



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

**O AGENDA-SETTING EM AÇÃO:
O PROCESSO DE SELEÇÃO DE NOTÍCIAS DA SIC**

Relatório de Estágio apresentado à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação –
Especialização em *Media* e Jornalismo

Por
Ana Eduarda Marques Mouchet de Castro

Faculdade de Ciências Humanas

Setembro de 2012



UNIVERSIDADE CATÓLICA PORTUGUESA

**O AGENDA-SETTING EM AÇÃO:
O PROCESSO DE SELEÇÃO DE NOTÍCIAS DA SIC**

Relatório de Estágio apresentado à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação –
Especialização em *Media* e Jornalismo

Por
Ana Eduarda Marques Mouchet de Castro

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação do Professor Doutor Eduardo Cintra Torres

Setembro de 2012

RESUMO

O relatório apresentado é o resultado de um estudo de caso proveniente de uma experiência de estágio curricular de seis meses na redação de informação conjunta da SIC e da SIC Notícias. Através de um estudo empírico do seu serviço de planeamento e de marcação de reportagens, pretendeu-se conferir os critérios de valor noticioso empregados no processo da seleção de notícias. Este relatório visa ainda compreender de que forma é realizada a prática do *agenda-setting* nos noticiários da SIC.

Primeiramente, fizemos uma nota introdutória sobre a instituição acolhedora, a SIC, tal como uma breve reflexão sobre o estágio realizado, onde oferecemos um registo pessoal da experiência vivida durante o estágio de seis meses na redação de informação da SIC. Em segundo lugar, a investigação proposta implicou o conhecimento teórico de critérios jornalísticos que funcionam como alicerces da atividade jornalística, tal como a organização de uma redação televisiva, em termos práticos, relativamente à construção e produção de notícias. Por fim, apresentámos a aplicação prática da componente teórica do trabalho ao objeto de investigação do presente estudo de caso. Segue-se a fase da análise de todos os dados empíricos obtidos durante a semana estudada do serviço de agenda e marcação de reportagens da SIC. A partir da informação recolhida, realizámos uma análise comparativa entre os dois serviços com o intuito de apurar a influência do agendamento na prática da seleção de notícias segundo critérios de noticiabilidade, entre outros conceitos abordados na componente teórica do trabalho, tal como a hegemonia de certas categorias temáticas abordadas nos dados recolhidos.

Através do estudo desenvolvido pudemos verificar a existência dos motivos pelos quais a informação televisiva veicula determinadas notícias, os motivos pelos quais determinadas categorias temáticas detêm uma maior preponderância na cobertura de notícias, e ainda a apetência pela cobertura de notícias entre o que já está agendado. Os resultados da investigação comprovam uma forte representação do serviço de agenda nas marcações de reportagens da SIC, ou seja, o *agenda-setting* em ação. Comprovámos ainda a existência de critérios extra-jornalísticos que intervêm durante o processo de seleção e produção de notícias.

Palavras-chave: Notícia; Critérios de Noticiabilidade; Valores-Notícia; Televisão; Telejornal

ABSTRACT

The present report is the result of a case study originating from an experience of a curricular internship program for a period of six months in the television news network, SIC. Through an empirical study of the planning (agenda) and the programming of news reporting within the studied television station, it was intended to confer the news-values and criteria used during the process of news selection. Furthermore, the aim of this investigation is to understand if and how any form of *agenda-setting* is carried out during this news selection process at SIC.

First of all, an introductory note about the institution, SIC, was made, just as a short reflection on the internship carried out, where we offer a personal testimony of the experience lived during six months internship in a television news network. Secondly, in order to achieve the goal of this investigation, the practical application of the theoretical components of the present case study was carried out through an empirical analysis of the data obtained during the week in study from the planning and scheduling of news reporting at SIC. A comparative analysis was carried out between the two segments (planning and programming of news), with the aim of determining the influence of the process of planning and programming in the selection of news stories in terms of newsworthiness and news criteria, just like any other aspects approached in the theoretical component of this report.

In the course of this investigation, we were able to confirm reasons why television news covers certain information, the reasons why certain thematic categories have a greater prevalence in the coverage of news, as well as the appetite for covering what is already scheduled. The results of this investigation show a strong representation of what is in the agenda, that is, what was previously scheduled to report, in the programming of news reporting – namely, the agenda-setting in action. Through this research we were able to give evidence of the existence of imponderable criteria, involved during the process of selecting newsworthiness and the production of news.

Key Words: News; News-Values; Newsworthiness; Criteria; Television

AGRADECIMENTOS

A conclusão deste trabalho final de mestrado marca uma etapa de extrema significância para qualquer estudante que termina, por agora, a vida académica e inicia agora a entusiasmante procura pela carreira na profissão predileta. Embora o relatório elaborado tenha sido, em sua grande maioria, um trabalho individual, considera-se importante de referir aqueles que deram a sua contribuição, de natureza diversa, para que este trabalho fosse possível. É com muita satisfação que deixo aqui o meu agradecimento sincero a todos eles.

Manifesto, em primeiro lugar, o meu profundo agradecimento ao Professor Doutor Eduardo Cintra Torres, orientador deste relatório, por todo o apoio, incentivo, compreensão, e disponibilidade demonstrada, tal como o estímulo e o rigor imposto ao longo de todo o percurso de realização do trabalho.

À Sociedade Independente de Comunicação, SIC, pela concessão da realização do estágio curricular, juntamente com todos os profissionais com quem tive a oportunidade de trabalhar durante o estágio – Em particular, ao Martim Cabral, subdiretor de informação e responsável pelos estágios da redação de informação da SIC, a quem demonstro o meu profundo agradecimento pelo inestimável apoio, acompanhamento e simpatia demonstrada. Foi um privilégio tê-lo conhecido.

Ao David Castro, pelas inúmeras trocas de impressões e reflexões sobre o trabalho ao longo destes meses e, sobretudo, por toda a ajuda dispensada na construção de gráficos e cálculos numéricos apresentados na análise. Acima de tudo, por toda a força, paciência e motivação manifestada, e por tudo o que representa para mim.

À minha família, sobretudo, aos meus pais, pelo apoio incondicional e motivação, tal como toda a paciência e compreensão demonstrada nos momentos de maior *stress* e indisponibilidade minha.

Por fim, a todos os meus amigos e colegas, pelo companheirismo e ânimo demonstrado, sobretudo o apoio prestado ao longo destes últimos meses, aceitando e respeitando a minha ausência.

ÍNDICE GERAL

ÍNDICE DE TABELAS.....	6
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	6
INTRODUÇÃO.....	7
CAPÍTULO I – ESTAGIAR NA SIC.....	10
1. Apresentação da instituição.....	10
1.1. Memória descritiva do estágio.....	12
1.1.1 Agenda.....	12
1.1.2 Madrugadas.....	15
1.1.3 Editoria de desporto.....	16
CAPÍTULO II – IDEOLOGIA DA NOTÍCIA.....	18
2. A notícia.....	18
2.1. O <i>gatekeeping</i>	21
2.2. Os critérios de noticiabilidade.....	23
2.3. Valores-notícia redefinidos.....	28
2.4. O Agendamento de notícias.....	34
CAPÍTULO III – NOTÍCIAS PARA TELEVISÃO.....	39
3. Jornalismo televisivo.....	39
3.1. Notícias em tempo real.....	42
3.2. Poder da imagem.....	45
3.3. Notícias como entretenimento: A “informação-espetáculo”.....	48

CAPÍTULO IV – SELEÇÃO E AGENDAMENTO DE NOTÍCIAS NA SIC.....	52
4. Estudo de caso.....	52
4.1. Objetivos.....	52
4.2. Discussão de resultados.....	55
4.3. Influência do serviço de agenda na SIC.....	56
4.4. Temáticas hegemónicas nas notícias da SIC.....	68
CONCLUSÃO.....	82
BIBLIOGRAFIA.....	89
ANEXOS.....	98
Anexo 1: Colheita de dados.....	99
Anexo 2: Guião para entrevistas aos Coordenadores Editoriais SIC.....	124
Anexo 3: Entrevistas.....	126
Anexo 4: Fórmulas.....	144

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Dados numéricos de acontecimentos agendados e marcados	56
Tabela 2: Tratamento de dados da Agenda e da Marcação de Serviços	57
Tabela 3: Dados numéricos de reportagens realizadas da Marcação de Serviços	62
Tabela 4: Tratamento de dados das reportagens realizadas da Marcações de Serviços	63
Tabela 5: Categorias Temáticas da Agenda.....	68
Tabela 6: Categorias Temáticas na Marcação de Serviços.....	76

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Marcação de Serviços.....	58
Gráfico 2: Marcação de Serviços (média semanal)	59
Gráfico 3: Reportagens realizadas	65
Gráfico 4: Categorias Temáticas da Agenda (valor relativo percentual).....	69
Gráfico 5: Categorias Temáticas na Marcação de Serviços (Valor relativo percentual).....	76

INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio pretende abordar os critérios de valor noticioso na seleção de reportagens, oferecendo um estudo empírico da prática do *agenda-setting* dos noticiários da SIC.

A razão pela qual decidimos abordar este tema deve-se, em primeiro lugar, ao interesse e à curiosidade pessoal pelo meio televisivo e, em particular, ao âmbito do telejornalismo. Justificamos ainda ser esta a razão da escolha de realização de estágio curricular na SIC, acreditando na forte aposta do canal na área da informação e no jornalismo de qualidade. Em segundo lugar, verificamos que, uma vez iniciado o estágio e estabelecida a integração ao ambiente de redação, em particular após o trabalho no serviço de agenda, revelou-se ser evidente o efeito de seletividade e escolha criteriosa ao nível de conteúdos a noticiar. O contacto direto com as rotinas diárias de todo o processo da construção de notícias, desde a seleção à produção, tal como o envolvimento e participação de tais práticas através de tarefas realizadas no decorrer do estágio, resultou no reconhecimento da hipótese do agendamento nos noticiários da SIC.

Assim surgiu a curiosidade pessoal de averiguar a razão pela qual certos acontecimentos ou eventos são eleitos para a produção de uma reportagem noticiosa, enquanto muitos outros são ignorados ou passam despercebidos. O presente projeto de estágio visa questionar quais são os fatores que decidem o valor noticioso de um determinado evento; ou seja, quais são os critérios que definem a escolha da produção de uma reportagem – haverá uma hierarquia de critérios ou será que dependem muito da própria conjuntura (contexto) do próprio dia jornalístico? Quais os temas a que se dá maior importância e porquê? Dada a nossa experiência no serviço de planeamento da SIC, pretendemos ainda investigar a importância do agendamento e a sua influência no funcionamento da redação. Relacionando o tema apresentado ao meio televisivo, propomos averiguar a tendência da produção de noticiários televisivos tomados pela “informação-espetáculo” como resultado de fatores económicos e do aumento da concorrência. Questionamos, portanto, se a televisão e, neste caso, os telejornais, dão mais atenção ao lucro e à captação de audiências através de uma programação baseada na exploração de gostos, emoções e interesses. Estas e outras questões revelaram-se intrínsecas na investigação levada a cabo para o relatório de estágio apresentado.

O estudo de caso aqui apresentado terá como base a análise ao serviço de agenda, secção de planeamento portanto, e à marcação de serviços, ou seja, planeamento de reportagens, da SIC. Optámos por uma recolha de dados recolhidos através das grelhas do serviço de agenda e marcação da SIC durante um período de sete dias – de 30 de abril a 6 de maio 2012 – e por entrevistas compreensivas a profissionais do meio durante a realização do estágio. Os dados recolhidos foram tratados após a realização do estágio através de uma metodologia de análise de conteúdo. A recolha de dados refere-se aos serviços agendados e aos serviços efetivamente marcados como reportagens para cada dia, com a intenção de conferir o efeito do *gatekeeping* na seleção de notícias e a hipótese do agendamento. A apresentação e discussão de dados da presente investigação verifica-se sob a forma de grelhas de análise de modo a facilitar a organização e a condensação da informação obtida. Esse trabalho foi complementado por entrevistas semiestruturadas, mas em profundidade, com profissionais envolvidos na informação da SIC.

Com o intuito de responder às questões apresentadas, a investigação realizada focou-se na abordagem dos conceitos teóricos do *newsmaking*, o *gatekeeping* e a o *agenda-setting*, que procuram apontar os critérios que conduzem a recolha e a seleção de notícias. As teorias aqui apresentadas pretendem explorar as rotinas de práticas jornalísticas e realçar como determinados valores noticiosos desempenham um papel ativo no processo de seleção de notícias.

O presente relatório de estágio será dividido em quatro partes. No “Capítulo I – Estagiar na SIC”, pretendemos, em primeiro lugar, apresentámos uma nota introdutória sobre a instituição acolhedora, a SIC, abordando a sua história, o seu posicionamento no mercado mediático português e os seus produtos e conteúdos. Em segundo lugar, apresentamos a memória descritiva, onde oferecemos um registo pessoal da experiência vivida durante seis meses de estágio na redação de informação da SIC. Será neste subcapítulo que serão abordadas as principais áreas de trabalho desenvolvido, tais como as atividades realizadas durante o processo de estágio, apresentando ainda uma reflexão das mesmas.

Os dois capítulos seguintes correspondem à componente teórica do trabalho desenvolvido. Tendo sobretudo como base as obras de Galtung e Ruge (1965), Nelson Traquina (2007) e Mauro Wolf (1999), o “Capítulo II – Ideologia da Notícia” tratará de três conceitos – o *gatekeeping*, os critérios de noticiabilidade, e a teoria do *agenda-setting* – que correspondem à aplicação prática

do processo de *newsmaking*, ou seja, a seleção e construção de notícias, uma realidade da qual a SIC não é exceção. Uma vez apresentados os conceitos-chave que pretendem entender a ideologia da seleção de notícias, será realizada uma abordagem conceptual do funcionamento dos mesmos em torno do meio televisivo, nomeadamente, dos noticiários.

O “Capítulo III – Notícias para Televisão” aponta as principais implicações associadas à prática do jornalismo televisivo, destacando aspetos como os constrangimentos noticiosos particulares ao meio. O trabalho de Judy McGregor (2002) apresenta-nos à importância da imagem na construção de sentidos e significados e, por sua vez, na construção da notícia. A capacidade de operar em direto e em tempo real é considerada outro fator de relevância nos estudos sobre o meio televisivo. Para esta temática, apoiamo-nos em académicos como Alfredo Vizeu (2002) e Nelson Traquina (2007). Através dos estudos de Nuno Goulart Brandão (2002) e de João Canavilhas (2001), ainda no mesmo capítulo sobre a televisão, abordaremos as implicações do aumento da concorrência, nomeadamente fatores económicos, que impõem a tendência da utilização de novos critérios de noticiabilidade que resultam em notícias que combinam estratégias de entretenimento e de sensacionalismo de modo a estimular audiências.

O quarto e último capítulo apresentará a vertente prática da investigação realizada. No “Capítulo V – Estudo de Caso” serão apresentados os dados empíricos da semana estudada do serviço de agenda e marcação de reportagens da SIC. A esta informação será realizada uma análise comparativa entre os dois serviços com o intuito de apurar a influência do agendamento na prática da seleção de notícias em termos dos critérios de noticiabilidade entre outros conceitos abordados na componente teórica do trabalho, tal como a supremacia de temáticas abordadas nos dados recolhidos. Depois da análise quantitativa, será realizada a prática da metodologia qualitativa através de entrevistas compreensivas com personalidades do meio. Pretendemos usufruir do contacto direto com o objeto de estudo, ou seja, entidades que determinem a seleção das reportagens escolhidas para os noticiários da SIC, de modo a conhecer a opinião destes relativamente à problemática em questão.

CAPÍTULO I – ESTAGIAR NA SIC

1. Apresentação da instituição

De modo a enquadrar o trabalho realizado durante a experiência de estágio curricular na SIC, considera-se necessário oferecer uma breve contextualização da instituição dentro do grupo detentor, o Grupo Impresa, tal como a sua história, o seu posicionamento no mercado mediático português e os seus produtos e conteúdos.

O grupo Impresa é um dos maiores grupos de comunicação social em Portugal e reúne várias participações em vários segmentos na área dos *media*. O grupo Impresa detém atualmente atividades na área da imprensa através de múltiplas publicações de revistas – Activa, Courier Internacional, Autosport, Blitz, Caras, Exame, Telenovelas, TV Mais e Visão – e o jornal Expresso, efetivamente a semente do grupo criada em 1972 e cimentada hoje como uma das referências da sociedade portuguesa. As restantes áreas de atividade do grupo Impresa repartem-se entre: a VASP, empresa dedicada à distribuição de publicações; a produção de eventos; a publicidade; e gestão de imóveis e serviços.

A Sociedade Independente de Comunicação (SIC) é, provavelmente, o elemento mais visível do grupo liderado, até à data, por Francisco Pinto Balsemão. A primeira emissão da SIC arrancou a 6 de Outubro de 1992, o primeiro canal de televisão privada, independente e comercial em Portugal – fechando um ciclo de trinta e cinco anos de monopólio estatal no mercado televisivo português através da RTP.

Com a entrada num novo milénio e com a perspetiva de um mundo em constante evolução, a SIC enfrentou um ciclo de expansão, o que permitiu que a SIC, para além do canal de televisão principal, passasse a incluir também canais temáticos por cabo. Atualmente, a SIC conta com a presença de quatro canais temáticos: SIC Notícias, SIC Radical, SIC Mulher e SIC K. Com o objetivo de chegar à vasta comunidade portuguesa no estrangeiro, e ainda à comunidade de países de língua portuguesa, a SIC criou também o canal SIC Internacional. Ademais, dada a importância de estar na vanguarda das novas tecnologias, surgiu também a sua presença em meios de suporte digital na internet, com a SIC *Online*, estando até mesmo envolvida em multiplataformas no mundo das aplicações para *tablets*, com conteúdos interativos.

Três anos após a sua primeira transmissão, a SIC ultrapassou a RTP nas audiências em maio de 1995. Citando Rogério Santos (Santos, 2004), “o sucesso da SIC deveu-se à existência de uma grelha diversificada de informação, reportagem, documentário, infantis, juvenis, séries, comédias, cinema e entretenimento geral”. A SIC procurou consolidar a sua posição no mercado mediático português através da sua aposta em conteúdos independentes, autónomos e isentos, distintos dos partidários ao aparelho do Estado, destacou a SIC como “a televisão do povo” (*Idem*). O facto de ter a identidade de uma televisão generalista impele que haja, portanto, conteúdos que vão ao encontro da diversidade de telespectadores e as suas necessidades. Relativamente ao perfil de audiências da SIC, o mesmo autor refere que nos seus primeiros anos de vida, a estratificação socioeconómica dos telespectadores da SIC apontava para um público maioritariamente feminino, de pessoas de classe C2 e do grupo etário entre os 4 e os 14 anos de idade.

De acordo com Santos (2004), o historial da SIC enfrentou quatro momentos principais: 1) O autor refere os primeiros dois anos de existência como sendo a sua imposição no mercado através de programas populares de entretenimento, do recurso às telenovelas brasileiras e a aposta na informação no “modelo CNN”; 2) Entre 1995 e 1998 o canal passou a ser líder de audiências fazendo recuar o canal estatal, a RTP, e a estagnar o segundo canal de televisão generalista privado, a TVI; 3) A entrada no novo milénio estimula novos projetos através de canais temáticos por cabo e a produção de conteúdos digitais – contudo, em 2001 a SIC perde a liderança para a TVI que conquista o *prime time* televisivo com as suas apostas na ficção nacional e nos *reality shows*; e por fim, 4) o autor refere o ano em que escreve a sua obra como o início de um período de recuperação para a SIC. Dez anos, encontramos-nos no ano em que a SIC comemora os seus 20 anos de existência, o canal enfrenta agora um processo de reestruturação da própria empresa, altura em que Pedro Norton é escolhido para assumir a presidência executiva do grupo Impresa, substituindo Francisco Pinto Balsemão. Anos sucessivos de maus resultados também levaram o canal a perder a liderança no *ranking* de audiências para a TVI e, conseqüentemente, a cair para o terceiro lugar, pela primeira vez, em 2008 segundo os dados da Marktest (Espadinha, 2008). Observamos que através de uma estrutura renovada e uma nova direção, tanto a nível institucional como a nível de programação, a SIC tem vindo a conseguir subir em audiências, atingindo o segundo o lugar nas audiências já no princípio deste ano (Major, 2012) – procurando, sem dúvida, voltar ao posicionamento de destaque que já ocupou.

