,4
Indicadores económicos	2	1,3%	0,4
Impostos e fiscalidade	1	0,7%	0,2
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	7	4,7%	1,4
Setor bancário e financeiro	5	3,3%	1,0
Crime económico-financeiro e corrup,	5	3,3%	1,0
Lobbyng, ética e conduta	4	2,7%	0,8
Justiça, tribunais e interrogatórios	5	3,3%	1,0
Acidentes	9	6,0%	1,8
Catástrofes naturais	0	0,0%	0,0
Pequenos sismos/incêndios	1	0,7%	0,2
Atentados e insegurança	0	0,0%	0,0
Criminalidade em geral	10	6,7%	2,0
Forças armadas e defesa nacional	1	0,7%	0,2
Homicídios e suicídios	2	1,3%	0,4
Guerra e conflitos armados	2	1,3%	0,4
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	2	1,3%	0,4
Forças policiais e proteção civil	4	2,7%	0,8
Outros	0	0,0%	0,0
Futebol	16	10,7%	3,2
Outras modalidades	1	0,7%	0,2
Saúde e cuidados médicos	4	2,7%	0,8
Surtos e doenças contagiosas	1	0,7%	0,2
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	1	0,7%	0,2
Desigualdades sociais e cidadania	1	0,7%	0,2
Questões de género e assédio	0	0,0%	0,0
Migrações e refugiados	1	0,7%	0,2
Demografia, natalidade e família	1	0,7%	0,2
Pobreza	2	1,3%	0,4
Estado do tempo	6	4,0%	1,2
Alterações climáticas e poluição	0	0,0%	0,0
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0

Celebridades e figuras públicas	2	1,3%	0,4
Obituários	0	0,0%	0,0
Efemérides, feriados e celebrações	3	2,0%	0,6
Insólitos e curiosidades	2	1,3%	0,4
Lazer, animais e gastronomia	2	1,3%	0,4
Moda	0	0,0%	0,0
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	0	0,0%	0,0
Relações diplomáticas	1	0,7%	0,2
Mobilidade e transporte em geral	0	0,0%	0,0
Organização do território	0	0,0%	0,0
Investimento, construção e requalific,	3	2,0%	0,6
Educação e ensino	1	0,7%	0,2
Investigação e descobertas científicas	0	0,0%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	7	4,7%	1,4
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E11:** Dados da variável «Tema» no *Jornal das 8* em janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	9	3,1%	0,9
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	6	2,1%	0,6
Eleições	1	0,3%	0,1
Governação e partidos internacional	3	1,0%	0,3
Eleições internacional	1	0,3%	0,1
Crise política em países estrangeiros	12	4,2%	1,2
Trabalho, emprego e reforma	1	0,3%	0,1
Atividade económica	16	5,6%	1,6
Indicadores económicos	2	0,7%	0,2
Impostos e fiscalidade	1	0,3%	0,1
Economia familiar	0	0,0%	0,0
Greves e protestos	22	7,7%	2,2
Setor bancário e financeiro	8	2,8%	0,8
Crime económico-financeiro e corrup,	7	2,4%	0,7
Lobbyng, ética e conduta	6	2,1%	0,6
Justiça, tribunais e interrogatórios	15	5,2%	1,5
Acidentes	19	6,6%	1,9
Catástrofes naturais	0	0,0%	0,0
Pequenos sismos/incêndios	2	0,7%	0,2

Atentados e insegurança	0	0,0%	0,0
Criminalidade em geral	20	7,0%	2,0
Forças armadas e defesa nacional	2	0,7%	0,2
Homicídios e suicídios	4	1,4%	0,4
Guerra e conflitos armados	2	0,7%	0,2
Violência no desporto	0	0,0%	0,0
Crime organizado	4	1,4%	0,4
Forças policiais e proteção civil	8	2,8%	0,8
Outros	0	0,0%	0,0
Futebol	42	14,6%	4,2
Outras modalidades	1	0,3%	0,1
Saúde e cuidados médicos	9	3,1%	0,9
Surto e doenças contagiosas	3	1,0%	0,3
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	2	0,7%	0,2
Desigualdades sociais e cidadania	1	0,3%	0,1
Questões de género e assédio	0	0,0%	0,0
Migrações e refugiados	2	0,7%	0,2
Demografia, natalidade e família	1	0,3%	0,1
Pobreza	3	1,0%	0,3
Estado do tempo	19	6,6%	1,9
Alterações climáticas e poluição	2	0,7%	0,2
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0
Celebridades e figuras públicas	3	1,0%	0,3
Obituários	0	0,0%	0,0
Efemérides, feriados e celebrações	6	2,1%	0,6
Insólitos e curiosidades	2	0,7%	0,2
Lazer, animais e gastronomia	4	1,4%	0,4
Moda	0	0,0%	0,0
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	0	0,0%	0,0
Relações diplomáticas	1	0,3%	0,1
Mobilidade e transporte em geral	0	0,0%	0,0
Organização do território	0	0,0%	0,0
Investimento, construção e requalific,	5	1,7%	0,5
Educação e ensino	2	0,7%	0,2
Investigação e descobertas científicas	0	0,0%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	0	0,0%	0,0
Expressão artística e eventos culturais	7	2,4%	0,7
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	1	0,3%	0,1
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>287</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E12:** Dados globais da variável «Tema» em janeiro