1.1. Memória descritiva do estágio

1.1.1. Agenda

O presente subcapítulo urge-nos documentar um pouco, de uma forma geral, a experiência proporcionada em estágio curricular na redação de informação da SIC. Considera-se pertinente, portanto, abordar o percurso vivido na instituição acolhedora, expondo as principais tarefas e atividades realizadas, tal como outros aspetos como a inserção na equipa, as rotinas e conhecimentos adquiridos que foram, posteriormente, empregados e aproveitados para a realização da investigação levada a cabo.

A escolha da realização de um estágio curricular surgiu no final do primeiro ano de mestrado. Perante a possibilidade de optar entre a criação de um projeto, a execução de uma dissertação ou a realização de um estágio, não houve qualquer dúvida quanto à melhor escolha para o nosso caso. Decidimo-nos pelo percurso de um estágio curricular devido à oportunidade de aplicar os conhecimentos adquiridos a nível académico e a possibilidade de descobrir e ampliar as nossas capacidades e novos conhecimentos. Reconhecemos que teríamos através de um estágio a oportunidade de enriquecer o currículo e de adquirir experiência profissional na área idealizada como objetivo de carreira, o jornalismo televisivo. Escolhemos como objetivo pessoal a realização do estágio na SIC, acreditando na forte aposta do canal na área da informação e do jornalismo de qualidade, e aproveitando os dez anos de atividade da SIC Notícias, um canal exclusivamente dedicado à informação.

A experiência no canal começou a 23 de novembro 2011 e teve a duração de seis meses. O estágio está organizado para que, durante o decurso do mesmo, o estagiário tenha a possibilidade de passar por diversos sectores da redação, acumulando experiência e formação em áreas diferentes. Os primeiros dois meses de estágio são realizados na agenda, ou seja, no serviço de planeamento da SIC, ou, em alternativa, no programa “Opinião Pública” da SIC Notícias – No nosso caso foi na agenda que demos início ao estágio.

É na agenda que assistimos ao processo de seleção de acontecimentos a noticiar – é nela que se estabelece o primeiro passo do *gatekeeping*, sendo efetivamente as pessoas que trabalham na agenda, os primeiros “guardiões” que fazem a triagem de acontecimentos a agendar. Durante a nossa passagem pela agenda tivemos a oportunidade de perceber o que pode, ou não, dar notícia

e, assim, adquirir uma capacidade apurada de avaliação e seleção. Foi efetivamente esta primeira experiência na redação de informação da SIC que fomentou o nosso interesse particular pelo tema da investigação levada a cabo, pois pudemos não só avaliar o processo de *gatekeeping* em termos práticos na seleção de informação, como também exercer essas mesmas funções, ganhando experiência na área.

Uma das principais tarefas na agenda passa pelo atendimento de telefonemas de indivíduos que pretendem dar-nos conta de uma determinada situação que consideram ser noticiável. Uma das primeiras coisas que aprendemos logo no início do trabalho na agenda é a aplicação da fórmula de perguntas fulcrais a saber no final de cada telefonema: Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Tentamos, no fundo, averiguar o máximo de pormenores acerca da história que nos é apresentada. Através das respostas a estas questões chegamos à conclusão sobre a importância ou relevância do acontecimento de modo a que o possamos apresentar às chefias responsáveis que de seguida determinam se há ou não interesse por parte da SIC em reportá-lo. Caso o acontecimento se trate de algo mais grave como, por exemplo, um acidente, a pergunta chave é sempre: Quantos feridos/mortos? Muitas vezes nestes casos específicos, e de última hora, exige-se ainda contactar as entidades locais que poderão oferecer mais informações acerca do acontecimento – Bombeiros, INEM, PSP, PJ, etc. A grande maioria dos telefonemas partem, no entanto, de cidadãos aborrecidos com alguma situação em particular como, por exemplo, casos de justiça, situações de desemprego ou de pobreza familiar, casos de saúde, etc. Reconhecemos que, dada a situação político-económica do país neste momento, grande parte dos indivíduos utilizavam os telefonemas como meio de desabafo ou de protesto acerca da sua situação em particular – Apesar de situações destas não chegarem a dar notícia, algumas eram reencaminhadas para programas da SIC de *daytime* que lidavam com situações do género.

Para além dos telefonemas, recebemos na agenda centenas de e-mails por dia. Estes e-mails são primeiramente lidos pelas chefias que, de seguida, fazem a triagem de acontecimentos dignos de serem noticiados e assinalam no programa aqueles que pretendem que sejam agendados. A nossa tarefa aqui enquanto estagiários prende-se ao agendamento de serviços dos e-mails assinalados. Grande parte dos e-mails recebidos são comunicados dos Ministérios, da Assembleia da República – incluindo a agenda do Presidente da República e do Primeiro-Ministro –, das organizações sindicais, das grandes empresas, das agências de espetáculos ou dos clubes de

futebol. Para além de e-mails, são também recebidas cartas de correio e faxes que tendem a ter o mesmo processo acima referido. Outra principal fonte de acontecimentos previstos surge da agência noticiosa Lusa. A agenda da SIC recebe os comunicados da Agência Lusa várias vezes ao dia e é com base nesta lista de acontecimentos que vamos acrescentando aquilo que de mais relevante estava na Lusa e que ainda não tinha chegado à SIC através de outros meios.

Parte da nossa passagem pela agenda ocorreu durante a época de Natal. Algo que vivenciámos foi a queda do número de acontecimentos que nos chegavam à agenda. Efetivamente, o país para durante a semana de Natal – não há reuniões parlamentares nem conselhos de ministros, os tribunais estão fechados e não há futebol. Nesta altura do ano o que há são festas, sejam estas de solidariedade ou pelo puro espírito natalício. Surgem ainda as iniciativas regionais e as tradições locais. No fundo, aquilo que não teria merecido a atenção da SIC em agenda noutra altura do ano passava a ser noticiado efetivamente de modo a encher os noticiários. Recordamos que, nesta altura era-nos dada a oportunidade de tomar iniciativa de investigar e procurar tradições ou histórias diferentes que ocorriam pelo país.

1.1.2 Madrugadas

Uma vez terminado o nosso trabalho na agenda, foi a vez de passar para a primeira semana de trabalho de madrugadas. No início foi-nos apresentado o plano de estágio que nos indicava a inevitável passagem pelas madrugadas durante três semanas, repartidas, ao longo dos seis meses. No entanto, no nosso caso a primeira semana de madrugadas foi repartida em duas partes a pedido de um colega que precisava de fazer uma troca de dias – fazendo com que estivéssemos a fazer madrugadas durante o fim-de-semana de fim-de-ano. Durante as madrugadas trabalhamos da meia-noite até as seis da manhã. O nosso trabalho enquanto estagiário consiste em acompanhar o pivot da SIC Notícias que apresenta os noticiários de hora em hora e ajudá-lo a produzir conteúdos para os mesmos – sejam estes off's, *talking heads* ou até mesmo blocos de imagem. A grande maioria dos conteúdos apresentados durante as madrugadas surgem das agências de notícias internacionais como a Reuters e a Associated Press Television News – Devido à diferença de fuso horário, é durante a madrugada que se recebe, em primeira mão, a situação dos conflitos nos países árabes, das campanhas presidenciais dos EUA, etc.

Ademais, caso sejamos notificados durante a madrugada de algum acontecimento importante a ser noticiado como, por exemplo, um acidente ou um incêndio, durante a madrugada, o estagiário é responsável por sair em reportagem acompanhado pelo repórter de imagem presente. Durante a nossa passagem pelas madrugadas saímos no total de três vezes. A primeira vez foi para cobrir um acidente na IC19 com um camião de congelados que se tinha despistado e atravessado a barreira central, cortando o trânsito nas duas vias. A segunda vez foi para produzir uma reportagem sobre os bares no Bairro Alto que protestavam contra as novas leis de encerramento às duas horas da manhã. Por fim, a terceira saída em reportagem durante a nossa estadia nas madrugadas foi para acompanhar a chegada dos militares portugueses do Afeganistão ao Aeroporto Militar do Figo Maduro.

Foi durante a primeira semana de madrugada que aprendemos pela primeira vez a utilizar os programas de edição e produção de conteúdos. Sendo a madrugada a altura do dia mais calma na redação, acabamos por ter mais autonomia devido ao número reduzido de jornalistas presentes e ter a oportunidade de aprendizagem, dado que uma vez terminada a primeira semana de madrugadas seríamos apresentados uma nova área da redação, uma editoria da nossa escolha.

1.1.3 Editoria de desporto

Dois meses depois de iniciado o estágio, chegou a oportunidade de confrontar a realidade do jornalismo na SIC. Tomamos a decisão de entrar para a editoria de desporto devido ao interesse pessoal na área em questão e ainda por saber que é uma área mais pequena da redação, com uma equipa mais especializada, o que, possivelmente, nos poderia fornecer um melhor acompanhamento e uma melhor formação.

O Jornal de Desporto é um noticiário diariamente transmitido na SIC Notícias três vezes ao dia, que é dedicado ao acompanhamento de notícias relacionadas com o mundo do desporto. A equipa conta com a coordenadora, Elizabete Marques, a produtora, Ana Luísa Fernandes, e os seus restantes jornalistas dedicados a esta área. As primeiras tarefas do estagiário em desporto passam pela elaboração de off's de notícias sugeridas, sobretudo, pela produtora, ou algumas vezes por nós mesmos. Ao longo do decurso da nossa passagem pela editoria de desporto, tornou-se possível sair em reportagem, entrevistar, escrever e produzir as nossas próprias peças noticiosas que iriam passar no ar, editar som e imagens, fazer a locução e até alguns grafismos – essencialmente, passar pelo mesmo processo de trabalho que os restantes jornalistas na área. A relação entre o estagiário e a produtora passa a ser fulcral para todo o processo de aprendizagem e evolução de trabalho jornalístico do estagiário, pois é através dela que obtemos as tão fundamentais críticas construtivas e sugestões que nos permitem o aperfeiçoamento do trabalho em questão – sobretudo a nossa técnica de escrita televisiva que anos de estudos académicos nunca poderiam ensinar.

Durante este tempo algumas práticas passaram a ser rotinas diárias: a leitura de todos os jornais desportivos todas as manhãs à chegada à redação e a visita regular de alguns *sites* dedicados ao desporto ao longo do dia, bem como às agências noticiosas internacionais. O conhecimento da atualidade desportiva era fulcral, tal como a certeza da veracidade de todos os pormenores que noticiamos. Tivemos ainda a possibilidade de sairmos sozinhos em reportagem, acompanhados somente por um repórter de imagem, seja para situações mais comuns, como os treinos de equipas de futebol ou para cobrir as conferências de imprensa antecedentes ou posteriores aos jogos, ou chegadas de clubes ou atletas ao aeroporto de Lisboa e reuniões de conselhos de clubes desportivos ou da liga portuguesa de futebol. O estágio decorreu durante a altura em que

decorriam os jogos da Liga Europa transmitidos pela SIC, o que resultou na oportunidade de cobrir múltiplos acontecimentos dedicados a este campeonato europeu.

Recordamos a passagem pelo jornal de desporto como uma ótima experiência o que no fim resultou na nossa estadia por esta editoria até ao final do estágio em maio de 2012. Acreditamos que o facto de nos mantermos na mesma editoria durante quase quatro meses resultou num melhor processo de aprendizagem e evolução enquanto jornalista estagiário. A oportunidade de crescer na equipa e de ganhar cada vez mais oportunidades e, também responsabilidades, deu-nos a capacidade de dominar situações outrora inatingíveis e a familiarizarmo-nos mais com a área desportiva.

Em modo de conclusão, terminamos esta reflexão referindo que o estágio realizado na redação de informação da SIC foi, de facto, um privilégio e uma experiência incomensurável. O tempo que passámos entre novembro de 2011 e maio de 2012 foram seis meses intensos a, efetivamente, *viver* para a SIC. Tivemos a oportunidade de pela primeira vez por em prática aquilo que sempre nos imaginámos a fazer, a realizar o sonho de querer ser jornalista em televisão. Recordamos que uma das situações mais marcantes foi mesmo a oportunidade de trabalhar junto de alguns dos melhores profissionais na área, os nossos “ídolos” do jornalismo desde a infância. Todos os ensinamentos adquiridos durante este tempo são considerados como fulcrais para o nosso percurso profissional o que nos levou a aproveitar ao máximo o tempo concedido.

CAPÍTULO II – IDEOLOGIA DA NOTÍCIA

2. A notícia

O direito à comunicação domina um dos aspetos vitais da condição humana, daí a importância e a relevância da notícia na sociedade, igualando-se a um direito primário. A notícia desempenha um papel importante de informar e de formar uma empatia social, produzindo histórias de interesse humano e funcionando como um fórum público de incentivação e mobilização pública (Schudson, 1978). Escreve Alfredo Vizeu (2002:1) que “a informação ganha uma dimensão central na vida contemporânea. É um bem público”. São inúmeros os estudos propostos a refletir a notícia, ou melhor, a ideologia da notícia. Mário Erlobato (1991, *apud* Grudzinski, 2009), por exemplo, afirma ser praticamente impossível definir o que é notícia. Segundo Fontcuberta (1993, *apud*, Santos, 2008), a notícia é um conceito flexível e suscetível a mudanças históricas tal como às características da sociedade. A notícia é consistente com o seu presente, ou seja, reflete a atualidade do momento – logo, é um produto momentâneo e perecível. Uma vez que assistimos a um conceito aberto, sendo que a natureza do que é e não é considerado notícia muda ao longo do tempo, a sua definição transforma-se rapidamente numa tarefa complexa.

Miguel Rodrigo Alsina (1993) considera que a notícia é a narração de um facto, seja este um facto verdadeiro ou falso. De acordo com o autor catalão, “a veracidade da notícia é um tema absolutamente questionável. Existem notícias falsas e nem por isso deixam de ser notícias. O conceito de notícia não leva implícito o conceito de verdade” (Alsina, 1993:144). Por outro lado, Martínez Albertos (1977, *apud* Alsina, 1993:144), vê “a notícia [como] um facto verdadeiro, inédito ou atual, de interesse geral, que se comunica a um público”. Apesar de considerar a notícia um facto verdadeiro o autor reconhece que a notícia é uma produção interpretada pelos jornalistas o que leva a uma certa subjetividade (*Idem*). Esta perspetiva vai de encontro com a perspetiva de Herraiz que defende que “a notícia é o que os jornalistas acreditam interessar o público. A notícia, portanto, é o que interesse aos jornalistas” (Herraiz, 1966, *apud* Alsina 1993:181). A questão será, portanto, o que interessa aos jornalistas?

Adriano Rodrigues (1993, *apud* Traquina, 2007) afirma que, para ser notícia, um acontecimento tem de possuir novidade, de anunciar algo de novo, visando que tipo de público este pode atingir e qual é o seu potencial qualitativo e quantitativo de ser notícia. Para ser notícia, o acontecimento

tem de romper a ordem do quotidiano e exibir algo incomum. Clichê ou não, sabemos que o inesperado conquista a manchete de um jornal, enquanto o esperado já não é notícia. Já John B. Bogart em 1918 proferia: “se um cão mordeu um homem, isso não é notícia. Mas se um homem morder um cão, isso é notícia” (O’Brien, 1918:241) – um aforismo do século XIX que na realidade pertence a um conjunto de princípios jornalísticos que continuam presentes até hoje nas redações jornalísticas. Em 1868, Charles A. Dana definiu a notícia como “tudo o que acontece, tudo o que é de interesse humano, e que é de interesse suficiente para prender e absorver a atenção do público ou de alguma parte considerável dele” (Dana, 1868, *apud* O’Brien, 1918:241). Assim sendo, aquilo que é comum e esperado não tende a prender a atenção do público e na realidade considera-se fundamental produzir notícias que interessam aos seus públicos.

De acordo com Alsina (1993:81), “a produção da notícia é um processo que se inicia com um acontecimento” – efetivamente, sem acontecimentos não haveria nada a noticiar e sem notícias estes permaneciam incógnitos. Rodrigues (1993, *apud* Jorge, 2006:3) considera a notícia como “um meta-acontecimento que se debruça sobre outro acontecimento”, ou seja, suscetível de desencadear novos acontecimentos. O acontecimento é transformado em notícia e passa a tratar-se de um produto jornalístico. Como refere Jorge Pedro Sousa, as notícias são:

Artefactos linguísticos que procuram representar determinados aspetos da realidade e que resultam de um processo de construção e fabrico onde interagem, entre outros, diversos fatores de natureza pessoal, social, ideológica, cultural e do meio físico/tecnológico, que são difundidos pelos meios jornalísticos e aportam novidades com sentido compreensível num determinado momento histórico e num determinado meio sociocultural, embora a atribuição última de sentido dependa do consumidor da notícia. (Sousa, 1999)

Enquanto um produto de ficção procura imitar a realidade, um produto de informação *demonstra* a realidade (Montaño, 2002). Argumenta-se portanto, que a notícia funciona como uma representação da realidade e uma interpretação dessa mesma a realidade (Vizeu, 2002). Citando Pierre Bourdieu, Nelson Traquina refere que “os jornalistas partilham estruturas invisíveis, óculos através dos quais veem certas coisas e não veem outras” (Traquina, 2007:17). Mesmo sendo a realidade a base de sustentação do jornalismo, esta realidade é referente a um acontecimento que de seguida é produzido para um discurso jornalístico. O jornalista produz e organiza a narrativa do acontecimento que é transformado em notícia. Sendo a profissão

jornalística vinculada a uma organização, não nos podemos esquecer que é a função da mesma interpretar e adaptar a realidade e mediar aquilo que é, ou não, transmitido como notícia (Vizeu & Mesquita, 2011).

Recordamos, no entanto, que “a notícia é um produto à venda” (Vizeu, 2002:1), ou seja, segue a ordem do mercado. Assim sendo, observamos a notícia como mercadoria que, para torná-la mais atrativa aos seus compradores, a informação “sofre um tratamento que a adapta às normas de generalização, padronização, simplificação e negação do subjetivismo. Em outras palavras, a notícia pertence ao jogo de forças da sociedade” (Henn, 1996:34). Também para Nelson Traquina, a escolha da narrativa do acontecimento “é orientada pela aparência que a realidade assume para o jornalista, pelas convenções que moldam a sua perceção e fornecem o repertório formal para a apresentação dos acontecimentos, pelas instituições e pelas rotinas” (Traquina, 1988, *apud* Bianco, 2004:158).

Considera-se que, como veículo noticioso de utilidade social, qualquer *media* se centra na procura da objetividade, do factual, e da preocupação em retratar a realidade, ou melhor, a veracidade dos acontecimentos. Mesmo que a grande maioria dos jornalistas apontem para a prática imparcialidade durante o seu trabalho, afirmando ser possível noticiar sem opinar ou interferir no seu conteúdo, observamos que, no entanto, a parcialidade jornalística é um facto praticamente certo, dado que a forma como a notícia é abordada dependerá da interpretação do jornalista a produzi-la. O que não deve haver é um distanciamento da verdade. Segundo a “Teoria do Espelho” apresentada por Nelson Traquina (2007), uma das mais antigas ideologias do jornalismo, as notícias são um espelho da realidade. As notícias são como são porque a realidade assim as determina. Dentro desta ideologia, o papel do jornalista centra-se na observação dos acontecimentos com a missão de informar, procurar a verdade, e relatar com honestidade e equilíbrio o que acontece (*Idem*). Na prática, o processo de produção da notícia contraria esta definição ideológica pré-estabelecida. Fenómenos como a narrativa, a interpretação, a representação, a manipulação e a produção representam o dia-a-dia da prática jornalística o que faz com que seja difícil de existir um consenso sobre o conceito da verdade. Consideramos ser o discurso utilizado na narrativa de uma notícia que molda o sentido da verdade, ou seja, o sentido da verdade do acontecimento que está a ser relatado.