**Fonte:** Elaboração própria

## GLOBAL POR NOTICIÁRIO

TEMAS	Quantidade	Porcentagem	Média/noticiário
Governança e partidos	24	4,8%	1,3
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	3	0,6%	0,2
Eleições	1	0,2%	0,1
Governança e partidos internacional	5	1,0%	0,3
Eleições internacional	9	1,8%	0,5
Crise política em países estrangeiros	8	1,6%	0,4
Trabalho, emprego e reforma	3	0,6%	0,2
Atividade económica	12	2,4%	0,7
Indicadores económicos	9	1,8%	0,5
Impostos e fiscalidade	6	1,2%	0,3
Economia familiar	1	0,2%	0,1
Greves e protestos	50	9,9%	2,8
Setor bancário e financeiro	6	1,2%	0,3
Crime económico-financeiro e corrup,	7	1,4%	0,4
Lobbyng, ética e conduta	12	2,4%	0,7
Justiça, tribunais e interrogatórios	22	4,4%	1,2
Acidentes	24	4,8%	1,3
Catástrofes naturais	14	2,8%	0,8
Pequenos sismos/incêndios	2	0,4%	0,1
Atentados e insegurança	5	1,0%	0,3
Criminalidade em geral	17	3,4%	0,9
Forças armadas e defesa nacional	6	1,2%	0,3
Homicídios e suicídios	9	1,8%	0,5
Guerra e conflitos armados	0	0,0%	0,0
Violência no desporto	1	0,2%	0,1
Crime organizado	5	1,0%	0,3
Forças policiais e proteção civil	15	3,0%	0,8
Outros	3	0,6%	0,2
Futebol	83	16,4%	4,6
Outras modalidades	0	0,0%	0,0
Saúde e cuidados médicos	14	2,8%	0,8
Surtos e doenças contagiosas	3	0,6%	0,2
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	2	0,4%	0,1
Desigualdades sociais e cidadania	2	0,4%	0,1
Questões de género e assédio	3	0,6%	0,2
Migrações e refugiados	6	1,2%	0,3
Demografia, natalidade e família	2	0,4%	0,1
Pobreza	3	0,6%	0,2
Estado do tempo	26	5,1%	1,4
Alterações climáticas e poluição	7	1,4%	0,4
Utilização de recursos	1	0,2%	0,1

Celebridades e figuras públicas	2	0,4%	0,1
Obituários	3	0,6%	0,2
Efemérides, feriados e celebrações	11	2,2%	0,6
Insólitos e curiosidades	7	1,4%	0,4
Lazer, animais e gastronomia	8	1,6%	0,4
Moda	4	0,8%	0,2
Tecnologia	3	0,6%	0,2
Crise e tensão diplomática	3	0,6%	0,2
Relações diplomáticas	2	0,4%	0,1
Mobilidade e transporte em geral	2	0,4%	0,1
Organização do território	8	1,6%	0,4
Investimento, construção e requalific,	9	1,8%	0,5
Educação e ensino	3	0,6%	0,2
Investigação e descobertas científicas	3	0,6%	0,2
Segurança nas escolas e praxes	3	0,6%	0,2
Expressão artística e eventos culturais	2	0,4%	0,1
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	1	0,2%	0,1
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>505</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E13:** Dados globais da variável «Tema» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

TEMAS	Quantidade	Percentagem	Média/noticiário
Governação e partidos	24	5,0%	1,3
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	5	1,0%	0,3
Eleições	2	0,4%	0,1
Governação e partidos internacional	6	1,3%	0,3
Eleições internacional	7	1,5%	0,4
Crise política em países estrangeiros	12	2,5%	0,7
Trabalho, emprego e reforma	7	1,5%	0,4
Atividade económica	17	3,5%	0,9
Indicadores económicos	11	2,3%	0,6
Impostos e fiscalidade	8	1,7%	0,4
Economia familiar	1	0,2%	0,1
Greves e protestos	42	8,8%	2,3
Setor bancário e financeiro	8	1,7%	0,4
Crime económico-financeiro e corrup,	11	2,3%	0,6
Lobbyng, ética e conduta	12	2,5%	0,7
Justiça, tribunais e interrogatórios	23	4,8%	1,3
Acidentes	22	4,6%	1,2
Catástrofes naturais	6	1,3%	0,3
Pequenos sismos/incêndios	2	0,4%	0,1