Similarmente, tal como sugerido anteriormente, a notícia é de uma construção e não uma descrição imparcial ou um reflexo rigoroso da realidade tal como sugerido pela Teoria do Espelho. Considera-se que esta perspetiva, dominante entre as décadas de 1950 e 1960, não acompanhou a evolução dos estudos mais recentes do jornalismo pois, tal como verificaremos através do trabalho realizado, o trabalho do jornalista não se limita à mera seleção de factos ou um passivo *gatekeeper* da redação. Na realidade o jornalista moderno tem um papel muito mais ativo e participante na produção noticiosa. Adotamos, assim, a definição de Nelson Traquina (2007) em que notícias são o “resultado de processos complexos de interação social entre agentes sociais: os jornalistas e as fontes de informação; os jornalistas e a sociedade; os membros da comunidade profissional, dentro e fora da sua organização” (*Idem*, 2007:99).

2.1. O *gatekeeping*

Para chegar a ser notícia um acontecimento passa por um processo de seleção, atravessar diversas etapas, até ser divulgado como notícia por um meio noticioso. Os estudos sobre a produção de notícias (*newsmaking*) centram-se no processo de produção dos meios de comunicação e englobam entre outras teorias, as hipóteses do “porteiro” (*gatekeeping*) e a filtragem na seleção de notícias. Considera-se importante destacar que todo o material recebido numa redação jornalística é analisado por diferentes jornalistas que possuem interpretações e contextos pessoais diferentes, logo, levanta-se, portanto, a possibilidade de serem atribuídos juízos de valor, de serem rejeitados conteúdos ou mesmo de serem omitidos factos. Segundo Mauro Wolf (1999), o jornalista atua como editor e é responsável pelo formato e discurso atribuído à notícia, bem como o destaque da mesma. O jornalista “fabrica a realidade” ao distinguir os factos dos acontecimentos enquanto o editor funciona como um porteiro (*gatekeeper*) ao selecionar o que será noticiado (Wolf, 1999).

Sendo os meios de comunicação dotados de um espaço limitado – o número de páginas disponíveis num jornal ou o tempo de transmissão na rádio ou na televisão – o processo do *newsmaking* e, sobretudo, o proveito do *gatekeeping* é fundamental. Durante todo o processo jornalístico – desde a recolha à divulgação da notícia – é necessário haver uma estratégia permanente através de dispositivos que controlem o que passa pelo “portão” da redação e que selecionem os acontecimentos que são de interesse público a transmitir (Bruns, 2003).

O termo *gatekeeper* foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin num artigo publicado em 1947. O psicólogo alemão conduziu um estudo em que, observando os hábitos alimentares de várias famílias, pôde presenciar a função de donas de casa como “porteiras”, ou seja, “*gatekeepers*” que controlam a seleção e a decisão dos alimentos que são comprados e levados para casa (Wolf, 1999). Embora esta teoria tenha sido originalmente aplicada a escolhas alimentares domésticas, Lewin acrescentou que o processo de *gating* “sucede não só com os canais de alimentação, mas também com a sequência de uma informação dada através dos canais comunicativos, num grupo” (Lewin, 1947; *apud* Wolf, 1999:78).

David Manning White foi o primeiro a adaptar este conceito ao jornalismo, em 1950. Neste caso, o *gatekeeping* funciona essencialmente como uma forma de controlo de informação. Quando falamos de controlo não falamos de censura, falamos sim de um conjunto de valores ideológicos, sociais, políticos e organizacionais da própria organização de *media* – uma rotina de produção na qual a informação indesejada, sensível ou possivelmente controversa, é removida pelo *gatekeeper* que atua na seleção daquilo que será ou não notícia. Segundo Nelson Traquina,

Nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, ‘portões’ que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não. (Traquina, 2007:77)

White (1950) distinguiu o processo de seleção em jornais impressos e anotou os motivos que levaram a rejeitar as notícias – a conclusão foi que o processo de seleção é pessoal e arbitrário sendo muitas vezes as decisões dos jornalistas, que atuam como *gatekeepers*, subjetivas e resultantes de juízos de valor fundamentados nas suas experiências pessoais (Traquina, 2007). Esta conceção também reflete a teoria de “ação pessoal” de Michael Schudson (1989, *apud* Traquina, 2007) em que as notícias são compreendidas como um produto das pessoas e das suas intenções.

Recordamos que a teoria do *gatekeeper* identificada por White (1950) surgiu na década de 1950 e que se baseava apenas na análise de notícias a partir de quem as produz, ou seja a partir do jornalista. Desde essa altura que tem havido um crescente interesse em compreender como os jornalistas e as organizações de *media* decidem o que é notícia. Isto porque na “seleção e no filtro das notícias, as normas ocupacionais, profissionais e organizacionais parecem mais fortes

do que as preferências pessoais” (Wolf, 1999:121). Mais tarde, estudos posteriores chegaram à conclusão que as escolhas do *gatekeeper* estavam mais influenciadas por critérios profissionais relacionados com as rotinas de produção e à eficiência e rapidez do *newsmaking* do que por uma avaliação individual (McCombs & Shaw, 1972). Gieber (1956, *apud* Wolf, 1999) ainda concluiu que a estrutura burocrática da organização de *media* é igualmente um fator predominante no processo de seleção de notícias. As decisões do *gatekeeper* muitas vezes até se sobrepõem às decisões pessoais e são realizadas tendo em conta um conjunto de valores e critérios tanto profissionais como organizacionais (Robinson, 1981, *apud* Wolf, 1999).

Dentro da mesma perspetiva, também Traquina (2007) assinalou as diferenças do processo de elaboração e produção de notícias do jornalismo moderno, no qual “a nova fase dos estudos noticiosos alargou o âmbito das suas preocupações do nível do indivíduo ao nível da organização, relativamente à comunidade profissional” (Traquina, 2007:88). Nesta “nova fase” do jornalismo, a relação entre o jornalismo e a sociedade adota uma dimensão central – principalmente devido às implicações políticas e sociais da atividade jornalística, tal como o papel social que têm as notícias e a capacidade destas corresponderem às expetativas socio-democráticas enquanto “Quarto Poder” (*Idem*, 2007).

2.2. Os critérios de noticiabilidade

Nem todos os acontecimentos são passíveis de se transformarem em notícias. Somente aqueles que respondem a uma série de critérios, aqueles que recebem o seu carimbo de *valor-notícia* e que se encaixam nos interesses específicos dos jornalistas ou das instituições noticiosas é que recebem a sua “luz verde” de aprovação. Referimos anteriormente que a narrativa jornalística, ou seja, a notícia, destina-se a ser consumida por um público e, um acontecimento, para se converter em notícia, precisa de se adequar a determinados critérios de noticiabilidade próprios da produção jornalística. Os critérios de noticiabilidade são uma escala de valores que permite analisar a potencialidade de um acontecimento se transformar ou não em notícia (Canavilhas, 2001). O termo “noticiabilidade” foi definido por Mauro Wolf como:

O conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias. (Wolf, 1999:92)

Um acontecimento só será noticiado caso este englobe os critérios de apreciação por parte da organização de *media* em causa. Critérios, estes, que, sobretudo, “determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo, desde a utilização das fontes até à seleção dos acontecimentos e às modalidades de confeção, e contribuem para precaver contra as críticas do público” (Wolf, 1999:91). Dado que o acontecimento é sujeito a “valores-notícia” de modo a que seja noticiado, depreendemos que a clássica asserção de que a notícia espelha a realidade poderá já não refletir a essência da atual produção jornalística. Esta noção é adotada por Altheide:

As notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal. Este assunto raramente é explicado, visto que parte do *modus operandi* dos jornalistas é que as coisas acontecem lá fora e eles limitam-se simplesmente a relatá-las. Afirmar que fazem ou selecionam arbitrariamente as notícias seria contrário à sua posição epistemológica, uma teoria do conhecimento implícita, construída a partir de procedimentos práticos para resolver exigências organizativas. (Altheide, 1976, *apud* Wolf, 1999:92)

Sabendo que a natureza do assunto de qualquer notícia é extremamente instável, variável e impossível de precaver, os critérios de noticiabilidade funcionam como uma forma de rotinização na prática de produção jornalística (Tuchman, 1973, *apud* Wolf, 1999). Assim, durante o processo de seleção de acontecimentos, ou seja, de potenciais notícias, os critérios de noticiabilidade funcionam como um guia ou um modelo que ajuda os jornalistas a classificar aquilo que é noticiável, ou não, de forma rápida e eficaz. De qualquer forma, muitas vezes, esta prática jornalística já se torna uma rotina quase automática e inconsciente para os jornalistas.

Os “valores-notícia” surgem como uma componente da noticiabilidade e funcionam de forma complementar durante o processo de produção de notícias na recolha, a seleção, elaboração e divulgação da informação (Wolf, 1999; Bianco, 2004). De modo a calcular a potencialidade de algo a ser transformado em notícia, os *media* e os seus profissionais avaliam o acontecimento através de um inventário de características ou qualidades noticiosas (Hohlfeldt, 1997). Resumindo, os “valores-notícia” pretendem responder à seguinte questão: Que acontecimentos são suscetíveis de originar notícia?

O objetivo destas qualidades noticiosas é, fundamentalmente, estabelecer as características essenciais que um acontecimento deve de possuir. Segundo Traquina (2007), o acontecimento necessita de ser suficientemente interessante, expressivo e importante para ser noticiado. Wolf (1999:87) afirma que os valores-notícia derivam dos seguintes pressupostos: a) do seu conteúdo;

b) disponibilidade do material e aos critérios relativos ao produto informativo; c) público; d) concorrência.

Os valores-notícia operam de forma interdependente, ou seja, a utilização de um critério não visa a não utilização de outro. Durante o processo de produção de notícias podem surgir inúmeros acontecimentos que abrangem mais do que um só critério noticioso. No entanto, de modo a otimizar a rotinização da produção jornalística, estes critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, flexíveis para poderem adaptar-se à vasta quantidade e diversidade de acontecimentos que surgem todos os dias e devem ser facilmente racionalizados (Wolf, 1999). Essencialmente, os “critérios são orientados para a eficiência, de forma a garantirem o necessário reabastecimento de notícias adequadas, com o mínimo dispêndio de tempo, esforço e dinheiro” (*Idem*:86).

Os valores-notícia têm caráter dinâmico e mutável, adaptam-se ao tempo, às gerações, e ao contexto histórico-social. Contudo, tal como observado por Mitchell Stephens (1988), subsiste uma certa homogeneidade na cultura dos valores-notícia em que determinadas “qualidades duradouras” de notícias prevalecem. Estas são o extraordinário, o insólito (como é a história do “homem-que-mordeu-o-cão”), o atual, o ilegal, a guerra, a catástrofe e a morte. Diz Stephens:

É surpreendente que a essência das notícias pareça ter mudado tão pouco? A que outros assuntos se poderiam as notícias ter dedicado? Podemos imaginar um sistema de notícias que desdenhasse o insólito em favor do típico, que ignorasse o proeminente, que dedicasse tanta atenção ao datado como ao atual, ao legal como ao ilegal, à paz como à guerra, ao bem-estar como à calamidade e à morte? (Stephens, 1988; *apud* Traquina, 2007:178)

Em 1965, Johan Galtung e Marie Holmboe Ruge centraram-se nos estudos dos critérios do processo de *gatekeeping* e estabeleceram o primeiro conjunto de valores-notícia que influenciam o fluxo de notícias. Segundo estes teóricos, um acontecimento terá maior probabilidade de ser noticiado quanto maior for o número de fatores que congregar. Galtung e Ruge (1965) enumeraram uma lista de doze valores-notícia que chamam a atenção dos jornalistas e explicam porque é que determinados acontecimentos são selecionados a serem noticiados. São eles:

Frequência – Trata da duração do acontecimento, ao tempo necessário para o acontecimento adquirir significado. Citando Galtung e Ruge (1965, *apud* Wolf, 1999:92), “a frequência de um acontecimento refere-se ao lapso de tempo necessário para que esse acontecimento tome forma e adquira significado.” A suposição é que quanto mais um

tipo de acontecimento se repetir, e se assemelhar à frequência do meio de informação, maior é a probabilidade de ser relatado como notícia.

Amplitude do acontecimento – Um evento com uma maior dimensão ou intensidade terá uma maior probabilidade de ser noticiado. Explicam Galtung e Ruge (1965:66) que a amplitude é “um limiar que o acontecimento terá de ultrapassar antes de ser registado”. Falamos portanto da magnitude do acontecimento – para os teóricos, existe um limiar que o acontecimento terá de ultrapassar antes de ser registado como notícia.

Clareza – A interpretação do evento necessita de ser compreensível e de preferência sem ambiguidades. A informação que passa naquilo que está a ser noticiado necessita ser acessível e de fácil compreensão ao público, ou seja, que não suscite dúvidas quanto ao seu assunto.

Significância – Este valor-notícia refere-se à proximidade cultural entre o acontecimento e o recetor. Galtung e Ruge (1965) explicam esta característica dizendo que “aquele que procura o acontecimento dará particular atenção ao familiar, ao semelhante culturalmente, enquanto o distante culturalmente passará de modo mais fácil e não será notado” (Galtung e Ruge 1965:67). Os autores falam também da ‘relevância’ de um acontecimento, observando que mesmo algo que acontece num local culturalmente distante poderá ser notícia desde que tenha relevância para o recetor.

Consonância – A inserção de novidades num contexto ou numa história já conhecida facilita a compreensão pelo público. De acordo com Galtung e Ruge (1965:67), a consonância faz com que “uma pessoa [antecipe] que algo acontecerá e isto cria uma matriz mental para maior facilidade na receção e no registro do acontecimento caso este finalmente tenha lugar.”

Inesperado – Os acontecimentos que surpreendem, que são inesperados ou raros, têm maior probabilidade de serem noticiados. Podemos considerar esta característica inerente à definição de “notícia”, ou seja, a novidade, o inesperado, fora das normas – voltamos,

portanto, ao aforismo citado por John B. Bogart em 1918 do “homem-que-morde-o-cão”. Para os autores, “o que é regular e institucionalizado, contínuo e repetitivo em intervalos relativamente pequenos, não atrai praticamente muita atenção” (Galtung e Ruge, 1965:67).

Continuidade – Uma vez que um acontecimento recebe cobertura jornalística, muitas vezes é feita um acompanhamento da notícia, possivelmente abordando outros ângulos da notícia. A continuidade de uma notícia funciona até que outras notícias mais importantes ou mais atuais a substituam. Sobre a continuidade da notícia, Nelson Traquina sugere que “logo que algum acontecimento ou assunto [...] seja definido como ‘notícia’, então continuará a ser definido como notícia durante algum tempo, mesmo que a amplitude seja drasticamente reduzida” (*apud* Rodrigues, 2006:66).

Composição – A categoria temática a que o acontecimento pertence, sendo esta a economia, política, cultura, desporto, etc., contribui para o equilíbrio do espaço noticioso. Os acontecimentos escolhidos para terem cobertura noticiosa procuram contribuir para um todo equilibrado de temáticas.

Referência a “Nações Elite” – Países com uma maior expressão política e económica terão maior destaque. Segundo Galtung e Ruge (1965), aquelas nações que estão mais culturalmente próximas do país em que é feita a cobertura jornalística recebem a maioria da atenção e da cobertura.

Referência a “Pessoas Elite” – Aqui refere-se à proeminência do ator envolvido no acontecimento. As pessoas mais influentes e famosas recebem maior cobertura.

Traquina fala destes dois últimos valores-notícia (Nações/Pessoas Elite) como sendo interligados, o autor afirma que “as ações da elite são, pelo menos geralmente na perspectiva a curto prazo, mais importantes do que as atividades dos outros: e isto aplica-se tanto às nações como às pessoas” (Traquina, 2007:181).

Personificação – Eventos que retratem ações de indivíduos atraem um maior interesse humano. Quanto mais o acontecimento valorizar as pessoas envolvidas, protagonizar um sujeito ou uma coletividade, maior será o interesse do público, que pode identificar-se com maior facilidade.

Negatividade – Este critério traduz-se na máxima “*good news is bad news*”, ou seja, as más notícias dão boas notícias. Galtung e Ruge (1965) apontam alguns fundamentos que explicam a importância desde valor-notícia: As notícias negativas satisfazem os fatores de frequência e atualidade, permitem um maior consenso na sua interpretação, logo, são pouco ambíguas, são mais consonantes e são inesperadas e imprevisíveis.

2.3. Valores-notícia redefinidos

O estudo sobre os critérios de seleção de notícias que orientam a produção jornalística não acabou aqui. Mais tarde, vários académicos debruçaram-se sobre esta problemática (Wolf, 1999; Traquina, 2009; Vizeu, 2002; McGregor, 2002). Em 1987 o italiano Mauro Wolf estabeleceu a distinção entre os critérios relativos à substância da notícia, que o autor intitula de “critérios substantivos”, e os critérios relativos ao produto, denominados “critérios contextuais”. Sobre os critérios substantivos, Wolf revela que estes “se articulam, essencialmente, em dois fatores: a importância e o interesse da notícia” (Wolf, 1999:88). Para este autor, a importância da notícia é determinada através de quatro critérios: o grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento, o impacto sobre a sociedade e sobre o interesse nacional, a quantidade de pessoas envolvidas no acontecimento, e a relevância e significância do acontecimento.

Tendo em conta a classificação de Wolf (1999), Nelson Traquina (2007) elaborou posteriormente uma nova lista de valores-notícia substantivos, que são os seguintes:

Morte – A morte não só representa o critério de “negatividade” já elaborado por Galtung e Ruge (1965), mas também tem vasta “significância” pois envolve elementos do íntimo do ser humano. Como dizia Morin (2005 *apud* Negrini, 2010:5-6), “na morte encontram-se, chocam-se, ligam-se o espírito, a consciência, a racionalidade e o mito”. Para Traquina (2007:187) o elemento da

morte é fundamental para o jornalismo, e assegura que “onde há morte, há jornalistas”. Escreve Traquina que

A morte é um valor-notícia fundamental para essa comunidade interpretativa, e uma razão que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou nos ecrãs da televisão. No seu estudo antropológico dos correspondentes de guerra em El Salvador, Mark Pedeltyouve faz um fotojornalista explicar o tipo de fotos que a hierarquia do jornal quer: – Assassinatos, bombardeamentos, funerais, e conferências de imprensa. Aquilo que combina com as melhores ‘estórias’. (Traquina, 2007:187)

Notoriedade – Aqui o autor refere-se àquilo que Galtung e Ruge (1965) denominavam de “Elite”, ou seja, a notoriedade dos indivíduos envolvidos no acontecimento registado dá maior destaque à notícia. Traquina explica que “o nome e a posição da pessoa são importantes como fator de noticiabilidade. O que o Presidente da República faz é importante, porque o Presidente da República é importante” (Traquina, 2007:188).

Proximidade – Quanto mais próximo for o acontecimento em destaque, “sobretudo em termos geográficos, mas também em termos culturais”, maior é a possibilidade deste ser selecionado como notícia (Traquina, 2007:188). Este valor-notícia é também considerado por Wolf (1999), que fala da correlação entre a afinidade cultural e a distância. O autor refere a “lei de McLurg” como um modo de codificação prática da noticiabilidade entre o número de pessoas envolvidas no acontecimento (neste caso falamos de desastres) versus a proximidade geográfica do mesmo. Dita esta lei que “um europeu equivale a 28 chineses, 2 mineiros galeses equivalem a 100 paquistaneses” (Wolf, 1999:89).

Relevância – Traquina (2007) refere-se aqui ao sentido dado ao acontecimento através da notícia. O acontecimento deve ser algo relevante para o público, ou melhor, deve ter impacto no público. Diz o autor que “este valor-notícia responde à preocupação de informar o público dos acontecimentos que são importantes, porque têm impacto sobre a vida das pessoas” (Traquina, 2007:189).

Novidade – Segundo Traquina (2007), os jornalistas centram-se na procura do que há de novo, de captar a atualidade pois é isso que capta a atenção do público. Escreve Van Dijk (1990, *apud* Franciscato, 2003:43) que “é fundamental o requisito de que a notícia deve tratar sobre novos acontecimentos. Os leitores não devem receber uma informação que já conhecem.”