Atentados e insegurança	1	0,2%	0,1
Criminalidade em geral	18	3,8%	1,0
Forças armadas e defesa nacional	5	1,0%	0,3
Homicídios e suicídios	9	1,9%	0,5
Guerra e conflitos armados	2	0,4%	0,1
Violência no desporto	3	0,6%	0,2
Crime organizado	8	1,7%	0,4
Forças policiais e proteção civil	15	3,1%	0,8
Outros	1	0,2%	0,1
Futebol	54	11,3%	3,0
Outras modalidades	2	0,4%	0,1
Saúde e cuidados médicos	9	1,9%	0,5
Surto e doenças contagiosas	3	0,6%	0,2
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	2	0,4%	0,1
Desigualdades sociais e cidadania	2	0,4%	0,1
Questões de género e assédio	0	0,0%	0,0
Migrações e refugiados	3	0,6%	0,2
Demografia, natalidade e família	4	0,8%	0,2
Pobreza	3	0,6%	0,2
Estado do tempo	11	2,3%	0,6
Alterações climáticas e poluição	4	0,8%	0,2
Utilização de recursos	0	0,0%	0,0
Celebridades e figuras públicas	7	1,5%	0,4
Obituários	2	0,4%	0,1
Efemérides, feriados e celebrações	10	2,1%	0,6
Insólitos e curiosidades	17	3,5%	0,9
Lazer, animais e gastronomia	10	2,1%	0,6
Moda	1	0,2%	0,1
Tecnologia	0	0,0%	0,0
Crise e tensão diplomática	3	0,6%	0,2
Relações diplomáticas	8	1,7%	0,4
Mobilidade e transporte em geral	3	0,6%	0,2
Organização do território	8	1,7%	0,4
Investimento, construção e requalific,	8	1,7%	0,4
Educação e ensino	3	0,6%	0,2
Investigação e descobertas científicas	0	0,0%	0,0
Segurança nas escolas e praxes	1	0,2%	0,1
Expressão artística e eventos culturais	14	2,9%	0,8
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	0	0,0%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>480</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E14:** Dados globais da variável «Tema» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

## GLOBAL DO ESTUDO

TEMAS	Quantidade	Porcentagem	Média/noticiário
Governança e partidos	48	4,9%	1,3
Crise política	0	0,0%	0,0
Crise política interna	8	0,8%	0,2
Eleições	3	0,3%	0,1
Governança e partidos internacional	11	1,1%	0,3
Eleições internacional	16	1,6%	0,4
Crise política em países estrangeiros	20	2,0%	0,6
Trabalho, emprego e reforma	10	1,0%	0,3
Atividade económica	29	2,9%	0,8
Indicadores económicos	20	2,0%	0,6
Impostos e fiscalidade	14	1,4%	0,4
Economia familiar	2	0,2%	0,1
Greves e protestos	92	9,3%	2,6
Setor bancário e financeiro	14	1,4%	0,4
Crime económico-financeiro e corrup,	18	1,8%	0,5
Lobbyng, ética e conduta	24	2,4%	0,7
Justiça, tribunais e interrogatórios	45	4,6%	1,3
Acidentes	46	4,7%	1,3
Catástrofes naturais	20	2,0%	0,6
Pequenos sismos/incêndios	4	0,4%	0,1
Atentados e insegurança	6	0,6%	0,2
Criminalidade em geral	35	3,6%	1,0
Forças armadas e defesa nacional	11	1,1%	0,3
Homicídios e suicídios	18	1,8%	0,5
Guerra e conflitos armados	2	0,2%	0,1
Violência no desporto	4	0,4%	0,1
Crime organizado	13	1,3%	0,4
Forças policiais e proteção civil	30	3,0%	0,8
Outros	4	0,4%	0,1
Futebol	137	13,9%	3,8
Outras modalidades	2	0,2%	0,1
Saúde e cuidados médicos	23	2,3%	0,6
Surtos e doenças contagiosas	6	0,6%	0,2
Saúde e segurança alimentar	0	0,0%	0,0
Serviços sociais	4	0,4%	0,1
Desigualdades sociais e cidadania	4	0,4%	0,1
Questões de género e assédio	3	0,3%	0,1
Migrações e refugiados	9	0,9%	0,3
Demografia, natalidade e família	6	0,6%	0,2
Pobreza	6	0,6%	0,2
Estado do tempo	37	3,8%	1,0
Alterações climáticas e poluição	11	1,1%	0,3
Utilização de recursos	1	0,1%	0,0