Tempo – A temporalidade da notícia transmitida vai de encontro com o critério de novidade acima referido. A atualidade serve como um dos alicerces da rotinização da produção jornalística (Franciscato, 2003). Ademais, Traquina (2007) destaca que a notícia pode servir de “*news peg*”, ou seja, uma notícia pode ser pendurada num “cabide” para mais tarde ser utilizada em outra matéria. Exemplificando, uma notícia transmitida hoje poderá ser colocada num “*news peg*” até um dia mais tarde vir a ser utilizada para dar um novo enfoque a uma nova reportagem que aborde o mesmo assunto. O autor português fala também da efeméride – o lembrar o público de determinadas datas como, por exemplo, aniversários, funciona como novos “cabides” de recordação “para justificar falar do assunto, ou seja, tornam atual constituir esse acontecimento ou tema em assunto com valor-notícia” (Traquina, 2007:190). A terceira forma identificada do fator tempo é a continuidade – uma vez que um assunto ganha noticiabilidade, este “permanece como assunto com valor-notícia durante um tempo mais dilatado” (Traquina, 2007:190).

Notabilidade – Este elemento de noticiabilidade diz respeito à qualidade de ser visível ou tangível. Traquina evidencia que o campo jornalístico se centra na cobertura de acontecimentos e não de problemáticas, pois as problemáticas exigem poder de resposta, exige uma maior elaboração de cobertura de algo “não definido no espaço nem no tempo” (Traquina, 2007:191). Por outro lado, os acontecimentos não são invisíveis, são tangíveis pois “estão concretamente enleados na ‘teia da facticidade’, ou seja, os ‘quem? o quê? quando? onde? como? porquê?’ do tradicional *lead* noticioso” (Traquina, 2007:191). Outros registos de notabilidade distinguidos por Traquina (2007) são: 1) Quantidade – A tese dita que quanto mais pessoas estiverem inseridas num acontecimento, maior será a possibilidade deste transformar-se em notícia; 2) Insólito – Acontecimentos extraordinários que fogem à norma; 3) Falha – Acontecimentos que resultam de algum “defeito” como é o caso de acidentes de viação; 4) Excesso/Escassez – Funciona em função de uma norma ou padrão relativamente ao registo (notabilidade) dado ao acontecimento ou à notícia.

Inesperado – Traquina (2007) intitula aqueles acontecimentos que surpreendem e excedem as expectativas dos jornalistas como “mega-acontecimentos”. Estes são acontecimentos que rompem com a rotina jornalística e causam caos na sala da redação, como é exemplificado pelo autor no caso do 11 de setembro de 2001.

Conflito / Controvérsia – A presença de violência física ou simbólica, por exemplo, demonstra mais uma vez a noticiabilidade e espetacularidade da rotura da norma que chama a atenção do público. Associa-se a este critério a infração – a violação ou transgressão das regras. Traquina evidencia a importância do crime como notícia pois “o crime é percebido como um fenómeno permanente e recorrente, e, assim, grande parte dele é observado pelos *media* noticiosos de forma igualmente rotinizada” (Traquina, 2007:193).

Segundo Traquina, os critérios substantivos acima referidos requerem “um pressuposto sobre a natureza consensual da sociedade” (Traquina, 2007:193). Os jornalistas necessitam de ter a noção da estrutura da sociedade, do seu contexto, do seu funcionamento e pensamento.

Para além dos “critérios substantivos”, Mauro Wolf (1999) estabeleceu os “critérios contextuais” que não estão relacionados às características do acontecimento mas sim ao processo de produção da notícia. Mais uma vez, tendo em conta a distinção de Wolf (199), Nelson Traquina (2009) elaborou a seguinte lista de critérios contextuais:

Disponibilidade – Atendendo aos meios que a cobertura jornalística exige, considera-se fundamental identificar a facilidade ou as limitações de cobrir o acontecimento. Todas as empresas de meios de comunicação têm recursos limitados, logo, exige-se justificar o dispêndio dado a cada cobertura. Tal como referido por Traquina, “não é possível ir a todas, isto é, cobrir todos os acontecimentos com o envio de um jornalista” (Traquina, 2007:196).

Equilíbrio – Trata-se de uma questão de repetição e de temporalidade. Caso um acontecimento já tenha sido divulgado numa vasta quantidade de notícias recentes, este talvez já não tenha grande valor noticioso.

Visualidade – Elementos visuais que tenham impacto no público fazem com que um acontecimento tenha um maior valor-notícia, particularmente no jornalismo televisivo em que a imagem é um fator crucial. Traquina afirma que “a existência de boas imagens, bom material visual, pode ser determinante na seleção do acontecimento como notícia” (Traquina, 2007:197).

Concorrência – Segundo Traquina o fator da concorrência é um fator de peso, pois “as empresas jornalísticas não funcionam no vazio; têm concorrentes” (Traquina, 2007:197). Este fator altera essencialmente a visão do que é considerado notícia. A incessante procura do *scoop* ou “furo”

jornalístico, a procura pela exclusividade, o que reflete o fenómeno identificado como “*pack journalism*”, ou seja, a tendência dos jornalistas andarem em grupo, de funcionarem como uma comunidade (Traquina, 2007).

Dia Noticioso – Traquina explica que “cada dia jornalístico é um novo dia” (Traquina, 2007:198), ou seja, há dias em que surgem mais acontecimentos e outros que são mais pobres em acontecimentos marcantes ou menos importantes.

Sabemos que o dia-a-dia do mundo jornalístico é instável. Pode acontecer um “mega acontecimento” num dia em que já estavam agendados outros acontecimentos importantes a serem reportados, e é aqui que se distingue o jogo do jornalismo – será que cobrimos o “mega acontecimento” e deixamos para trás os outros já agendados ou continuamos com o que tínhamos e somos esmagados pela concorrência que cobre o “mega acontecimento”? A resposta está na utilização dos valores-notícia de seleção, “trata-se de jogadas numa partida constante de xadrez jornalístico” (Traquina, 2007:198).

A última etapa do processo de seleção de notícias é distinguida por Mauro Wolf (1999) como tendo duas condicionantes – 1) os critérios relativos ao meio de comunicação e; 2) os critérios relativos ao público-alvo. Relativamente aos critérios relativos ao meio, Wolf (1999) destaca a necessidade de adequar a informação, ou melhor, a notícia adquirida, à constituição do meio de comunicação e à frequência a que é distribuída ou difundida a informação – por exemplo, ter em conta se o jornal impresso é diário ou semanal, no caso da rádio as notícias que são relatadas de hora a hora e, por fim, no caso da televisão trata-se do horário a que é transmitido o noticiário. No âmbito deste critério Wolf (1999) engloba ainda a possibilidade da visualidade do acontecimento via televisão e ainda o espaço e tempo disponível para a inserção da notícia. Os critérios relativos ao público são essencialmente fundados na composição do público ou audiência do meio de comunicação.

Nelson Traquina (2007) escreve também sobre estes fatores e destaca o primeiro critério como sendo a “simplificação”. Este valor-notícia relaciona-se com a necessidade de produzir notícias desprovidas de ambiguidades ou de complexidades, que sejam de fácil compreensão para o público. De seguida, outro valor-notícia é a “amplificação”, um critério que também já tinha sido referido por Galtung e Ruge (1965) que corresponde à dimensão do acontecimento (ou das

consequências do acontecimento), quanto maior for maior será também a possibilidade deste ser noticiado. Ademais, o critério de “relevância” advém da lógica de “quanto mais sentido a notícia dá ao acontecimento” (Traquina, 2007:199), ou seja, a notícia tem de demonstrar que tem significado, importância ou impacto perante o público. A “personalização” é outro critério referido como fundamental no discurso jornalístico – o acontecimento necessita de ser personalizado e o público precisa de se identificar com ele (*Idem*). De seguida temos o valor-notícia denominado por “dramatização” que corresponde ao lado emocional do público, ou melhor, ao sensacionalismo da notícia. Por fim, Traquina (2007) identifica a “consonância” como o último critério de construção. Este valor-notícia advém da narrativa da notícia que necessita de ser interpretada num contexto conhecido de modo a corresponder às expectativas do público (*Idem*).

No fundo, Nelson Traquina veio sintetizar e complementar as proposições de Galtung e Ruge (1965) com as de Mauro Wolf (1999) – empregando os doze valores-notícia elaborados originalmente por Galtung e Ruge (1965) juntamente com a categorização de Wolf (1999) entre valores-notícia de seleção e valores-notícia de construção, de forma metódica e atualizada ao contexto contemporâneo. Podemos observar que a teoria subjacente dos autores acima referidos considera que os critérios de noticiabilidade são dinâmicos no tempo e, sobretudo, que a validade de um acontecimento advém dos indivíduos envolvidos no acontecimento em causa e a relevância deste mesmo acontecimento para com o público-alvo do meio noticioso.

2.4. O agendamento de notícias

Presenciamos atualmente uma época em que os *media*, nomeadamente os meios de comunicação de massa, têm vindo a crescer a um ritmo exponencial. Os avanços da tecnologia trouxeram, não só uma multiplicidade de novos meios de comunicação, particularmente os meios digitais, mas também desenvolveram o progresso dos meios tradicionais que se viram obrigados a redefinir as suas estruturas, sobretudo a televisão. Assistimos a um aumento quantitativo do consumo de televisão durante as últimas décadas, à medida que as estações televisivas foram acompanhando a evolução tecnológica através do aumento do número de canais e plataformas. Relativamente aos noticiários televisivos, considera-se que o volume de notícias veiculadas diariamente tal como o progresso na qualidade técnica e editorial das mesmas, reflete o papel importante que as notícias televisivas têm na formação de opinião pública.

Como já tivemos a oportunidade de observar, o *gatekeeping* seleciona os acontecimentos que podem ser registados como notícias, através de um vasto leque de variáveis. Vimos ainda que a organização jornalística funciona dentro de um ciclo temporal no qual o próprio “dia noticioso” impõe restrições à natureza das notícias (Traquina, 2007). Grande parte da atividade de produção noticiosa é planeada antes do dia da cobertura do acontecimento – é aqui que entra o trabalho de agenda, ou por outras palavras, o planeamento que identifica acontecimentos (notícias) futuros. Este planeamento surge, portanto, como uma “tentativa de impor ordem ao (possível) caos provocado pela imprevisibilidade de (alguns) acontecimentos” (Traquina, 2007:149).

Observámos ainda que apesar de se alterarem ao longo do tempo, os critérios jornalísticos de seleção de notícias, estes mantêm sempre a sua essência. O facto de haver critérios de noticiabilidade que pesam no processo de seleção de notícias promove a determinação de temas a obterem destaque e a serem discutidos pelos *media*. Perante este panorama, académicos de comunicação social dedicam-se ao estudo dos *media* no processo de produção de notícias, tal como a sua influência na construção de opinião pública e a formação de uma agenda mediática de discussão pública. A teoria do *agenda-setting*, ou melhor, a teoria do agendamento, refere-se precisamente à capacidade dos *media* em influenciar os temas que são de objeto de debate pública (Sousa, 2008).

Apesar de o termo “*agenda-setting*” ter sido cunhado pelos teóricos Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972) num estudo desenvolvido na década de 70, diversos académicos já tinham levantado a hipótese do agendamento em publicações antecedentes (Lippmann, 1922; Cohen, 1963). Em 1963 Bernard Cohen estabeleceu a seguinte asserção:

A imprensa pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre o que pensar. (Cohen, 1963, *apud* McCombs & Shaw, 1972:177)

Posteriormente, em 1972 McCombs e Shaw realizaram o seu estudo empírico “*The Agenda-Setting Function of the Mass Media*” com o objetivo de comprovarem o impacto do agendamento dos *media* durante a campanha presidencial norte-americana de 1968. Os teóricos analisaram os conteúdos da televisão e da imprensa na apresentação de notícias a respeito da política e os candidatos e de seguida realizaram uma sondagem para avaliar a relação entre os temas cobertos pelos meios de comunicação e os temas abordados pelas pessoas (McCombs & Shaw, 1972). Os autores foram mais longe do que Cohen (1963) e concluíram que os *media*, “pela apresentação de notícias, acabam por determinar os assuntos sobre os quais o público pensa e conversa” (McCombs e Shaw, 1972:3), ou seja, existe uma relação causal entre a agenda jornalística e a agenda pública. Esta proposição é também defendida por um estudo realizado mais tarde por Eugene F. Shaw:

Em consequência da ação dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos *mass media* aos acontecimentos, aos problemas, às pessoas (Shaw, 1979 *apud* Wolf, 1999:94)

A tese do autor ainda sugere que quanto maior for a ênfase dada pelos *media* a um determinado assunto e quanto maior for a continuidade da abordagem desse mesmo assunto, maior será a importância que o público lhe atribuirá na sua agenda de discussão pública (Shaw, 1979). Igualmente, um estudo realizado mais tarde por Shanto Iyengar, Mark D. Peters, Donald R. Kinder em 1982 revelou a mesma conclusão e evidenciou que um público que esteja exposto a notícias dedicadas a um problema em particular é, por sua vez, igualmente estimulado a dar-lhe mais importância. O *agenda-setting* expõe, portanto, o efeito cognitivo (indireto) dos *media*.

Theodore White chegou à mesma conclusão em 1972 quando publicou o seu estudo “*The Making of The President*” sobre a campanha presidencial em que a vitória extremamente curta de John F. Kennedy com 49,7% dos votos face ao candidato republicano Richard Nixon com 49,5% foi atribuída ao recurso de técnicas de *marketing*. Escreve White que

O poder da imprensa nos EUA é primordial. Ela define a agenda de discussão pública; e este poder político arrebatador é desenfreado por qualquer lei. Ele determina sobre o que as pessoas falam e pensam – uma autoridade que, noutras nações, é reservada para os tiranos, sacerdotes, festas e magnatas (White, 1973, *apud* McCombs, 2004:7)

Mauro Wolf (1999), citando Donald Roberts (1972), afirma ainda que os *media* “tendem a influenciar o modo como o destinatário organiza a sua imagem do ambiente” (Wolf, 1999:91). Devemos ter em atenção, no entanto, que em teoria a hipótese do *agenda-setting* apresenta duas características: Em primeiro lugar, reafirma o poder dos *media* na sociedade e, em segundo lugar, mantém, no entanto, a postura de que como indivíduos de livre-arbítrio, possuímos a capacidade de escolher aquilo que vemos, lemos e ouvimos – ou seja, os *media* limitam-se a introduzir assuntos que veem como pertinentes de debate público, sobretudo, quais os temas importantes da atualidade.

Mais recentemente, do *agenda-setting* evoluiu um “segundo nível” de agendamento, o *framing*. McCombs, Shaw e Weaver (1997) consideram que o *framing* não está só relacionado com o *agenda-setting* como é na realidade uma extensão da mesma teoria. Os autores utilizaram o termo “segundo nível” de agendamento de modo a haver uma distinção das duas dimensões, pela qual o *framing* debruça-se sobre a influência do ângulo e da saliência da cobertura noticiosa na interpretação e opinião do público (McCombs, Shaw, & Weaver, 1997). O *framing* estabelece que os *media* não só têm o poder de determinar o leque de assuntos pelos quais nos devíamos preocupar e discutir, mas antes ainda estabelecem *como* devemos pensar acerca dos temas existentes na agenda dos *media*. Enquanto o “primeiro nível” de *agenda-setting* se concentrava apenas na influência da saliência dos assuntos noticiados, o *framing* aborda o ângulo dado ao assunto noticiado (McCombs, Shaw, & Weaver, 1997). A ideia do *framing*, ou melhor, do “enquadramento”, relaciona-se com o ângulo de abordagem dado aos assuntos pautados pelos meios de comunicação e conseqüentemente com a interpretação desses assuntos pelo público.

Resumidamente, trata-se de um quadro a partir do qual um determinado tema ou assunto é baseado e, conseqüentemente processado e discutido na esfera pública.

Assim, o conceito inicial promovido por Robert Cohen acerca da hipótese do *agenda-setting* “foi virado do avesso porque novas investigações, explorando as conseqüências do *agenda-setting* e do enquadramento, sugerem que os *media* não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso, e conseqüentemente o que pensar” (McCombs, 1993:65). Nos seus estudos mais recentes, Maxwell McCombs refere

O *agenda-setting* é consideravelmente mais do que a clássica asserção que as notícias dizem-nos sobre o que pensar. As notícias dizem-nos igualmente como pensar sobre o assunto. Tanto a seleção de objetos para a atenção e a seleção dos enquadramentos para pensar são poderosos papéis do *agenda-setting*. (McCombs, 1993:62)

Diante esta perspectiva destacam-se, portanto, duas formas de *framing* – a primeira refere-se ao relevo apresentado pelos *media* sobre um determinado assunto e a segunda refere-se ao modo como o público “enquadra” estes assuntos a partir do que lhe é apresentado através dos *media*. Autores como Kinder e Iyengar (1987) e Scheufele (1999) utilizam os termos *individual frames* e *audience frames*, ou seja, enquadramentos individuais e enquadramentos da audiência, para descreverem como o público dá, ou produz, sentido cognitivo em relação às notícias veiculadas pelos *media*.

A grande controvérsia desta temática revela-se quando nos questionamos sobre qual a natureza da preponderância de assuntos transmitidos pelos *media* – se, na realidade são noticiados temas considerados importantes pelos meios ou, se a seleção de temas reverte-se para o intuito de captação de audiências. Temos conhecimento que o objetivo de qualquer meio de comunicação é de atender ao seu público ou audiência, logo, considera-se natural que, de modo a sobreviver, tenha de se adaptar ao seu público e às suas necessidades. Segundo Andy Ruddock (2001), o público molda os *media* através do seu *feedback* e é capaz de influenciar aquilo que consumimos. Os *media* procuram, portanto, adaptar-se ao seu público.

Mauro Wolf adianta ainda que um outra faceta importante da teoria do agendamento revela-se na capacidade dos *media* de gerarem no público conhecimento e de transformarem a informação difundida como elementos “da enciclopédia dos destinatários, ou seja, do conjunto dos seus conhecimentos acerca do mundo” (Wolf, 1999:73). Este “efeito enciclopédia” é também referido

por António Hohfeldt (1997), que destaca o fluxo contínuo da informação como o principal gerador da “avalanche informacional” a que assistimos diariamente através dos múltiplos meios de comunicação. A tese do autor dita que na grande maioria das vezes, consciente ou inconscientemente, o público-recetor guarda de forma impercetível uma série de informações na memória, mesmo que sejam insignificantes (Hohfeldt, 1997).

Observámos anteriormente que a notícia não é uma representação da realidade mas antes uma construção da realidade. Relativamente aos noticiários televisivos, ao transmitirem a realidade informativa estão a refletir uma construção da realidade de acordo com os interesses sociopolíticos dominantes. Essencialmente, a informação torna-se uma visão ideológico-mercantil da realidade tanto na medida como são selecionados como em como são apresentados enquanto notícias pois correspondem a uma multiplicidade de fatores de interesse interno (do próprio meio de comunicação) e externo (sociopolíticos).

CAPÍTULO III – NOTÍCIAS PARA TELEVISÃO

3. Jornalismo televisivo

De modo a sustentar a presente investigação será necessário primeiramente compreender o formato televisivo. A televisão, como instrumento de comunicação audiovisual, distingue-se pela presença marcante como fonte de informação e entretenimento para grande parte da população portuguesa. Segundo Carlos Alberto Henriques, esta “capacidade de transmitir à distância imagens e sons trouxe ao Homem uma nova dimensão na forma de comunicar, nomeadamente quando o objetivo é atingir uma grande audiência” (Henriques, 1994:51). De acordo com um relatório publicado em 2011 pela OberCom – Observatório da Comunicação – sobre “A Televisão na Sociedade em Rede” em Portugal, 99% dos lares portugueses tem pelo menos um televisor. O mesmo estudo revela ainda que a vasta maioria dos inquiridos (70%) considera que ter acesso à televisão é “importante sempre que se procura informação sobre assuntos em geral e sempre que o objetivo passa pelo entretenimento” (OberCom, 2011:5).