Celebridades e figuras públicas	9	0,9%	0,3
Obituários	5	0,5%	0,1
Efemérides, feriados e celebrações	21	2,1%	0,6
Insólitos e curiosidades	24	2,4%	0,7
Lazer, animais e gastronomia	18	1,8%	0,5
Moda	5	0,5%	0,1
Tecnologia	3	0,3%	0,1
Crise e tensão diplomática	6	0,6%	0,2
Relações diplomáticas	10	1,0%	0,3
Mobilidade e transporte em geral	5	0,5%	0,1
Organização do território	16	1,6%	0,4
Investimento, construção e requalific,	17	1,7%	0,5
Educação e ensino	6	0,6%	0,2
Investigação e descobertas científicas	3	0,3%	0,1
Segurança nas escolas e praxes	4	0,4%	0,1
Expressão artística e eventos culturais	16	1,6%	0,4
Património cultural e memória histórica	0	0,0%	0,0
Igreja Católica e Vaticano	1	0,1%	0,0
Outras religiões e cultos	0	0,0%	0,0
<b>TOTAIS</b>	<b>985</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela E15:** Dados globais da variável «Tema»

**Fonte:** Elaboração própria

ANEXO F – Grelhas de análise da variável «Posicionamento»

**NOTÍCIAS DE DESPORTO**

POSICIONAMENTO	OUTUBRO		NOVEMBRO		DEZEMBRO		JANEIRO	
	Quant.	Perc.	Quant.	Perc.	Quant.	Perc.	Quant.	Perc.
1.ª Parte	2	11%	8	40%	19	100%	21	81%
2.ª Parte	16	89%	12	60%	0	0%	5	19%
<b>TOTAL DESPORTO</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>

**Tabela F1:** Dados da variável «Posicionamento» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma* por mês  
**Fonte:** Elaboração própria

POSICIONAMENTO	Quantidade	Percentagem
1.ª Parte	50	60%
2.ª Parte	33	40%
<b>TOTAL DESPORTO</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela F2:** Dados da variável «Posicionamento» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*  
**Fonte:** Elaboração própria

POSICIONAMENTO	OUTUBRO		NOVEMBRO		DEZEMBRO		JANEIRO	
	Quant.	Perc.	Quant.	Perc.	Quant.	Perc.	Quant.	Perc.
1.ª Parte	6	50%	7	58%	9	60%	7	41%
2.ª Parte	6	50%	5	42%	6	40%	10	59%
<b>TOTAL DESPORTO</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>	<b>17</b>	<b>100%</b>

**Tabela F3:** Dados da variável «Posicionamento» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8* por mês  
**Fonte:** Elaboração própria

POSICIONAMENTO	Quantidade	Percentagem
1.ª Parte	29	52%
2.ª Parte	27	48%
<b>TOTAL DESPORTO</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela F4:** Dados da variável «Posicionamento» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*  
**Fonte:** Elaboração própria

## NOTÍCIAS DE ABERTURA

ABERTURA POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	1	5,6%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	5	27,8%
Justiça	3	16,7%
Acidentes e catástrofes	1	5,6%
Segurança e defesa	4	22,2%
Desporto	2	11,1%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	1	5,6%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	1	5,6%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Tabela F5:** Dados da variável «Posicionamento» no *Jornal da Uma*, apresentando as notícias de abertura por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

ABERTURA POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	4	22,2%
Política internacional	1	5,6%
Economia e trabalho	1	5,6%
Justiça	5	27,8%
Acidentes e catástrofes	2	11,1%
Segurança e defesa	3	16,7%
Desporto	1	5,6%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	1	5,6%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Tabela F6:** Dados da variável «Posicionamento» no *Jornal das 8*, apresentando as notícias de abertura por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

ABERTURA POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	5	13,9%
Política internacional	1	2,8%
Economia e trabalho	6	16,7%
Justiça	8	22,2%
Acidentes e catástrofes	3	8,3%
Segurança e defesa	7	19,4%
Desporto	3	8,3%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	1	2,8%
Ambiente	1	2,8%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	1	2,8%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Tabela F7:** Dados globais da variável «Posicionamento», apresentando as notícias de abertura por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

### NOTÍCIAS DE FECHO

FECHO POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	0	0,0%
Justiça	0	0,0%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	1	5,6%
Desporto	1	5,6%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	12	66,7%
Diversos	3	16,7%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	1	5,6%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Tabela F8:** Dados da variável «Posicionamento» no *Jornal da Uma*, apresentando as notícias de fecho por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

FECHO POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	1	5,6%
Justiça	1	5,6%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	1	5,6%
Desporto	1	5,6%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	4	22,2%
Diversos	6	33,3%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	4	22,2%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Tabela F9:** Dados da variável «Posicionamento» no *Jornal das 8*, apresentando as notícias de fecho por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

FECHO POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	1	2,8%
Justiça	1	2,8%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	2	5,6%
Desporto	2	5,6%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	16	44,4%
Diversos	9	25,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	5	13,9%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>36</b>	<b>100%</b>

**Tabela F10:** Dados globais da variável «Posicionamento», apresentando as notícias de fecho por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

ANEXO G – Grelhas de análise da variável «Outros espaços informativos»