Apesar da evolução tecnológica e da expansão dos *media* digitais, a televisão mantém o seu papel central na sociedade como meio de comunicação por excelência. Segundo Sofia Craveiro,

A segmentação, fluidez e proximidade da televisão, a multiplicidade de narrativas, a ênfase no ‘agora’, no excesso emocional, a sua interreferencialidade, infinidade de imagens e a técnica de reprodutibilidade, tornam-na única e representativa daquilo em que se tornou a cultura contemporânea. (Craveiro, s.d.:20)

Estando o noticiário televisivo intrinsecamente associado à televisão, este género televisivo refletirá todo este conjunto de fatores associado às alterações da televisão contemporânea que, por sua vez, se traduzirá nos próprios conteúdos jornalísticos. O teórico argentino Carlos Scolari (2008) sugere mesmo que o facto de a televisão ser o canal audiovisual que atinge o maior número de consumidores torna-o na “experiência comunicacional mais impactante do Século XX” (Scolari, 2008, *apud* Lordêlo e Vizeu, 2011:2). Atualmente, apesar de ser contestada por outros meios de comunicação considerados hegemónicos – como o caso da internet e os *media* digitais – ainda assim, a televisão se mantém como o mais importante meio de comunicação e o principal sistema de expressão de significação desde a segunda metade do Séc. XX (Machado, 2005). Embora a televisão contemporânea dê primazia ao espetáculo e ao entretenimento, a

notícia televisiva atua como “elemento central na distribuição de informação, como uma espécie de lugar de referência para a sociedade” (Lordêlo e Vizeu, 2011:2). Escreve Alfredo Vizeu que

O noticiário televisivo se converteu em um lugar onde se pratica, de uma forma simulada, o exercício democrático das grandes questões sociais. É a ‘Praça Pública’ que converte o exercício da publicização dos factos como possibilidade da prática da democracia. (Vizeu, 2002:2)

Já em 1987, Fiske descrevia a informação televisiva como o mais nobre género televisivo devido ao seu papel na definição da agenda política e social. Hoje em dia, este estatuto mantém-se por conta do seu consumo e, sobretudo, pela sua natureza polissémica e pelo facto de a imagem estar no centro da sua linguagem (Cardoso, Santos, & Goulart, 2007). Similarmente, o horário fixo dos telejornais, em torno da qual se encaixa a restante programação, é outro reflexo deste posicionamento.

O telejornal é um género televisivo de carácter informativo que tem por objetivo apresentar os acontecimentos da sociedade. Segundo o “Manual de Jornalismo de Televisão” (Oliveira, 2007), a transmissão da notícia dá-se através de quatro formas: 1) O “*off*”, ou seja, uma peça de curta duração na qual o pivot em estúdio lança imagens enquanto continua a falar sobre elas; 2) A peça noticiosa, ou seja, a informação é tratada com voz *off* na qual o texto gravado previamente pelo jornalista é inserido sobre as imagens que foram captadas sem a presença do jornalista no local; 3) A reportagem cuja presença do repórter é indispensável e a narrativa é contada pela voz ativa do jornalista como testemunha dos acontecimentos; 4) A grande reportagem, que este autor refere como “documentário”, na qual é permitida uma abordagem mais aprofundada de acontecimentos da atualidade, permitindo também uma perspectiva histórica, o recuar no tempo, de modo a permitir uma visão mais enquadrada dos acontecimentos.

Referimos ainda que, na sua essência, a entrevista é muitas vezes considerada o elemento mais significativo do jornalismo televisivo “porque propicia uma relação dinâmica com a autoridade informativa, aquela que pode esclarecer sobre a natureza e a mecânica dos acontecimentos” (Curado, 2002 *apud* Weise, 2010:12) – logo, parece-nos ser pertinente referi-la como um outro formato de notícia. Consideramos ainda que a televisão, como um meio audiovisual “instantâneo”, apresenta a vantagem do recurso ao direto – assim sendo, acrescentamos esta característica do “direto” como forma de notícia televisiva. Esta particularidade será discutida

posteriormente no presente capítulo de forma mais pormenorizada com o recurso a diversos autores que sustentam a importância do “direto” como componente de notícias televisivas (Canavilhas, 2001; Traquina, 2007).

Segundo Alfredo Vizeu (2008, *apud* Vizeu & Mesquita, 2011), comparativamente a notícias de imprensa, a informação televisiva não pode apresentar as notícias “*a la carte*”, ou seja, o telespectador não tem a possibilidade de escolher a ordem de notícias nem pode dominar o tempo de apreensão, de escolher entre as notícias que gostaria, ou não, de ver. Esta perspectiva é também apresentada por Olga Curado que escreve:

O público de televisão não está lendo a notícia, está ouvindo e vendo. O telespectador está olhando o apresentador, ou o repórter, ou o entrevistado e tentando apreender o que eles dizem. No instante em que toma conhecimento da notícia, o espectador não pode interromper o jornalista pedindo-lhe que esclareça algum ponto não compreendido. Não pode voltar no tempo para recuperar uma frase ou uma informação que perdeu, a não ser que tenha gravado o programa. (Curado, 2002 *apud* Weise, 2010:12)

Hoje, a propagação de dispositivos digitais que possibilitam a gravação e a revisão de conteúdos televisivos e a interatividade pode pôr em causa este argumento. Assim, o telespectador tem a possibilidade de voltar no tempo e recuperar a informação perdida facilmente, ou ainda ver o telejornal com informação a informação “*a la carte*”, escolhendo aquilo que pretende ver.

Quando falamos do telejornal, falamos de imagem e de movimento, falamos da instantaneidade, logo, considera-se imperativo a construção da informação de forma precisa, curta e eficaz (Bistane & Bacellar, 2008). As notícias apresentadas através de um telejornal são organizadas de forma a que o telespectador as consiga “assimilar” de forma inteligível. As teóricas brasileiras Luciana Bistane e Luciane Bacellar afirmam que a estrutura pela qual a informação deve ser comunicada aos telespectadores “de maneira coloquial, direta, [e] com frases curtas para facilitar o entendimento.” (Bistane e Bacellar, *apud* Weise, 2010:11). Observamos, portanto, o critério de brevidade. A brevidade, enquanto valor-notícia, associa-se à objetividade do jornalismo televisivo tanto na seleção da notícia como à produção da mesma. Dependendo da disponibilidade do material noticiável, a organização jornalística determina a brevidade daquilo que é selecionado e transmitido – falamos aqui da necessidade de estipular uma determinada duração das notícias de forma a que a receção desta se mantenha clara e inteligível. A comunicação televisiva exige esta instantaneidade de modo a que o recetor a compreenda sem exigir tempo de reflexão daquilo que é transmitido (Curado, 2002, *apud* Weise, 2010).

3.1. Notícias em tempo real

Apesar de não termos analisado esta componente televisiva no estudo de caso realizado, devido a impossibilidade de obtenção de dados, consideramos importante dar nota da ocorrência do direto nos noticiários televisivos. A possibilidade de operar ao vivo é uma das características mais distintas do jornalismo televisivo atual, que também desempenha um papel elementar na seleção e produção de notícias. O tempo, por exemplo, é um fator que condiciona todo este processo, não só no meio televisivo mas também em todos os meios de comunicação. No fundo, o jornalismo é determinado pela hora de fecho dos jornais, da hora na qual o telejornal, em televisão, vai para o ar, e ainda o mesmo se passa na rádio (Traquina, 2007). Nesta realidade, o imediato e a atualidade tornam-se, portanto, características fundamentais no jornalismo. Falamos, portanto, da televisão como um meio audiovisual “instantâneo” que apresenta sobre os restantes meios a vantagem do recurso ao direto.

Assistimos a um jornalismo centrado em “relatos atuais sobre acontecimentos atuais” (Weaver, 1975 *apud* Traquina, 2007:147). Segundo Nelson Traquina,

O imediatismo é definido como um conceito temporal que se refere ao espaço de tempo (dias, horas, segundos) que decorre entre o acontecimento e o momento em que a notícia é transmitida, dando existência a esse acontecimento. (Traquina, 2007:147)

A velocidade e a capacidade de operar em tempo presente constituem a essência do meio televisivo. Enquanto outros meios de comunicação tradicionais trabalham com o tempo passado – deixemos de fora os *media* digitais – a televisão traz os acontecimentos do presente. Refere Machado (2005) que é esta velocidade a que opera a televisão que lhe dá autenticidade. Similarmente, Ignácio Ramonet refere que “é a transmissão instantânea que cria a ilusão da verdade” (Ramonet, 1999:43). Nesse sentido, o imediato opera como uma forma de “combate à deterioração do valor-notícia da informação” (Traquina, 2007:148). Sendo a notícia considerada um bem “altamente precíval” (*Idem*:147), a capacidade performativa dos jornalistas é posta à prova na incessante procura pela notícia “fresca” e “em primeira mão”. Relacionamos ainda esta característica ao fator da concorrência, a lei do ganho que rege o jornalismo e que dita vitória a quem transmite a notícia primeiro. Por outras palavras, enquanto o planeamento é um fator importante, a urgência é um valor dominante (*Idem*).

Para Nelson Traquina, numa era marcada pelas capacidades das novas tecnologias e dos *media* digitais, o imediatismo é fulcral para o meio audiovisual e, acrescenta, a possibilidade de operar em direto representa “o estado ‘puro’ do imediatismo” (Traquina, 2007:148). Muitas vezes é a ambição de contar uma boa história com imagens ao vivo que decide o que é selecionado a ser transformado em notícia. A procura do “ao vivo”, a preocupação com a instantaneidade são ambos fatores predominantes do meio televisivo (Ramonet, 1999). O direto é a marca elementar da televisão – a possibilidade de operar ao vivo e com todas as características do mesmo, ou seja, o acaso, o imprevisto e o improvisado. Não nos esqueçamos, também, que o telejornal é um programa televisivo apresentado por um pivot em direto e que parte dos conteúdos apresentados são reportagens em direto, dependendo da atualidade do dia – apesar de que, a grande maioria do que é apresentado é material já pré-gravado ou de arquivo.

Com a evolução tecnológica e a ascensão de coberturas de notícias em direto e em tempo real, não existentes em 1965 na altura de publicação do estudo de Galtung e Ruge, comprova-se a sincronia entre o acontecimento e a notícia e a subjugação dos tempos de *media* assíncronos em que a notícia seguia o evento (Brighton & Foy, 2007). Atualmente assistimos a um “bombardeamento informativo pois, no mesmo espaço de tempo, a mudança técnica foi permitindo saber muitas coisas, rapidamente. A informação tornou-se omnipresente, confinando uma tirania do instante” (Wolton, 1999, *apud* Amaral, 2006).

Embora, sem dúvida, a maioria dos critérios de noticiabilidade elaborados pelos autores Galtung e Ruge (1965) permaneça relevante nos estudos noticiosos, entendemos que uma visão contemporânea dos valores-notícia é fundamental. Em 1965, na altura em que os dois estudiosos noruegueses analisaram a estrutura de notícias de jornais locais, ainda não se verificava a omnipresença da televisão contemporânea. Não existiam canais de televisão exclusivamente dedicados a notícias durante 24 horas, nem plataformas digitais de distribuição de notícias a toda hora ou mesmo a instantaneidade da internet e a possibilidade de obter notícias em tempo real ou quase real. Quarenta e sete anos depois, os estudos de Galtung e Ruge (1965) não serão a última palavra acerca dos critérios de noticiabilidade e a seleção de notícias.

De acordo com Paul Brighton e Dennis Foy (2007) este progresso nos meios noticiosos fez com que, por exemplo, o valor-notícia de “frequência” deixasse de fazer sentido. Escrevem os autores que

O mundo em que Galtung e Ruge viviam era um lugar bastante diferente do qual vivemos hoje. Jornalismo televisivo ao vivo não existia per se, nem as contribuições em tempo real dos repórteres e jornalistas em um programa de rádio. Os jornais baseavam-se no material que chegava – normalmente por telex um antecessor da máquina de fax – enviado da sua própria equipa ou funcionários, aumentado pelo trabalho das agências de notícias (...). Os deadlines da imprensa eram determinados pelas gráficas e, desde que fossem atendidos, a pressão desapareceria. (...) Em suma, havia tempo para o evento desenrolar-se e adquirir significado. (Brighton & Foy, 2007:14)

O recurso à reportagem televisiva em direto proporciona o enquadramento ao local, se possível na hora do acontecimento, e oferece a componente emotiva transmitida pelo jornalista como testemunha presencial do acontecimento (Canavilhas, 2001). Segundo este autor, a experiência empática, ou melhor, a maximização da emoção do telespectador é provida pela informação transmitida em tempo real. Sendo a incessante procura do espetacular inerente à natureza do meio televisivo, caso “ao direto se associar o imprevisto, então a informação-espetáculo atinge o seu ponto mais alto” (Canavilhas, 2001:8). O direto detém um papel fulcral na espetacularização da informação. Explica o autor que de modo a que o noticiário capte a atenção do telespectador, este necessita de oferecer “uma realidade completa”, ou seja, “uma imagem do mundo mais completa do que aquela que o telespectador pode colher diretamente no local” (Canavilhas, 2001:5). Não é fácil de representar esta realidade quando se exige uma seleção de imagens que, desde logo, proporcionam uma delimitação no espaço e no tempo, no entanto, a realidade informativa que entra em cena na tela televisiva através do direto faculta uma menor fragmentação temporal o que fornece ao telespectador uma realidade mais completa (Canavilhas, 2001).

3.2. Poder da imagem

Imagem, do latim *imago/imaginis*, designa “aquilo que toma o lugar de” (Bounie, 2011:1). Escreve Vilém Flusser que as “imagens têm o propósito de representar o mundo” (Flusser, 1985:7). A imagem é a representação da realidade (Bounie, 2011). Além das transformações históricas, económicas e socioculturais próprias do nosso tempo, o modo das mediações entre o ser humano e o mundo real também vai mudando. Assistimos a uma cultura contemporânea na qual a tecnicidade e a visualidade tomam uma dimensão central. Na televisão, apesar de o texto verbal também ser essencial – pois é através dele que é apresentada a notícia e os seus pormenores – são as imagens que ocupam o destaque principal na transmissão de uma notícia, são elas que ilustram o acontecimento a ser relatado e que estimulam o potencial imaginário do telespectador. Fala-se, portanto, da possibilidade de transportar o telespectador ao cenário do acontecimento, ou melhor, trazer o acontecimento até ele. A imagem cria o efeito do telespectador ser testemunha do acontecimento.

A televisão, mais concretamente o telejornalismo, é dependente da imagem e do vídeo. Se a televisão é imagem, a imagem é informação (Buckland, 1991). A imprensa, poderá ser mais pormenorizada, contar e dar emoção à história, mas não nos leva até lá tanto quanto um registo audiovisual. Falamos, portanto, da genérica asserção de que uma imagem vale mais do que mil palavras. A televisão tem a capacidade de satisfazer a curiosidade informativa através da visualização dos acontecimentos que são noticiados (Fidalgo, 1996).

Os noruegueses Gunnar Sand e Knut Helland (1998, *apud* Erdal, 2007) sugerem que, de modo a ser considerada “boa televisão”, a notícia deve ser contada através de imagens interessantes e dinâmicas. Este fenómeno é também identificado pelos autores Sigurd Allern e Ulrikke Linge, que justificaram a pouca quantidade de notícias sobre a União Europeia devido à predominância de imagens estáticas de “homens velhos em fatos escuros” (Allern & Linge, 2006, *apud* Ihlen, Allern, Thorbjørnsrud & Waldahl, 2010:41), consideradas de pouco interesse para a maioria dos telespectadores. Este argumento poderá já não ser tão relevante pois pouco tempo depois da publicação deste artigo, a crise financeira e a recessão que atingiram grande parte do mundo resultou em notícias, maioritariamente europeias, na qual a União Europeia ocupa principal destaque.

Recentemente, Judy McGregor (2002) reviu os critérios de seleção de notícias elaborados por Galtung e Ruge (1965) e, adaptando-os ao meio televisivo contemporâneo, sugere a visualidade como um valor-notícia complementar na seleção de notícias orientadas para a televisão. A visualidade é o valor-notícia dominante da atualidade pois a imagem é, indiscutivelmente, um componente inerente do telejornalismo enquanto veículo de comunicação e representação do mundo (McGregor, 2002). Quanto mais o acontecimento satisfizer o critério de visualidade, maior será a probabilidade de ser selecionado enquanto notícia.

Muitas vezes, o poder visual do jornalismo televisivo motiva o segundo valor-notícia sugerido por Judy McGregor (2002): a emoção. A autora, citando São Tomás de Aquino, lembra-nos que as imagens são habitualmente usadas para “despertar emoções que são mais efetivamente despertadas pelo que é visto do que pelo que é ouvido” (Freedberg, 1989 *apud* McGregor, 2002:4). A tese da autora indica que qualquer acontecimento noticioso exige um subcontexto emocional de modo a ser selecionado como notícia. O poder visual do acontecimento a noticiar transmite proximidade. A imagem funciona como “uma representação do real. Ao transmiti-la, a televisão transforma o telespectador em testemunha” (Bistane & Bacellar, 2008 *apud* Weise, 2010:11). Vejamos, por exemplo, os conflitos na Síria em 2012 – uma realidade distante da portuguesa, logo, tornando necessárias imagens que transmitam a essência dos acontecimentos. Para Bourdieu (*apud* Benson & Neveu, 2005) o princípio de seleção de notícias é a procura do sensacionalismo do espetacular. A televisão apela à dramatização no duplo sentido da palavra – põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera a sua importância, a sua gravidade e o seu caráter dramático. O telejornal, assim, tenderia a transmitir diariamente aquilo que é extraordinário, aquilo que rompe o habitual e que é fora do quotidiano.

Na atualidade, a informação televisiva dá primazia a acontecimentos geradores do espetáculo e da emoção (Brandão, 2007). São as imagens de escândalos, tumultos e catástrofes, temas primários que suscitam a curiosidade humana, apelam à dramatização e exercem uma grande influência na seleção de notícias. Segundo Ramonet (1999) são estes acontecimentos produtores de imagens ditas fortes que predominam na atualidade televisiva – impondo-se perante outros acontecimentos mesmo que na realidade a sua importância seja secundária. Também Mauro Wolf (1999) destaca o interesse humano por imagens insólitas que atraem curiosidade e que chamem a atenção; esta característica associa-se ainda ao valor-notícia de “capacidade de

entretenimento” distinguido por Golding e Elliott (1979, *apud* Traquina, 2007). O telespectador precisa de *ver* imagens destes acontecimentos para se sentir, de certo modo, envolvido – trata-se de uma forma de comunicação participativa, “o choque emocional” que estas imagens provocam no telespectador. Assim, acontecimentos que transmitam emoções evocam também uma resposta emocional do telespectador (McGregor, 2002). A notícia televisiva que gera maior “noticiabilidade” é aquela que não só comunica e informa como também faz o telespectador emocionar-se, exprimir alguma indignação e viver aquilo que Iyengar e Kinder denominavam “*raw human experience*” (Iyengar e Kinder, 1987 *apud* McGregor, 2002:4).

Grande parte dos conteúdos televisivos noticiosos são selecionados com base na disponibilidade de imagens e a capacidade de obtenção de imagens com bons efeitos visuais (McGregor, 2002). António Fidalgo (1996) recorda, no entanto, que o facto de a televisão se prender à componente visual, leva a que, quando a emissora não possui imagens para uma determinada notícia, recorra a imagens de arquivo que estejam de algum modo relacionadas com o assunto em questão. Para o autor, no entanto, esta problemática televisiva fomenta a crítica da possibilidade de distorção da notícia pois “a necessidade de fornecer imagens é superior à objetividade nua das palavras” (Fidalgo, 1996:4). Associando esta componente visual da televisão aos critérios de seleção de notícias, conferimos que a obrigação de obter imagens para todas as reportagens televisivas leva a que sejam selecionados maioritariamente acontecimentos que proporcionem boas imagens, e que sejam deixados para trás todos aqueles acontecimentos que ou não têm boas imagens ou pura e simplesmente não tem imagens de todo (Fidalgo, 1996).

Este fascínio pela imagem atribui à televisão esta componente elementar – “só o visível merece informação; o que não é visível e não tem imagem não é televisível, portanto não existe mediaticamente” (Ramonet, 1999:10). Resumindo, “a recolha de imagens determina a informação” (Fidalgo, 1996:4) porque se não houver imagens, não há notícia. Contudo, esta perspetiva pode ser posta em causa uma vez que são transmitidas, múltiplas vezes, notícias televisivas que, na sua essência não têm uma componente visual – como, por exemplo, as taxas de desemprego ou o aumento de impostos – mas que, no entanto, são consideradas de extrema importância informativa, o que motiva a inserção de imagens de arquivo. Deparamo-nos, portanto, com a hegemonia informativa de critérios noticiosos que ultrapassa a obrigação de obter boas imagens – uma realidade que iremos comprovar na presente investigação.