**OUTROS ESPAÇOS INFORMATIVOS**

OUTROS ESPAÇOS INFORMATIVOS	Quantidade	Percentagem
Destaques	84	88%
Grandes reportagens	3	3%
Rubricas	1	1%
Entrevistas	3	3%
Comentários	5	5%
Debates	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>96</b>	<b>100%</b>

**Tabela G1:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal da Uma*  
**Fonte:** Elaboração própria

OUTROS ESPAÇOS INFORMATIVOS	Quantidade	Percentagem
Destaques	56	60%
Grandes reportagens	6	6%
Rubricas	3	3%
Entrevistas	11	12%
Comentários	18	19%
Debates	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>100%</b>

**Tabela G2:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal das 8*  
**Fonte:** Elaboração própria

OUTROS ESPAÇOS INFORMATIVOS	Quantidade	Percentagem
Destaques	140	74%
Grandes reportagens	9	5%
Rubricas	4	2%
Entrevistas	14	7%
Comentários	23	12%
Debates	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>190</b>	<b>100%</b>

**Tabela G3:** Dados globais da variável «Outros espaços informativos»  
**Fonte:** Elaboração própria

## DESTAQUES

DESTAQUES POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	4	4,8%
Política internacional	3	3,6%
Economia e trabalho	9	10,7%
Justiça	2	2,4%
Acidentes e catástrofes	4	4,8%
Segurança e defesa	12	14,3%
Desporto	18	21,4%
Saúde	2	2,4%
Questões Sociais	4	4,8%
Ambiente	8	9,5%
Diversos	15	17,9%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	1	1,2%
Educação e ciência	2	2,4%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

**Tabela G4:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal da Uma*, apresentando os espaços de destaque por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

DESTAQUES POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	8	14,3%
Política internacional	2	3,6%
Economia e trabalho	4	7,1%
Justiça	5	8,9%
Acidentes e catástrofes	1	1,8%
Segurança e defesa	11	19,6%
Desporto	5	8,9%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	3	5,4%
Diversos	11	19,6%
Relações internacionais	1	1,8%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	5	8,9%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela G5:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal das 8*, apresentando os espaços de destaque por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

DESTAQUES POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	12	8,6%
Política internacional	5	3,6%
Economia e trabalho	13	9,3%
Justiça	7	5,0%
Acidentes e catástrofes	5	3,6%
Segurança e defesa	23	16,4%
Desporto	23	16,4%
Saúde	2	1,4%
Questões Sociais	4	2,9%
Ambiente	11	7,9%
Diversos	26	18,6%
Relações internacionais	1	0,7%
Mobilidade, território e infraestruturas	1	0,7%
Educação e ciência	2	1,4%
Artes e cultura	5	3,6%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

**Tabela G6:** Dados globais da variável «Outros espaços informativos», apresentando os espaços de destaque por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

### GRANDES REPORTAGENS

GRANDES REP. POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	1	33,3%
Justiça	0	0,0%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	0	0,0%
Desporto	0	0,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	1	33,3%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	1	33,3%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>3</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela G7:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal da Uma*, apresentando os espaços de grande reportagem por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

GRANDES REP. POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	0	0,0%
Justiça	1	16,7%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	2	33,3%
Desporto	0	0,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	1	16,7%
Relações internacionais	1	16,7%
Mobilidade, território e infraestruturas	1	16,7%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>6</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela G8:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal das 8*, apresentando os espaços de grande reportagem por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

GRANDES REP. POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	1	11,1%
Justiça	1	11,1%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	2	22,2%
Desporto	0	0,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	1	11,1%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	2	22,2%
Relações internacionais	1	11,1%
Mobilidade, território e infraestruturas	1	11,1%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>9</b>	<b>100,0%</b>

**Tabela G9:** Dados globais da variável «Outros espaços informativos», apresentando os espaços de grande reportagem por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

## RUBRICAS

RUBRICAS POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	0	0,0%
Justiça	0	0,0%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	0	0,0%
Desporto	1	100,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Tabela G10:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal da Uma*, apresentando os espaços de rubricas por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

RUBRICAS POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	3	100,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	0	0,0%
Justiça	0	0,0%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	0	0,0%
Desporto	0	0,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Tabela G11:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal das 8*, apresentando os espaços de rubricas por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

RUBRICAS POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	3	75,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	0	0,0%
Justiça	0	0,0%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	0	0,0%
Desporto	1	25,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>4</b>	<b>100%</b>

**Tabela G12:** Dados globais da variável «Outros espaços informativos», apresentando os espaços de rubricas por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

### ENTREVISTAS

ENTREVISTAS POR CATEGORIA	Quantidade	Percentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	0	0,0%
Justiça	0	0,0%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	2	66,7%
Desporto	0	0,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	1	33,3%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Tabela G13:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal da Uma*, apresentando os espaços de entrevista por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