3.3. Notícias como entretenimento: A “informação-espetáculo”

A acentuada ampliação da oferta de produtos televisivos que combinam estratégias do jornalismo e do entretenimento representa a televisão desde o início do Século XXI (Gutmann, Santos, & Gomes, 2008). A junção entre a informação e o entretenimento, muitas vezes apresentada com o neologismo “*infotainment*” formado pela língua inglesa, caracteriza uma sobreposição de duas áreas até então distintas da produção jornalística (Demers, 2005). Esta tendência de apresentar e produzir noticiários televisivos tomados por esta “informação-espetáculo” resulta tanto de fatores económicos como do aumento da concorrência. Mesmo que esta característica do meio televisivo não tenha sido aprofundada na componente empírica do estudo de caso realizado, consideramos importante apresentar esta componente devido à sua relevância em termos de atualidade e de contexto do próprio meio.

Partindo do pressuposto de todas as empresas são estruturadas para dar lucro, sabemos que as corporações de *media* também o são. Esta realidade traz consequências importantes pois significa que os produtos mediáticos, não só devem apelar a um determinado público, como devem também obter o maior número de consumidores ou telespectadores possível. Segundo João Canavilhas (2001:1), “melhor programação obriga a maiores investimentos, mais investimento exige mais receitas publicitárias e estas são consequência do aumento das audiências.” O denominado “*infotainment*” revela-se, portanto, como meio de atrair audiências – audiências que são vitais para a sobrevivência de uma estação de televisão.

Um estudo realizado por Nuno Goulart Brandão (2009) sobre os telejornais dos três canais generalistas portugueses (RTP1, SIC e TVI) consta as mudanças do panorama televisivo português durante os últimos anos. O autor refere que passámos de uma era de televisão pública, na qual a televisão tinha o papel fundamental, na sua vertente socializadora, de instruir, com objetivos culturais e pedagógicos, para uma era na qual o jornalismo, sobretudo o televisivo, obedece à lógica comercial – ou seja, “o bem do mercado e do espetáculo sobreposto ao bem social [onde] a forma se sobrepõe aos seus conteúdos, bem como a dimensão ‘ritualista’ dos seus telejornais se sobrepõe ao seu ‘valor informativo’” (*Idem*:5131). De acordo com Brandão (2009), o surgimento de televisões privadas em Portugal, como é o caso da SIC, terá estimulado uma concorrência desgovernada que condiciona os seus conteúdos às exigências das audiências de

modo a garantir a sua sobrevivência o que, por sua vez, resulta na desvalorização do serviço público e de valores cívicos outrora valorizados (*Idem*).

Segundo Canavilhas (2001:5) “a televisão procura prender o espetador dando prioridade ao insólito, ao excecional e ao chocante”. De acordo com o autor, a busca pelo sensacionalismo a qualquer preço pode, por sua vez, resultar muitas vezes na problemática da distorção da notícia e da realidade, da manipulação da mente iludindo o telespectador a confundi-la com a ficção. Observando os “valores-notícia” acima referidos, a dramatização, o inesperado, o conflito, a negatividade e a personificação representam a essência da informação-espetáculo pois são estes que presumem ter impacto ou estímulo perante o telespectador. Conhecendo os elementos que atraem a atenção dos telespetadores, a notícia televisiva recorre à exploração dos dramas e conflitos sociais, da dramatização dos acontecimentos captados, à emoção e ao sensacionalismo. Para Canavilhas (2001) a informação-espetáculo centra-se, sobretudo, em quatro elementos: 1) Seleção de dramas humanos – a exploração dos sentimentos mais básicos do humano; 2) O “Direto” – o recurso ao enquadramento local tirando partido do lado emocional enquanto testemunha do acontecimento; 3) Dramatização – o uso de expressões e símbolos que acentuem as imagens como, por exemplo, o exagero, a oposição, a simplificação, a deformação e a amplificação emocional; 4) Efeito Visuais – a montagem e a produção do noticiário que permite manipular o acontecimento através de imagens mais elucidativas ou emotivas (*Idem*).

Alguns autores defendem que o *infotainment* não é somente um fator económico, mas também de uma característica intrínseca do meio televisivo (Gutmann, Santos, & Gomes, 2008). Esta perspectiva deduz que, historicamente, a televisão se institui como uma indústria do entretenimento e, por isso mesmo, tende a aproximar tudo, inclusive o jornalismo, à sua lógica. Como programa televisivo, o telejornal é, igualmente, forçado a competir com os outros programas televisivos de entretenimento e a evoluir e transformar-se continuamente de modo a manter o público envolvido. Similarmente, os autores argumentam que, pelo facto de ser um meio que funciona à base de recursos audiovisuais, a televisão inevitavelmente desvia a atenção do telespectador daquilo que realmente importa pois a emoção, o prazer e os sentidos ganham preponderância em relação ao conhecimento e à cognição (Gutmann, Santos, & Gomes, 2008).

Assistimos a um panorama televisivo no qual o sensacionalismo passa a ser a palavra ordem – o uso de temáticas fortes que apelem ao espetacular e às emoções do telespectador, do drama, do

choque ou estímulo sensacional. Encontramo-nos numa era em que a fronteira entre a informação e o entretenimento já não se encontra tão linear – questionamo-nos sobre a ética deste apelo à dramatização, à aposta no sensacionalismo como método de angariação de audiências, sobretudo no que diz respeito à informação, a notícias televisivas (Gordon *et al*, 2011). O facto de o telejornalismo dar primazia a histórias dramáticas, insólitas ou conflituosas deduz o pressuposto que são estes os fatores que movem os interesses dos telespectadores.

Esta dissolução entre informação e entretenimento, impulsionada pelo meio do jornalismo televisivo e o seu impacto perante a esfera pública, tem sido motivo de reflexão para diversos teóricos e críticos dos *media* (Anderson, 2004; Thussu, 2007). Segundo o teórico britânico Bob Franklin,

Os meios noticiosos tornaram-se cada vez mais parte da indústria do entretenimento, em vez de fornecerem um fórum para um debate informado de questões fundamentais de interesse público. Mudaram-se prioridades do jornalismo. Entretenimento tem substituído o fornecimento da informação; o interesse humano tem suplantado o interesse público; o juízo medido sucumbiu ao sensacionalismo; o trivial triunfou sobre a importância; considera-se que os relacionamentos íntimos das celebridades, novelas, o mundo do desporto ou da família real, são mais interessantes do que o relato de problemas significativos e acontecimentos de importância internacional. Os valores tradicionais de notícias têm sido prejudicados pelos valores de notícias; o *infotainment* é galopante. (Franklin, 1997 *apud* Thussu, 2007:5)

Também o académico português João Canavilhas (2001) argumenta quatro fatores contra a informação-espetáculo: 1) O Sensacionalismo – “sangue, sexo e dinheiro” são os três ingredientes que o autor profere ser a fórmula para fazer subir audiências, juntamente com o inesperado e o exclusivo; 2) A Ilusão do Direto – A informação transmitida em tempo real evoca emoção, ainda melhor se ao direto se associar o imprevisto. A questão é que o direto pode, por vezes, ter o efeito contrário, como por exemplo transmitir a ideia de manipulação ou mesmo produzir um efeito “anestésico”, ou seja, de banalizar um acontecimento com múltiplas transmissões em torno do mesmo assunto; 3) Uniformização – O autor aqui argumenta que o direto não permite formular outros pontos de vista acerca do acontecimento a ser transmitido devido à falta de “*background*”, ou melhor, de contextualização do assunto porque o direto é transmitido em bruto; 4) Os Efeitos Perversos – Um dos objetivos da informação-espetáculo é de mostrar mais e mais rápido, levando o telespectador a criar o seu próprio juízo de valor “*à priori*” antes de ter conhecimento da sua “Justiça” fazendo com que o próprio julgamento fique desde logo condicionado (*Idem*). No fundo, o problema do *infotainment* revela-se na incessante

necessidade de informar mais rapidamente e com mais pormenor resultando em que “alguma informação se assemelhe, perigosamente, a uma farsa” (*Idem:9*). O autor conclui que:

As inovações tecnológicas permitem que um noticiário seja uma volta ao mundo em 30 minutos, deambulando as imagens entre desgraças e cadáveres, entre escândalos e catástrofes. As notícias resumem-se aos factos e as contextualizações teóricas e os enquadramentos sociopolíticos caem para segundo plano. A informação-espetáculo vence assim a informação-educação, fazendo com que, apesar dos satélites, e talvez por culpa deles, o telespectador não ganhe nada com as inovações tecnológicas ao nível da informação. (*Idem:9*)

Canavilhas (2001) refere que a televisão de informação e a televisão de espetáculo não são diferentes. Consideramos pertinente contestar a generalização de que tudo o que é noticiado é, exclusivamente, para fins de entretenimento ou de espetáculo “sensacionalista”. Este argumento não leva em consideração os canais de televisão exclusivamente dedicados a transmitir notícias vinte e quatro horas por dia, como é o caso da SIC Notícias, que detêm conteúdos mais sóbrios e pormenorizados, dedicados a temáticas específicas. No entanto, mesmo que a informação televisiva não seja dominada, na sua totalidade pelos fatores de informação-espetáculo acima referidos por Canavilhas (2001), observamos o lado espetacular do próprio dispositivo da informação televisiva, que se manifesta, não só nos tipos de notícias indicados acima, mas em qualquer tipo de notícia.

CAPÍTULO IV – SELEÇÃO E AGENDAMENTO DE NOTÍCIAS NA SIC

4. Estudo de caso

Uma vez apresentado o objeto de estudo, a notícia e suas teorias, os critérios de noticiabilidade e as características exclusivas ao jornalismo televisivo, iremos agora confrontar a componente teórica com os conteúdos efetivamente agendados e noticiados pela entidade acolhedora, Sociedade Independente de Comunicação S.A. (SIC).

4.1. Objetivos

O presente estudo de caso consiste numa análise empírica da prática do agendamento de reportagens da SIC. Esta investigação pretende ser uma análise comparativa entre os conteúdos noticiosos agendados e as reportagens efetivamente realizadas. A metodologia é aplicada de modo a detetar e analisar quantitativamente e qualitativamente todas as eventuais diferenças entre as notícias produzidas e aquilo que é agendado.

O estudo apresentado pretende atingir os seguintes objetivos:

- Investigar a importância do agendamento e a sua influência no funcionamento da redação.
- Apresentar os assuntos/acontecimentos agendados e selecionados para cobertura;
- Analisar o processo de agendamento e marcação de eventos a cobrir;
- Analisar os critérios de seleção dos assuntos/acontecimentos em termos da sua preponderância e influência.

A análise é feita ao serviço de agenda e à marcação de serviços (planeamento de reportagens), da SIC. Definimos uma recolha de dados da agenda e da marcação de serviços da SIC durante um período de sete dias – entre 30 de abril a 6 de maio 2012. A recolha de dados refere-se aos serviços agendados e aos serviços efetivamente marcados como reportagens para cada dia, com a intenção de conferir o efeito do *gatekeeping* na seleção de notícias e a hipótese do *agenda-setting* nas notícias da SIC.

A escolha do período de amostra foi feita de modo aleatório a fim de assegurar a validade de inferência estatística que pode ocorrer caso esta coincida com um período marcado por eventos

de grande porte mediático já agendados. Depois de recolhidos todos os dados para cada dia, retirámos de cada um deles, a quantificação de notícias agendadas, reportagens marcadas e efetivamente realizadas. Dessa recolha resultaram as médias percentuais de notícias agendadas que passaram para a marcação de serviços, as médias percentuais de notícias agendadas que foram realizadas como reportagens, e as médias percentuais de acontecimentos marcados que não derivaram da agenda (a estes chamamos-lhes “*outsiders*”) durante uma semana. Pelo termo “*outsiders*” referimo-nos a acontecimentos propostos à marcação de serviços que são externos, ou seja, acontecimentos que não derivaram da agenda. Ademais, a recolha de notícias agendadas e de notícias marcadas originou a elaboração da média percentual de categorias temáticas tratadas por cada serviço: agenda e marcação. Por “categorias temáticas” referimo-nos às categorias nas quais estão divididos os acontecimentos registados na agenda da SIC, estas são: Sociedade, Política Economia, Cultura, Desporto, Internacional.

Acreditamos que, de modo a fazer um levantamento das práticas de seleção e produção de notícias na redação de informação da SIC, se torna imprescindível não só a análise da preponderância do efeito do *gatekeeping* na seleção de notícias (entre aquilo que passa da agenda para a marcação), mas também a hegemonia de cada temática abordada nas notícias elaboradas – Assim, temos a possibilidade de verificar os critérios de noticiabilidade que influenciam a seleção dos acontecimentos agendados e efetivamente transformados em notícias.

Pretende-se, portanto, responder às seguintes perguntas de investigação:

- Quais os valores-notícia que dominam na escolha de eventos a cobrir?
- Quais os valores-notícia que são menos utilizados na escolha de eventos a cobrir?
- Quais as categorias temáticas que dominam na escolha de eventos a cobrir?
- Qual a influência dos assuntos agendados na marcação de eventos a cobrir?
- Qual a preponderância de acontecimentos agendados protagonizados por “pessoas de elite”?
- A seleção de notícias a cobrir dá a mesma atenção às notícias nacionais e internacionais?
- Quem faz a escolha entre aquilo que é agendado e aquilo que é selecionado?

Depois da análise quantitativa, considerámos crucial tirar benefício da prática e experiência ganha através do estágio curricular na redação de informação da SIC para dispor da prática da

metodologia qualitativa através de entrevistas compreensivas com profissionais do meio. Pretendemos usufruir do contacto direto com o objeto de estudo, ou seja, editores e entidades que determinem a seleção das reportagens escolhidas para os noticiários da SIC. Após uma análise quantitativa compreensiva, a análise qualitativa exige a verificação e o aprofundamento dos dados recolhidos sobre a teórica escolhida, logo, o modo de entrevista mais indicado será a entrevista semiestruturada – ou seja, uma entrevista caracterizada pela exigência de um guião previamente traçado como eixo orientador no desenvolvimento da entrevista, mas que no entanto não exige uma ordem rígida nas questões e cujo desenvolvimento se vai adaptando ao entrevistado, mantendo assim um grau de flexibilidade na exploração das questões (Brenner, 1985).

À data do estágio, as editorias da redação de informação da SIC tinham os seguintes coordenadores:

- **Sociedade** – Isabel Horta
- **Política** – Paula Santos
- **Economia** – José Gomes Ferreira
- **Desporto** – Elizabete Marques
- **Cultura** – Graça Costa Pereira

As entrevistas aos diretores de informação de cada editoria da redação de informação da SIC foram realizadas durante o mês de maio e o mês de junho 2012 sem data uniforme devido à necessidade de ajustar a realização de entrevistas conforme a disponibilidade de cada indivíduo. Sentimos também a necessidade de entrevistar a coordenadora da própria agenda da SIC – a principal *gatekeeper* da primeira filtragem de eventos – Ana Luísa Galvão; e ainda a diretora do Jornal de Fim de Semana, Maria João Ruela, que é a principal responsável por tudo aquilo que é marcado como reportagem durante os fins de semana. As transcrições da totalidade das entrevistas realizadas aos diretores de informação de cada editoria da redação de informação da SIC encontram-se no Anexo 2.

4.2. Discussão de resultados

Passamos agora para a análise dos dados empíricos retirados do estudo da agenda e da marcação de Serviços da SIC.

A análise do estudo apresentado consiste na apresentação de algumas observações relativas a cada um dos serviços de planejamento da SIC estudados. Estas conclusões assentam num conjunto de variáveis relativos a critérios jornalísticos como, por exemplo, os valores-notícia e as categorias temáticas que lideram a seleção de notícias. Recordamos que, no entanto, tal como averiguado ao longo do processo de trabalho de estágio efetuado na SIC, surgem frequentemente critérios extra-jornalísticos que intervêm durante este processo de seleção e produção de notícias – Estes critérios, a que chamamos de “critérios imponderáveis”, levam à concretização ou à não-concretização de uma reportagem. De forma a comprovar a teoria elaborada previamente, estas ilações serão acompanhadas por tabelas e gráficos representativos da análise feita para esta investigação. Os cálculos percentuais efetuados são aproximados à unidade. As fórmulas utilizadas para os cálculos efetuados encontram-se no Anexo 3.

4.3. Influência do serviço de agenda na SIC

Os dados da agenda e da marcação de serviços da SIC foram adquiridos na semana de 30 de abril a 6 de maio de 2012, segunda-feira a domingo. A colheita destes dados encontra-se no Anexo 1.

Em primeiro lugar, foi feito um levantamento dos dados numéricos de acontecimentos agendados e marcados de modo a averiguar a influência dos registos assinalados no serviço de agenda na efetuação da marcação de serviços, ou seja, reportagens. Estes valores encontram-se na Tabela 1.

	A	B	C	D
Data	Total Agendado (Agenda)	Marcações que vieram da Agenda	<i>Outsiders</i> acrescentados à <u>Marcação de Serviços</u>	Total Marcado (<u>Marcação de Serviços</u>)
30-04-2012	34	10	+ 24	= 34
01-05-2012	33	11	+ 18	= 29
02-05-2012	60	20	+ 18	= 38
03-05-2012	60	19	+ 17	= 36
04-05-2012	45	10	+ 25	= 35
05-05-2012	59	11	+ 10	= 21
06-05-2012	27	5	+ 11	= 16
Média da semana	45	12	+ 18	= 30

Tabela 1: Dados numéricos de acontecimentos agendados e marcados

Após a aquisição dos dados, fez-se a média percentual de cada variável e outros cálculos vistos necessários para uma análise mais detalhada da influência do serviço de agenda da SIC. Utilizando os dados obtidos na Tabela 1, os cálculos utilizados foram os seguintes:

$$\% \text{ da Agenda utilizada} = \frac{B}{A} \times 100$$

$$\% \text{ de Marcações que vieram da Agenda} = \frac{B}{D} \times 100$$

$$\% \text{ de Outsiders acrescentados à Marcação de Serviços} = \frac{C}{D} \times 100$$

Estes valores encontram-se na Tabela 2.

Dia	% da <u>Agenda</u> utilizada	% de <u>Marcações</u> que vieram da <u>Agenda</u>	% De <u>Outsiders</u> acrescentados à <u>Marcação de Serviços</u>
30-04-2012	29	29	71
01-05-2012	33	38	62
02-05-2012	33	53	47
03-05-2012	32	53	47
04-05-2012	22	29	71
05-05-2012	19	52	48
06-05-2012	19	31	69
Média da Semana (%)	27	41	59

Tabela 2: Tratamento de dados da Agenda e da Marcação de Serviços (%)

Relativamente à utilização da agenda, podemos constatar através da Tabela 1 que, em média, foram agendados 45 acontecimentos durante a semana destacada. Destes 45 acontecimentos, verificamos, através da Tabela 2, que em média só 27% dos acontecimentos agendados passaram

para a marcação de serviços como possíveis reportagens. Apesar de à primeira vista, avaliarmos um pouco aproveitamento de acontecimentos provenientes da agenda, observámos que, no entanto, a média percentual de marcações derivadas da agenda, isto é, da segunda triagem, ronda os 41%, o que evidencia uma maior influência da agenda nas reportagens marcadas. Aliás, observamos no Gráfico 1 que nos dias 2, 3 e 5 de maio de 2012 a média de marcações que derivaram da agenda encontra-se acima dos 50%.

Justificamos a baixa média percentual de acontecimentos agendados que passaram para a marcação de serviços (27%) com o facto de que, comparativamente à agenda, em que o número de serviços agendados pode ser ilimitado, a marcação de serviços comporta um número limitado – ou seja, podendo haver um dia em que são realizados 60 eventos e a agenda poder agendá-los todos, no entanto, depois tem de haver uma seleção entre esses eventos para a marcação de serviços, porque só é possível realizar n reportagens por dia (dependendo do dia) e nem tudo pode ser realizado em reportagem.