ENTREVISTAS POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	3	27,3%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	1	9,1%
Justiça	4	36,4%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	0	0,0%
Desporto	1	9,1%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	1	9,1%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	1	9,1%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

**Tabela G14:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal das 8*, apresentando os espaços de entrevista por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

ENTREVISTAS POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	3	21,4%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	1	7,1%
Justiça	4	28,6%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	2	14,3%
Desporto	1	7,1%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	2	14,3%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	1	7,1%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Tabela G15:** Dados globais da variável «Outros espaços informativos», apresentando os espaços de entrevista por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

## COMENTÁRIOS

COMENTÁRIOS POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	0	0,0%
Política internacional	0	0,0%
Economia e trabalho	0	0,0%
Justiça	0	0,0%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	0	0,0%
Desporto	5	100,0%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

**Tabela G16:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal da Uma*, apresentando os espaços de comentário por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

COMENTÁRIOS POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	1	5,6%
Política internacional	2	11,1%
Economia e trabalho	5	27,8%
Justiça	5	27,8%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	1	5,6%
Desporto	4	22,2%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Tabela G17:** Dados da variável «Outros espaços informativos» no *Jornal das 8*, apresentando os espaços de comentário por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

COMENTÁRIOS POR CATEGORIA	Quantidade	Porcentagem
Política nacional	1	4,3%
Política internacional	2	8,7%
Economia e trabalho	5	21,7%
Justiça	5	21,7%
Acidentes e catástrofes	0	0,0%
Segurança e defesa	1	4,3%
Desporto	9	39,1%
Saúde	0	0,0%
Questões Sociais	0	0,0%
Ambiente	0	0,0%
Diversos	0	0,0%
Relações internacionais	0	0,0%
Mobilidade, território e infraestruturas	0	0,0%
Educação e ciência	0	0,0%
Artes e cultura	0	0,0%
Religião	0	0,0%
<b>TOTAIS</b>	<b>23</b>	<b>100%</b>

**Tabela G18:** Dados globais da variável «Outros espaços informativos», apresentando os espaços de comentário por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO H – Grelhas de análise da variável «Duração»

DURAÇÃO MÉDIA POR CATEGORIA	Duração	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	00:51:14	5,6%	02:51
Política internacional	00:51:32	5,6%	02:52
Economia e trabalho	02:41:04	17,6%	08:57
Justiça	01:15:56	8,3%	04:13
Acidentes e catástrofes	01:16:18	8,3%	04:14
Segurança e defesa	01:53:39	12,4%	06:19
Desporto	01:45:36	11,5%	05:52
Saúde	00:32:35	3,6%	01:49
Questões Sociais	00:34:45	3,8%	01:56
Ambiente	00:46:31	5,1%	02:35
Diversos	01:30:22	9,9%	05:01
Relações internacionais	00:10:17	1,1%	00:34
Mobilidade, território e infraestruturas	00:40:03	4,4%	02:13
Educação e ciência	00:20:59	2,3%	01:10
Artes e cultura	00:02:23	0,3%	00:08
Religião	00:02:16	0,2%	00:08
<b>TOTAIS</b>	<b>15:15:30</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela H1:** Dados da variável «Duração» no *Jornal da Uma*, apresentando a duração, global e média, por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

DURAÇÃO MÉDIA POR CATEGORIA	Duração	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	00:56:07	6,0%	03:07
Política internacional	00:58:47	6,2%	03:16
Economia e trabalho	03:05:03	19,7%	10:17
Justiça	01:25:09	9,1%	04:44
Acidentes e catástrofes	00:50:36	5,4%	02:49
Segurança e defesa	02:09:07	13,7%	07:10
Desporto	01:33:21	9,9%	05:11
Saúde	00:17:00	1,8%	00:57
Questões Sociais	00:36:29	3,9%	02:02
Ambiente	00:22:33	2,4%	01:15
Diversos	01:38:08	10,4%	05:27
Relações internacionais	00:22:57	2,4%	01:16
Mobilidade, território e infraestruturas	00:40:44	4,3%	02:16
Educação e ciência	00:09:19	1,0%	00:31
Artes e cultura	00:35:25	3,8%	01:58
Religião	00:00:00	0,0%	00:00
<b>TOTAIS</b>	<b>15:40:45</b>	<b>100%</b>	<b>-</b>