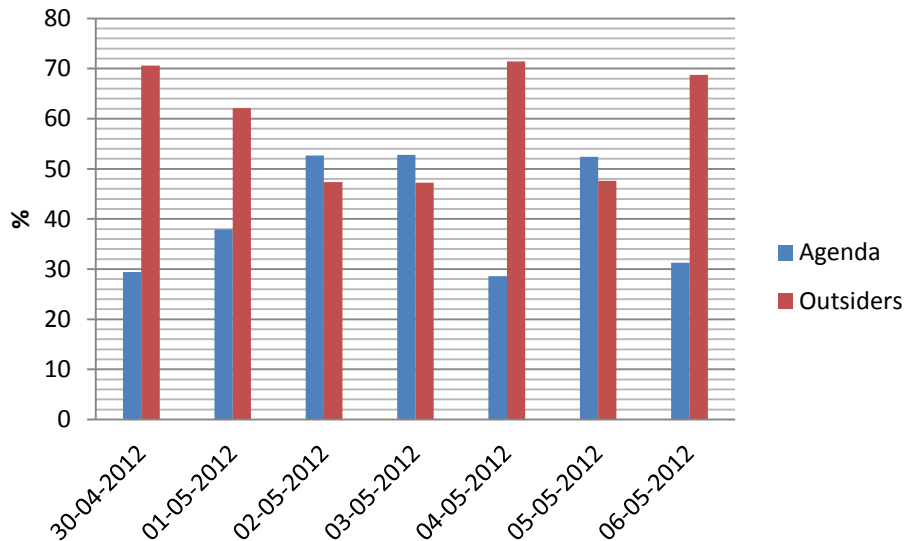


Gráfico 1: Marcação de Serviços

Damos destaque também a acontecimentos externos acrescentados à marcação de serviços que não derivaram da agenda, os “*outsiders*”. Considera-se importante, portanto, referir que, em média, 59% das marcações derivam dos *outsiders* externos como observado no Gráfico 2.

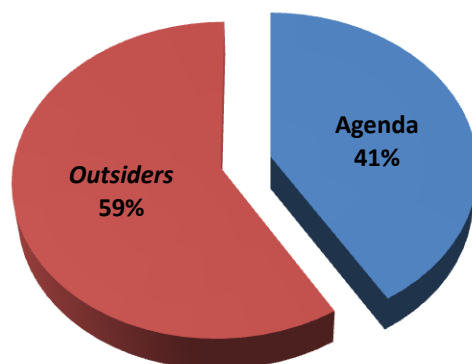


Gráfico 2: Marcação de Serviços (média semanal)

Como averiguado durante a experiência de estágio na SIC, na grande maioria, os *outsiders* partem de diversas situações. Exemplifiquemos:

- 1) Acontecimentos que surgiram no próprio dia, logo, que não poderiam ser planeados ou agendados antecipadamente. Exemplifiquemos como no dia 3 de maio de 2012, em que surgiu uma Assembleia Geral Extraordinária da Liga de Clubes que não estava prevista na agenda para esse dia. Neste caso, encontramos uma situação em que a SIC não tinha conhecimento do evento até ao próprio dia e que, no entanto, resolveu marcar uma reportagem em direto sugerindo ser de valor-notícia. Outro exemplo são acontecimentos de última hora, como, por exemplo, a ocorrência de acidentes, conflitos ou assaltos como foi o caso do dia 30 de abril de 2012 em que verificamos uma marcação às 21:00 devido a um assalto ao posto Vimeca em Carnaxide.

- 2) Ocorrências que apesar de terem podido chegar à agenda, não serem situações agendáveis em datas específicas. Esta situação foi abordada em entrevista à Coordenadora da agenda de informação da SIC, Ana Luísa Galvão (ALG), que refere:

Há muito trabalho invisível que não chega à agenda quando falamos na parte que está escrita, que está inscrita no computador e que está acessível aos editores para quando for marcar reportagens. Há muito trabalho que chega aqui que não é uma coisa do dia, é uma notícia, é um assunto que nos merece atenção mas pode ser feito em qualquer dia, não num dia específico. Dependerá da disponibilidade da pessoa, dependerá da nossa possibilidade em termos humanos e técnicos, que pode ser feito dentro de um prazo razoável mas que não tem um dia exato para ser feito.

Recordamos que uma das tarefas dos profissionais da agenda é o atendimento de telefonemas, cartas regionais ou eletrónicas, de cidadãos, muitas vezes a reportar casos de despejo habitacional, de erros médicos, judiciais ou mesmo situações insólitas como exemplificado por Ana Luísa Galvão quando refere uma reportagem sobre um tetraplégico a quem foi dada uma carta de condução errada. São situações como estas que não são agendáveis numa data específica e que, na grande maioria das vezes, merecem investigações mais pormenorizadas por parte dos jornalistas, logo, levando mais tempo.

- 3) Acontecimentos exteriores ou situações que partem da iniciativa dos jornalistas. Como cidadãos, os próprios jornalistas muitas vezes empregam a sua própria vivência, ou seja, ao estarem atentos à realidade social, à atualidade informativa e mesmo a outros órgãos de comunicação. Trata-se de produções mais trabalhadas e pormenorizadas por parte dos jornalistas, muitas vezes precisamente para se diferenciar da concorrência.

Concluindo este ponto sobre o uso dos *outsiders*, ALG observa que

É nesse sentido que muitas vezes o trabalho que é feito aqui não está na agenda mas partiu e nasceu na Agenda, assim como pode ter nascido de um jornalista que foi à rua e que foi abordado por uma pessoa. Todos nós somos jornalistas e temos sempre de ter as ‘antenas’ ligadas.¹

Voltando aos dados empíricos apresentados na Tabela 1 e na Tabela 2, verificamos ainda que durante os dias de fim-de-semana (dias 5 e 6 de maio de 2012) surgem muito menos acontecimentos na marcação de serviços do que durante a semana. Esta ocorrência decorre

¹ Ver Anexo 2

primeiramente do facto de se encontrar um menor número de jornalistas e repórteres de imagem a trabalhar ao fim-de-semana. Em segundo lugar, muitas vezes aquilo que é apresentado no telejornal ao fim-de-semana deriva de acontecimentos já realizados durante a semana anterior ou então de assuntos conhecidos com antecedência que irão ocorrer durante o fim-de-semana ou a próxima semana, logo, que serão tema de conversa do momento para o público.

Estes assuntos muitas vezes podem ser trabalhados e produzidos durante a semana anterior por uma equipa de jornalistas que prepara grande parte do que se irá suceder ao fim-de-semana. Em entrevista a Maria João Ruela, diretora executiva de informação da SIC e coordenadora do jornal de fim-de-semana, foi-nos dado o exemplo de um fim-de-semana no qual iria ser lançado um livro escrito pela Presidente da Comunidade Judaica em Portugal sobre judeus portugueses. Sobre o exemplo dado, Maria João Ruela (MJR) revelou-nos como delineou o trabalho da equipa:

Pedi à equipa que está a trabalhar durante a semana que fizesse um trabalho precisamente sobre isso – reunindo relatos e até tentando entrevistar subservientes que ainda possam ter esse registo. Portanto nós não vamos à marcação de serviços ao lançamento do livro em si mas vamos abordar o tema com uma reportagem que foi preparada antes e que não tem necessariamente a ver com os conteúdos todos do livro. Mas é um tema que se vai falar nesse fim-de-semana.

Daí presenciarmos uma fraca representação de acontecimentos agendados na marcação de serviços durante o fim-de-semana, pois existe muito trabalho previamente feito durante a semana de modo a promover uma maior organização e acomodar a falta de meios presentes ao fim-de-semana.

Uma vez averiguada a influência dos acontecimentos planeados na agenda nas marcações de reportagens, decidimos confrontar a proporção de acontecimentos que estão na marcação de serviços com os efetivamente realizados enquanto reportagem. Como referido anteriormente, anotámos as ocorrências extra-jornalísticas que intervêm durante o processo de seleção e produção de notícias. Falamos, portanto, de critérios imponderáveis que, mesmo que um acontecimento esteja registado na marcação de serviços, levam à não-concretização de uma reportagem. Sobre estes critérios, Ana Luísa Galvão confessou:

O ideal seria apenas ter critérios jornalísticos e trabalhar em função disso. [...] Todos estamos condicionados por coisas que ocorrem sem previsibilidade. Como todos, estamos condicionados por coisas imprevisíveis, somos humanos... Os carros podem avariar, podem ter furos, pode não haver repórteres de imagem, não haver meios.

De modo geral, tudo aquilo que é registado na marcação de serviços converte-se em reportagem. No entanto, nem todas as marcações registadas são realizadas como reportagens, ou seja, algumas marcações ficam para trás devido aos denominados “critérios extra-jornalísticos” acima referidos.

Os dados numéricos representativos das reportagens realizadas de 30 de abril a 6 de maio de 2012 encontram-se na Tabela 3.

	E		F		G
Dia	Marcações que vieram da Agenda que foram realizadas		Outsiders Realizados		Total de reportagens realizadas
30-04-2012	9	+	19	=	28
01-05-2012	10	+	15	=	25
02-05-2012	11	+	16	=	27
03-05-2012	15	+	14	=	29
04-05-2012	10	+	22	=	32
05-05-2012	9	+	10	=	19
06-05-2012	4	+	9	=	13
Média da Semana	10	+	15	=	25

Tabela 3: Dados numéricos de reportagens realizadas da Marcação de Serviços

Uma vez obtidos os dados numéricos representativos das marcações de serviços que foram efetivamente realizadas, fez-se a média percentual de cada variável para uma análise mais detalhada. Utilizando os dados obtidos nas Tabelas 2 e 3, os cálculos utilizados foram os seguintes:

$$\% \text{ de Marcações realizadas} = \frac{D}{G} \times 100$$

$$\% \text{ de } \textit{Outsiders} \text{ realizados} = \frac{F}{C} \times 100$$

$$\% \text{ da Agenda realizada em Reportagem} = \frac{E}{A} \times 100$$

$$\% \text{ de Marcações que vieram da Agenda Realizadas} = \frac{E}{B} \times 100$$

Estes valores encontram-se na Tabela 4.

Dia	% de Reportagens realizadas	% de <i>Outsiders</i> realizados	% de marcações da Agenda realizadas	% da <u>Agenda</u> realizada em reportagem
30-04-2012	82	79	90	26
01-05-2012	86	83	91	30
02-05-2012	71	89	55	18
03-05-2012	81	82	79	25
04-05-2012	91	88	100	22
05-05-2012	90	100	82	15
06-05-2012	81	82	80	15
Média da Semana (%)	83	85	79	21

Tabela 4: Tratamento de dados das reportagens realizadas da Marcações de Serviços (%)

Por “Percentagem da Agenda Realizada em Reportagem” referimo-nos ao conjunto do serviço de agenda da SIC, ou seja, de tudo aquilo que foi agendado, qual é a percentagem que foi efetivamente realizada em reportagem. Por outro lado, a “Percentagem de Marcações da Agenda realizadas” refere-se às marcações que vieram da agenda e que foram realizadas, ou seja, qual é a percentagem dos dados obtidos na Tabela 1 na coluna B (Marcações que vieram da Agenda) que foram efetivamente realizados em reportagem.

A não-concretização de marcações registadas na marcação de serviços está representada em todos os dias aqui estudados como, por exemplo, se observarmos a Tabela 3, podemos constatar que, no dia 30 de abril 2012, das 34 marcações registadas, somente 28 subsistiram como reportagens. Outra situação aqui constatada é o facto de que em média são realizadas como reportagens mais marcações provenientes de *outsiders* do que provenientes da agenda – durante a semana estudada, foram concretizadas em média 25 reportagens das quais, em média, 15 foram *outsiders* e 10 da agenda.

Através da Tabela 4, podemos constatar que em média, só 21% daquilo que foi registado na agenda é que se concretizou como reportagem. Por outro lado, relativamente aos registos na marcação de serviços que derivaram da agenda, em média 79% foi concretizado como reportagem. Presenciamos, portanto, uma forte representação de acontecimentos provenientes da agenda nas reportagens efetivamente realizadas, tendo na sexta-feira, dia 4 de maio 2012, sido realizados na totalidade – no entanto, dia 2 de maio 2012 conferimos uma quebra significativa na qual somente 55% das marcações derivadas da agenda foram realizadas, como se verifica no Gráfico 3. Relativamente aos *outsiders*, em média 85% dos que estão marcados foram realizados. Logo, evidenciamos que a maioria destes é concretizada, tal como ocorre nas marcações provenientes da agenda.

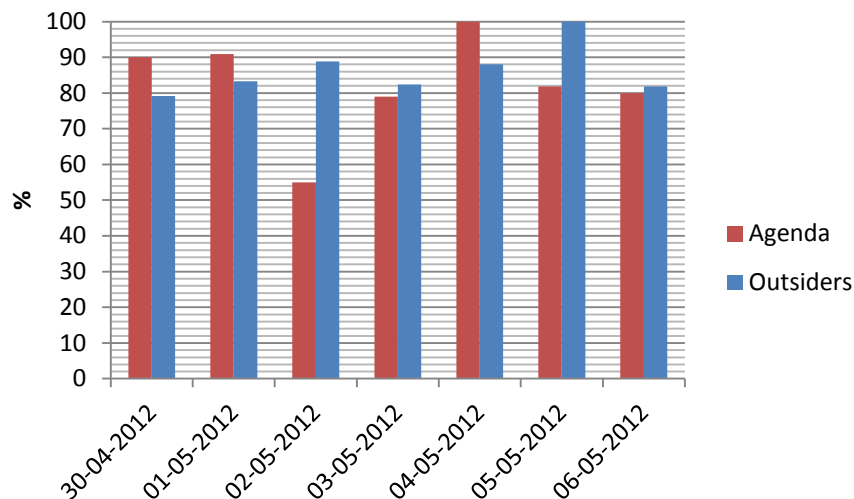


Gráfico 3: Reportagens realizadas

Destacamos aqui a relevância das reuniões de planeamento na redação de informação da SIC. Diariamente decorrem duas reuniões na redação, uma de manhã e uma de tarde. Nestas reuniões estão presentes os diretores, editores das diversas áreas, editores executivos e coordenadores regionais. A reunião da tarde é trabalhada com base na agenda, portanto é, sobretudo, uma reunião de planeamento na qual são efetuadas as marcações de serviço do dia seguinte. ALG descreveu-nos este processo:

Marcam-se as coisas do dia seguinte, conversa-se sobre os eventos que possam ter lugar nos dias mais à frente e que também podem ser trabalhados antes – organizar o que fazer e que pessoas destacamos para começar a trabalhar neles.

Quanto à reunião da manhã, ALG revela:

A reunião da manhã é uma reunião mais reativa e de reajustamento em função de outras notícias que tenham surgido no dia e ajustar aquilo que estava planeado à realidade daquele próprio dia. Estabelecer prioridades e eventualmente reorganizar em termos de gestão das equipas e da importância relativa dos eventos que estão previstos reajustados em função dos que são mais prementes e que são registados naquele próprio dia [...] A reunião da manhã é mais reativa, de ajustamento e de flexibilização em relação a outras coisas que surgiram e que não eram previsíveis.

Daí surgirem os *outsiders* ou a não concretização de uma ou outra marcação. Nestas situações, apesar de já terem sido efetuadas todas as marcações de serviços na reunião de planeamento, no dia seguinte surgem coisas novas em cima da hora que, por vezes, fazem cair umas marcações

em função de outras. O critério de seleção utilizado nesta situação é, de acordo com Elizabete Marques, coordenadora da editoria de desporto,

A atualidade e a importância. Um serviço marcado hoje pode ser muito importante – mas amanhã face aos acontecimentos que possam surgir, pode deixar de ser importante. Portanto, o que se faz é o reajustamento de, quando necessário, da agenda e da marcação de serviços, e agendam-se outros e marcam-se outros... é uma dinâmica.

Estando presentes os diferentes editores e coordenadores da redação de informação da SIC, estas reuniões permitem ainda a troca de ideias e o surgimento de novos serviços e novas produções que, eventualmente, a SIC possa produzir. As reuniões de planeamento envolvem não só a nível da direção da redação de informação da SIC mas também a parte de produção. As chefias da área da produção necessitam de estar presentes pois são estes que marcam os diretos, formalizam os pedidos de autorização dos locais a gravar, e averigam os meios necessários para cada reportagem. Ademais, é essencial que esteja presente também o dirigente dos repórteres de imagem que examina até que ponto a reportagem é exequível e define a disponibilidade de repórteres para o dia e a hora em questão. Ana Luísa Galvão revela-nos:

É uma reunião bastante informal e com achegas daqui e dali, cada um a puxar a brasa à sua sardinha, mas daí que resulta depois o trabalho final e da maneira como as coisas são construídas. É importante esta informalidade. Na verdade é o que é mais proveitoso – aquilo que resulta da discussão e da troca de ideias e da participação.

Uma vez obtidos todos os dados relativos à influência do agendamento no funcionamento da redação de informação da SIC, nomeadamente na marcação de serviços, podemos reconhecer que apesar de serem introduzidos acontecimentos externos ao que é agendado diariamente pelo serviço de agenda, esta mantém uma carga acentuada naquilo que é introduzido na marcação de serviços. No entanto, em entrevista com os editores e diretores responsáveis pelo serviço de planeamento de reportagens, conseguimos averiguar qual a real utilidade do serviço de agenda na marcação de serviços. As opiniões surgem divididas. Maria João Ruela, diretora executiva, uma dos dirigentes responsáveis pela palavra final na marcação de serviços de todas as editorias, falou-nos sobre a importância da agenda:

Eu tenho que ir à agenda para saber aquilo que é agendado para o dia, obviamente que eu não sei de cor a agenda do Passos Coelho, vou ao serviço de agenda para saber o que é que ele vai fazer no dia seguinte. Obviamente que há muitas coisas que são feitas pela leitura dos jornais, pelo pessoal da agenda, que sugerem diretamente ou me chamam à atenção quando são eventos para o fim-de-

semana. Daquela quantidade de serviços que lá estão, destacam um ou outro porque como eles tiveram o contacto mais próximo da fonte, o pessoal da agenda também pode chamar-me um bocado mais à atenção. Obviamente que é obrigatório recorrer-me ao que está lá na agenda.

Enquanto a agenda dos partidos políticos e das organizações governamentais ou sindicais surgem, na grande maioria das vezes, na agenda, pois é este o serviço que recebe esse tipo de informações, já as editorias de desporto ou de cultura, por vezes, estando ligadas a áreas mais pequenas, sentem a necessidade de criar os seus próprios contactos e de ter uma ligação mais próxima e menos formal com as entidades das áreas. De acordo com as coordenadoras das editorias de desporto e de cultura, ambas sentem a necessidade de formar a sua própria agenda, mesmo que no serviço de agenda da SIC também esteja notificado o mesmo evento. Elizabeth Marques, coordenadora de desporto revela:

Eu própria tenho o cuidado de ter a minha própria agenda e tenho o cuidado também de pôr coisas na agenda sempre que se justifique. Por exemplo, recebi agora um e-mail com o lançamento do livro do Paulinho do Sporting, o que é que eu faço? Reencaminho o e-mail para a agenda e ponho na minha própria agenda porque essencialmente me permite planeamento, permite uma organização melhor do dia-a-dia. Como esta é uma área específica, as empresas e os clubes mandam diretamente para o desporto, para a área do desporto, e quando é uma coisa agendável eu reencaminho para a agenda e ponho também na minha própria agenda que é para ter a certeza que não vamos falhar o serviço.

Graça Costa Pereira, coordenadora de cultura, também refere:

É raro a agenda ter alguma coisa extra que eu não tenha. Olho para a agenda por obrigação profissional mas é muito raro haver alguma coisa que eu não tenha tido conhecimento antes. A editoria existe desde 2005 e somos os mesmos desde essa altura. Portanto todos temos imensos contactos, imensas vias de chegada de informação e portanto, quase sempre mandam diretamente para nós. Vejo a agenda por uma questão de descargo de consciência... não vá haver alguma coisa que eu tenha falhado, mas é raro ver lá alguma coisa que eu pense que não tinha encontrado ou sabido. Acontece, mas é muito raro.

Observamos, portanto, que o serviço de agenda é, de facto, importante para o processo de planeamento e organização de reportagens. No entanto, o facto de desporto e cultura derivarem de nichos de mercado mais específicos e, possivelmente, mais restritos, resulta na formação do seu próprio grupo de relacionamentos e contactos de trabalho.

4.4. Temáticas hegemónicas nas notícias da SIC

De seguida passaremos à análise dos assuntos ou acontecimentos predominantes na agenda e na seleção para a marcação de serviços. Fizemos, portanto, um levantamento das categorias temáticas de acontecimentos agendados e marcados durante a mesma semana estudada – de 30 de abril a 6 de maio de 2012, segunda-feira a domingo.