**Tabela H2:** Dados da variável «Duração» no *Jornal das 8*, apresentando a duração, global e média, por categoria

**Fonte:** Elaboração própria

DURAÇÃO MÉDIA POR CATEGORIA	Duração	Percentagem	Média/noticiário
Política nacional	01:47:21	5,8%	02:59
Política internacional	01:50:19	5,9%	03:04
Economia e trabalho	05:46:07	18,6%	09:37
Justiça	02:41:05	8,7%	04:28
Acidentes e catástrofes	02:06:54	6,8%	03:31
Segurança e defesa	04:02:46	13,1%	06:45
Desporto	03:18:57	10,7%	05:32
Saúde	00:49:35	2,7%	01:23
Questões Sociais	01:11:14	3,8%	01:59
Ambiente	01:09:04	3,7%	01:55
Diversos	03:08:30	10,2%	05:14
Relações internacionais	00:33:14	1,8%	00:55
Mobilidade, território e infraestruturas	01:20:47	4,4%	02:15
Educação e ciência	00:30:18	1,6%	00:51
Artes e cultura	00:37:48	2,0%	01:03
Religião	00:02:16	0,1%	00:04
<b>TOTAIS</b>	<b>30:56:15</b>	<b>100%</b>	-

**Tabela H3:** Dados globais da variável «Duração», apresentando a duração, global e média, por categoria  
**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO I – Grelhas de análise da variável «Formato»

FORMATO	Quantidade	Percentagem
Peça	41	49%
Off	15	18%
Grafismo	2	2%
Vivo	25	30%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela I1:** Dados globais da variável «Formato» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

FORMATO	Quantidade	Percentagem
Peça	36	64%
Off	13	23%
Grafismo	1	2%
Vivo	6	11%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela I2:** Dados globais da variável «Formato» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

FORMATO	Quantidade	Percentagem
Peça	77	55%
Off	28	20%
Grafismo	3	2%
Vivo	31	22%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela I3:** Dados globais da variável «Formato» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO J – Grelhas de análise da variável «Forma»

FORMA	Quantidade	Percentagem
Direto	5	6%
Diferido	76	92%
Misto	2	2%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela J1:** Dados globais da variável «Forma» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

FORMA	Quantidade	Percentagem
Direto	1	2%
Diferido	55	98%
Misto	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela J2:** Dados globais da variável «Forma» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

FORMA	Quantidade	Percentagem
Direto	6	4%
Diferido	131	94%
Misto	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela J3:** Dados globais da variável «Forma» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO K – Grelhas de análise da variável «Natureza»

NATUREZA	Quantidade	Percentagem
<i>Hard news</i>	82	99%
<i>Soft news</i>	0	0%
Autoinformação	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela K1:** Dados globais da variável «Natureza» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

NATUREZA	Quantidade	Percentagem
<i>Hard news</i>	54	96%
<i>Soft news</i>	1	2%
Autoinformação	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela K2:** Dados globais da variável «Natureza» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

NATUREZA	Quantidade	Percentagem
<i>Hard news</i>	136	98%
<i>Soft news</i>	1	1%
Autoinformação	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela K3:** Dados globais da variável «Natureza» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO L – Grelhas de análise da variável «Valência»

VALÊNCIA	Quantidade	Percentagem
Predominantemente positiva	26	31%
Predominantemente negativa	22	27%
Neutra	35	42%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela L1:** Dados globais da variável «Valência» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

VALÊNCIA	Quantidade	Percentagem
Predominantemente positiva	16	29%
Predominantemente negativa	20	36%
Neutra	20	36%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela L2:** Dados globais da variável «Valência» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

VALÊNCIA	Quantidade	Percentagem
Predominantemente positiva	42	30%
Predominantemente negativa	42	30%
Neutra	55	40%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela L3:** Dados globais da variável «Valência» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO M – Grelhas de análise da variável «Âmbito»

ÂMBITO	Quantidade	Percentagem
Nacional	70	84%
Internacional	13	16%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela M1:** Dados globais da variável «Âmbito» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

ÂMBITO	Quantidade	Percentagem
Nacional	36	64%
Internacional	20	36%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela M2:** Dados globais da variável «Âmbito» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

ÂMBITO	Quantidade	Percentagem
Nacional	106	76%
Internacional	33	24%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela M3:** Dados globais da variável «Âmbito» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO N – Grelhas de análise da variável «Modalidade»

MODALIDADE	Quantidade	Percentagem
Futebol	83	100%
Ténis	0	0%
Motorizado	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela N1:** Dados globais da variável «Modalidade» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

MODALIDADE	Quantidade	Percentagem
Futebol	54	96%
Ténis	1	2%
Motorizado	1	2%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela N2:** Dados globais da variável «Modalidade» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

MODALIDADE	Quantidade	Percentagem
Futebol	137	98,6%
Ténis	1	0,7%
Motorizado	1	0,7%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela N3:** Dados globais da variável «Modalidade» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

## ANEXO O – Grelhas de análise da variável «Diversidade»

DIVERSIDADE	Quantidade	Percentagem
Clubes portugueses	56	67%
Clubes internacionais	7	8%
Instituições	0	0%
Seleções	3	4%
Jogadores	4	5%
Treinadores	12	14%
Presidentes	1	1%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela O1:** Dados globais da variável «Diversidade» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

DIVERSIDADE	Quantidade	Percentagem
Clubes portugueses	23	41%
Clubes internacionais	4	7%
Instituições	1	2%
Seleções	4	7%
Jogadores	10	18%
Treinadores	12	21%
Presidentes	2	4%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela O2:** Dados globais da variável «Diversidade» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

DIVERSIDADE	Quantidade	Percentagem
Clubes portugueses	79	57%
Clubes internacionais	11	8%
Instituições	1	1%
Seleções	7	5%
Jogadores	14	10%
Treinadores	24	17%
Presidentes	3	2%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela O3:** Dados globais da variável «Diversidade» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

CLUBES PORTUGUESES	Quantidade	Percentagem
SL Benfica	27	34%
Sporting CP	23	29%
FC Porto	16	20%
SC Braga	7	9%
Outros clubes	3	4%
Dois grandes	3	4%
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>100%</b>

**Tabela O4:** Dados globais das notícias sobre «Clubes portugueses»

**Fonte:** Elaboração própria

CLUBES INTERNACIONAIS	Quantidade	Percentagem
Manchester United FC	1	9%
Manchester City FC	1	9%
Lokomotiv Moscovo	2	18%
Outros clubes	7	64%
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>100%</b>

**Tabela O5:** Dados globais das notícias sobre «Clubes internacionais»

**Fonte:** Elaboração própria

INSTITUIÇÕES DESPORTIVAS	Quantidade	Percentagem
UEFA	1	100%
FIFA	0	0%
FPF	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

**Tabela O6:** Dados globais das notícias sobre «Instituições desportivas»

**Fonte:** Elaboração própria

SELEÇÕES	Quantidade	Percentagem
Seleção A de futebol (Portuguesa)	3	43%
Seleção Sub21 de futebol (Portuguesa)	1	14%
Seleção A de futebol (Estrangeira)	3	43%
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100%</b>

**Tabela O7:** Dados globais das notícias sobre «Seleções»

**Fonte:** Elaboração própria

JOGADORES	Quantidade	Percentagem
Cristiano Ronaldo	6	43%
Leonel Messi	1	7%
Rui Patrício	2	14%
Ronaldinho	1	7%
Bataglia	1	7%
Novak Djokovic	1	7%
Michael Shumacher	1	7%
Tiago André	1	7%
<b>TOTAL</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

**Tabela O8:** Dados globais das notícias sobre «Jogadores»

**Fonte:** Elaboração própria

TREINADORES	Quantidade	Percentagem
José Peseiro	2	8%
Rui Vitória	12	50%
Marcel Keizer	1	4%
Mourinho	6	25%
Jorge Jesus	2	8%
Bruno Lage	1	4%
<b>TOTAL</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Tabela O9:** Dados globais das notícias sobre «Treinadores»

**Fonte:** Elaboração própria

PRESIDENTES	Quantidade	Percentagem
Jorge Nuno Pinto da Costa	1	33,3%
Frederico Varandas	1	33,3%
Luís Filipe Vieira	1	33,3%
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100%</b>

**Tabela O10:** Dados globais das notícias sobre «Presidentes»

**Fonte:** Elaboração própria

**ANEXO P – Grelhas de análise da variável «Conteúdo jornalístico»**

CONTEÚDO JORNALÍSTICO	Quantidade	Percentagem
Antevisão	33	40%
Celebração/Prémio	1	1%
Despedimento/Demissão	13	16%
Resumo	14	17%
Transferência	1	1%
Treino	1	1%
Declaração pós-jogo	12	14%
Outros	8	10%
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

**Tabela P1:** Dados globais da variável «Conteúdo jornalístico» das notícias de «Desporto» no *Jornal da Uma*

**Fonte:** Elaboração própria

CONTEÚDO JORNALÍSTICO	Quantidade	Percentagem
Antevisão	14	25%
Celebração/Prémio	5	9%
Despedimento/Demissão	15	27%
Resumo	9	16%
Transferência	1	2%
Treino	1	2%
Declaração pós-jogo	1	2%
Outros	10	18%
<b>TOTAL</b>	<b>56</b>	<b>100%</b>

**Tabela P2:** Dados globais da variável «Conteúdo jornalístico» das notícias de «Desporto» no *Jornal das 8*

**Fonte:** Elaboração própria

CONTEÚDO JORNALÍSTICO	Quantidade	Percentagem
Antevisão	47	34%
Celebração/Prémio	6	4%
Despedimento/Demissão	28	20%
Resumo	23	17%
Transferência	2	1%
Treino	2	1%
Declaração pós-jogo	13	9%
Outros	18	13%
<b>TOTAL</b>	<b>139</b>	<b>100%</b>

**Tabela P3:** Dados globais da variável «Conteúdo jornalístico» das notícias de «Desporto»

**Fonte:** Elaboração própria