Os acontecimentos foram divididos nas seguintes categorias temáticas: Sociedade, Política, Economia, Desporto e Cultura. A razão pela qual foram estas as categorias escolhidas resulta do facto de serem estas utilizadas na agenda da SIC. Destacamos, no entanto, que nos registos de agenda encontram-se ainda duas categorias temáticas adicionais: Porto e Internacional. De modo geral, tudo aquilo que ocorre no norte do país, nas proximidades da região do Porto, é tratado pela direção regional da SIC do Porto, no entanto, tudo aquilo que é agendado passa pela sede em Lisboa mas é destacado como pertencente à região do Porto, logo, não sendo necessária uma categoria temática delineada. Quanto a acontecimentos internacionais, sendo poucos, considera-se desnecessária a delimitação em categorias temáticas específicas. Apesar de não ser necessário para a redação de informação da SIC esta distinção, de modo a analisar a preponderância de categorias temáticas, decidimos dividir tudo aquilo pertencente às categorias de “Porto” e “Internacional” nas restantes categorias temáticas acima apresentadas.

Os dados relativos à proporção de categorias temáticas no serviço de agenda encontram-se na Tabela 5.

Dia	Categorias					Total de Notícias
	Sociedade	Política	Economia	Desporto	Cultura	
30-04-2012	12 (35%)	5 (15%)	7 (21%)	2 (6%)	8 (24%)	34
01-05-2012	12 (35%)	6 (18%)	10 (29%)	2 (6%)	4 (12%)	34
02-05-2012	21 (35%)	14 (23%)	15 (25%)	2 (3%)	8 (13%)	60
03-05-2012	34 (53%)	11 (17%)	8 (13%)	4 (6%)	7 (11%)	64
04-05-2012	15 (33%)	8 (18%)	6 (13%)	3 (7%)	13 (29%)	45
05-05-2012	34 (58%)	9 (15%)	1 (2%)	11 (19%)	4 (7%)	59
06-05-2012	17 (63%)	5 (19%)	0 (0%)	2 (7%)	3 (11%)	27
Média da Semana	21(45%)	8 (18%)	7 (15%)	4 (8%)	7 (15%)	323

Tabela 5: Categorias Temáticas da Agenda (valor absoluto e relativo percentual)

A média percentual de categorias temáticas da agenda da semana estudada está representada no Gráfico 4.

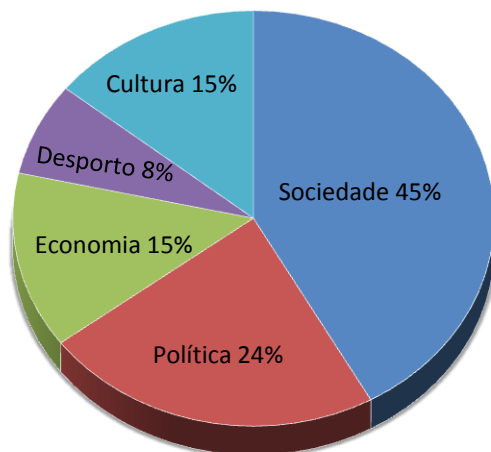


Gráfico 4: Categorias Temáticas da Agenda (valor relativo percentual)

Quanto à proporção de categorias temáticas na agenda, podemos constatar que quase metade dos acontecimentos agendados é relativa à sociedade (45%). A categoria de sociedade engloba uma diversidade de assuntos – desde julgamentos a eventos de solidariedade, desastres e conflitos, ou mesmo *fait-divers* sobre assuntos variados como, por exemplo, o início da época balnear ou a família de falcões que escolheu como ninho uma floreira de uma janela de um prédio na Amadora. Por norma, tal com explicado pela diretora executiva e coordenadora do jornal de fim-de-semana da SIC, Maria João Ruela (MJR), “o fim-de-semana é por natureza um tempo em que os jornais, além de terem uma duração maior, também as pessoas estão mais distendidas e têm abertura para ver outro tipo de informação” – o que estimula uma maior preeminência de temas relativos à sociedade, sobretudo os ditos *fait-divers*.

Esta particularidade pode ser constatada através da Tabela 5 na que observamos um aumento de agendamentos sob a categoria de sociedade durante o fim-de-semana de 5 a 6 de maio. MJR revela o que sucede ao fim-de-semana:

Há temas mais de *fait-divers*, por exemplo, fenómenos sociais urbanos como, por exemplo, agora há aquela mania de fazer jantares com desconhecidos, ou cursos de cozinha... Eu tento, de alguma maneira, que haja o reflexo desses novos fenómenos que fazem pequenas modas. Tento que se faça peças sobre isso porque as pessoas leem isso nas revistas e nos jornais porque o jornal tem muitas vezes páginas dedicadas a esses assuntos mais ligeiros – e eu tento também que os jornais ao fim-de-semana também tenham um lado mais *magazine* desse ponto de vista. Às vezes novos animais do jardim zoológico, por exemplo, porque dá sempre imagens.

Por norma, ao fim-de-semana são agendados mais acontecimentos de *fait-divers* como as feiras tradicionais e regionais, maratonas, ou atividades lúdicas. São eventos que dão sempre boas imagens e “ao fim-de-semana como há mais distinção também há mais apetência para esse tipo de conteúdos.” Por outro lado, durante a semana os assuntos relativos à sociedade que são agendados são, na grande maioria, conferências, seminários ou julgamentos de casos em tribunal que não ocorrem durante o fim-de-semana. Podemos, desde já, associar a primazia de assuntos relativos à sociedade aos critérios de noticiabilidade segundo a teoria de Nelson Traquina (2007). Os assuntos agendados sob a categoria de sociedade revelam a tendência de seguir os seguintes critérios: 1) Relevância: o impacto que o assunto tem perante o telespectador; 2) Novidade: algo que capte a atenção do telespectador e introduza algo de novo como, por exemplo, os fenómenos sociais urbanos acima referidos; 3) Visualidade: bom material visual sobre o acontecimento a ser noticiado; 4) Dramatização: o acontecimento desperta o lado emocional do telespectador; 5) Morte: a negatividade; e 6) Personalização: o telespectador identifica-se com o acontecimento noticiado.

Como tivemos a oportunidade de averiguar, os assuntos explorados pela categoria de sociedade reúnem uma diversidade de temas – tanto podemos ter casos de acidentes que podem englobar todos os critérios referidos, como podemos ter casos judiciais que revelam apenas abranger os critérios de relevância e novidade mas que no entanto são considerados assuntos de extrema importância para os telespectadores enquanto cidadãos. Os *fait-divers*, no entanto, são conhecidos pela sua linguagem simples e familiar que remete a critérios relativos à atualidade, à ilusão da proximidade, à consonância da notícia, ao impacto perante o telespectador e, por fim, a

dramatização que estimula o lado emocional do telespectador. Aqui podemos ainda confrontar os conteúdos de *fait-divers* como sendo associados à denominada “informação-espetáculo” que, apesar de não terem um grande conteúdo informativo, possuem a capacidade de estimular o telespectador pelo seu lado de entretenimento (Canavilhas, 2001; Brandão, 2007). Referimo-nos aos dramas da vida privada, acidentes trágicos, atos heroicos, histórias insólitas, erros judiciários, manifestações, curiosidades sociais ou da natureza, que são por muitas vezes noticiados, pois são o tipo de informação que presume-se ter impacto perante o telespectador por suscitarem a curiosidade humana.

De seguida, observamos a partir da Tabela 5 que assuntos relativos à política se destacam em média com 18% da totalidade dos acontecimentos agendados e assuntos relativos à economia se destacam com uma média de 15%. Através da Tabela 5, podemos constatar que, a grande maioria dos acontecimentos agendados sob a categoria de economia se sucedem nos três primeiros dias da semana, tendo sido ao fim-de-semana agendado apenas um evento. Já os acontecimentos relativos à política se apresentam mais dispersos pela semana toda. Sobre estes agendamentos, MJR revela:

Há matérias que são obrigatórias marcar. Obviamente que a agenda do Primeiro-Ministro, a agenda dos líderes de oposição, a agenda do Presidente da República, das centrais sindicais... Tendo em conta o atual contexto, do Banco de Portugal. São praticamente serviços que temos que marcar por obrigação, de serviço de agenda, de atualidade, de acompanhamento da atualidade. Depois haverá outras circunstâncias, por exemplo, conferências ou seminários onde nós vemos que está presente determinado ministro na atual conjuntura – o ministro das finanças e o ministro da economia acabam por ser ministros quase incontornáveis. Acabamos por marcar também quase todos os serviços, mesmo que não seja de iniciativa do Ministério ou do Governo. Mas conferências ou outro tipo de iniciativas nas quais eles estejam presentes acaba por ter outro critério de marcação – pela presença deles ou pela presença de eventuais economistas ou pessoas que tenham opiniões que nos interessem ouvir.

A política e a economia revelam-se, portanto, como assuntos incontornáveis no processo de agendamento da SIC. A estas duas categorias temáticas está intrinsecamente associado o valor-notícia de notoriedade, ou seja, da referência ou participação de pessoas elite. A importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento define o agendamento ou não-agendamento do mesmo. Como podemos constatar através do testemunho de MJR, “a presença de determinado grupo de pessoas define um critério para marcar serviços.”

O desporto evidencia-se como a categoria temática com menor proporção percentual relativamente aos assuntos agendados – a este facto podemos revelar, como testemunhas participantes de trabalho jornalístico na editoria de desporto durante o estágio, que grande parte da informação desportiva portuguesa ocorre durante o fim-de-semana, altura em que decorrem os jogos de futebol, e também ao final da semana com conferências de imprensa antecedendo estes jogos. Destacamos ainda o facto de a informação desportiva televisiva dar predominância a uma única modalidade desportiva: o futebol. Em entrevista, a coordenadora da editoria de desporto, Elisabete Marques, revela:

Há coisas que são marcadas sempre – os jogos são marcados sempre, conferências de imprensa de antevisão aos jogos também. Em torno dos três grandes clubes (Benfica, Sporting e FC Porto) normalmente. Eventualmente, quando é possível, também dos clubes que vão jogar contra os três grandes.

Sendo os “três grandes” referidos os clubes de futebol que com de uma maior história a nível nacional e internacional, e que são os habituais primeiros classificados ou vencedores do campeonato nacional de futebol, são estes os clubes que, geralmente, têm uma maior popularidade a nível de adeptos. A hegemonia destes clubes resultará, portanto, em mais audiências televisivas o que, para a SIC, é seguramente proveitoso. Os critérios de noticiabilidade que advêm deste monopólio de clubes são em primeiro lugar a notoriedade, ou seja, a importância dos três grandes clubes revela um maior agendamento dos jogos dos mesmos. De seguida, destacamos a relevância e a proximidade cultural – o futebol é um fenómeno cultural na sociedade portuguesa, é o alvo das atenções de milhares de telespectadores e a modalidade que mais capacidade mobilizadora demonstrou possuir. A esta hegemonia do futebol podemos, no entanto, contrapor que a capacidade mobilizadora do futebol, nomeadamente dos “três grandes” promove a desigualdade informativa para com os restantes clubes, que se vêm esquecidos pelos *media*, o que motiva, portanto, que grande parte da população adepta de futebol esteja mais suscetível e apoie aqueles três clubes.

Dependendo da semana, haverá mais ou menos acontecimentos que possam ser agendados relativos a desporto. Perante uma semana em que se sucedem os jogos de competição europeia de clubes, como é o caso da Liga Europa, competição de que a SIC comprou os direitos de transmissão durante a última época, a transmissão de diretos, entrevistas, jogos e reportagens em

torno desta competição resulta numa proporção maior de agendamentos sob a categoria de desporto. O facto de um jogo de futebol ser transmitido pela SIC ganha, logo, uma maior preeminência a nível de número de reportagens e transmissões que são produzidas. Elizabeth Marques revela:

Há uma diferença obviamente. Temos que promover o que é nosso. Portanto aí montamos uma operação diferente do que aquela de quando o jogo não é nosso. Também já aconteceu nós juntarmos uma grande operação à volta de um jogo que não é nosso, mas o jogo era tão importante que obviamente não poderíamos deixar de marcar presença também com reportagens e diretos. Mas claro que quando os eventos são nossos, nós temos uma preocupação maior em relação aos meios, em relação aos custos em que se gasta um bocado mais... Tem que se promover.

Neste caso, a semana estudada coincidiu com a penúltima jornada da Liga de Clubes de futebol, altura em que o clube campeão já tinha sido encontrado, e em que houve um abrandamento de possíveis acontecimentos a agendar a nível nacional. Constatamos, no entanto, que os jogos da 29ª e penúltima jornada da Liga foram todos disputados no sábado, dia 5 de maio. Como é habitual nas últimas duas rondas do campeonato, os jogos entre equipas que disputem os mesmos objetivos realizam-se simultaneamente com o mesmo horário. Podemos observar este fenómeno através da Tabela 5 em que o número de agendamentos sob a categoria de desporto aumentou para 11 registos, ou seja, 19% da agenda – descendo logo de seguida no domingo, dia 06 de maio, para 7% com apenas dois registos.

Relativamente à categoria de cultura, podemos constatar através da Tabela 5 que, em média 15% dos eventos agendados provieram de cultura – tendo na sexta-feira, dia 4 de maio, atingido os 29% dos acontecimentos agendados para aquele dia, ou seja, dos 45 agendamentos, 13 derivaram de cultura. O facto de surgirem mais agendamentos a uma sexta-feira resulta, possivelmente, da ocorrência de mais eventos culturais ao final da semana, quando as pessoas estão mais abertas a este género de conteúdos. Por norma, ao longo da semana, existe uma maior disparidade de agendamentos sob a categoria de cultura. O dia 30 de abril, segunda-feira, surge, no entanto, com 29% de registos agendados sob a categoria de cultura, o que à primeira vista rejeita esta conclusão. Contudo, ao observarmos os conteúdos agendados para este dia, verificamos que estamos perante a um dia com uma particularidade que foge à norma – celebrou-se neste dia o dia internacional do jazz, o que estimulou uma maior atenção por parte da editoria de cultura a

este evento. Graça Costa Pereira (GCP), coordenadora da editoria de cultura, falou-nos em entrevista sobre os critérios utilizados na seleção de agendamentos:

Pode ser um critério que tem a ver com a notoriedade do artista. Se eu tenho a possibilidade de fazer um disco do Carlos do Carmo eu vou fazê-lo porque é um artista que chega a um maior número de pessoas. Quando é uma novidade, tento perceber se se enquadra naquilo que entendo que são os nossos públicos. Isto aplica-se sobretudo na área da música. A cultura é uma imensidão e nós fazemos todas as áreas.

Observamos, portanto, em primeiro lugar o critério de notoriedade da pessoa ou grupo a ser noticiado. Outro fator distinguido por GCP como valor-notícia foi o de proximidade cultural. GCP revela que, por exemplo, no cinema:

Tento dar cobertura no máximo aos filmes portugueses, todos eles, não há grandes exceções. Desde que eles forneçam material suficiente. Porque surgem muitas vezes coisas que por muito boas que sejam, não temos como mostrá-las em televisão [...] é preciso imagem e, portanto, não basta uma entrevista, não basta aquilo que se pode dar a um jornal que faz umas três ou quatro páginas.

A visualidade é fundamental para a televisão. Como revelado por GCP, tudo aquilo que é agendado na cultura é agendado porque se sabe que há imagens suficientes que possam dar notícia. Recordamos aqui o valor-notícia referido por Judy McGregor (2002) como sendo imperante no jornalismo televisivo pois motiva um outro valor-notícia consequente: a emoção. O poder visual do acontecimento a ser noticiado transmite proximidade e desperta emoções. Este fator é também referido em entrevista com a coordenadora da agenda, Ana Luísa Galvão:

O critério tem de ser um critério jornalístico com a predominância da notícia, mas temos também de pensar na imagem, nós trabalhamos em televisão. Temos de pensar na exequibilidade, da parte prática de como é que em televisão podemos fazer esta reportagem. Chegam aqui muitas coisas [à agenda] que eu penso que davam páginas inteiras num jornal, mas que para nós não interessa nada porque do ponto de vista da imagem não são trabalháveis ou o investimento que teríamos de fazer naquele assunto era desproporcional ao resultado. Portanto esse é um critério de seleção [...] Quando falo de critérios jornalísticos estou sempre a falar em televisão porque temos de ter sempre a noção de que trabalhamos para uma televisão. Isso é importante.

O facto de ser dada a prioridade à cobertura do cinema português, por exemplo, reflete o critério de relevância e de consonância, de modo a que a notícia possa ser interpretada num contexto conhecido. A proximidade geográfica é também um critério intrínseco revelado por GCP:

Infelizmente muitas vezes tem a ver com a proximidade de Lisboa e do Porto, sobretudo de Lisboa, porque é aqui que temos mais pessoas. Sempre que há alguma coisa fora de Lisboa, e fora dos grandes centros, eu tento arranjar maneira de irmos, por exemplo, quando são os festivais de verão. Tento sempre que a equipa seja destacada para lá, o que costuma acontecer nalguns casos. Noutros casos, não há orçamento e portanto não podemos dar, infelizmente, muitas das coisas que se passam em sítios do país que têm coisas ótimas.

Aqui podemos constatar, portanto, que os valores-notícia de proximidade geográfica e de custos ultrapassam o valor-noticioso. Quanto maior for a distância geográfica, mais dispendioso será para o canal na cobertura dos acontecimentos. O critério da logística surge também como outro condicionante na cobertura de eventos pois, mesmo que haja a disponibilidade orçamental poderá não haver a disponibilidade de pessoas e equipamentos para essa cobertura. Relativamente aos eventos culturais internacionais, como, por exemplo, as antestreias de filmes e entrevistas antecedentes, a SIC é convidada a estar presente nestes eventos pelos promotores e distribuidores de cinema em Portugal, tal como outros meios de comunicação. Aqui, o primeiro critério de seleção da presença da SIC, é as condições das entrevistas – caso haja a possibilidade de entrevistar os protagonistas do filme. Nestas situações o critério de orçamento normalmente não se aplica porque a equipa destacada à antestreia teria as despesas da viagem e de estadia pagas pelas distribuidoras, pagando apenas as despesas de alimentação. GCP salienta que “nunca fica muito caro uma dessas reportagens, apesar de parecer que é assim algo grandioso...é mais caro fazer um festival em Lisboa.”

Sobre os custos, GCP revela:

A SIC na cultura há muito tempo que investe pouco, sobretudo em coisas que se passam fora do país. Primeiro realmente não há dinheiro, segundo, porque temos um manancial de coisas aqui e já não faz muito sentido irmos fazer, como costumávamos fazer, o ARCO em Madrid, por exemplo, que é a maior feira de arte contemporânea na Europa. Fazermos isso e depois não pormos no ar o Centro de Arte Moderna, em Portugal, ou o Museu do Chiado? A opção é o que é que então nos ficará mais barato?

Com menos recursos financeiros, o canal vê-se, portanto, obrigado a promover mais eventos nacionais, o que pressupõe o critério de proximidade cultural e os critérios de relevância e

consonância. Contudo, esta restrição põe em causa a divulgação de outros eventos, mesmo que sejam geograficamente próximos.

Relativamente à proporção de categorias temáticas na marcação de serviços, estes dados encontram-se na Tabela 6.

Dia	Categorias					Total Marcações
	Sociedade	Política	Economia	Desporto	Cultura	
30-04-2012	18 (53%)	8 (24%)	3 (9%)	2 (6%)	3 (9%)	34
01-05-2012	15 (52%)	3 (10%)	6 (21%)	4 (14%)	1 (3%)	29
02-05-2012	22 (58%)	13 (34%)	1 (3%)	0 (0%)	2 (5%)	38
03-05-2012	21 (58%)	7 (19%)	2 (6%)	4 (11%)	2 (6%)	36
04-05-2012	14 (40%)	10 (29%)	5 (14%)	2 (6%)	4 (11%)	35
05-05-2012	8 (38%)	4 (19%)	1 (5%)	6 (29%)	2 (10%)	21
06-05-2012	10 (63%)	4 (25%)	0 (0%)	1 (6%)	1 (6%)	16
Média da Semana	15 (52%)	7 (23%)	3 (8%)	3 (10%)	2 (7%)	209

Tabela 6: Categorias Temáticas na Marcação de Serviços (valor absoluto e relativo percentual)

A média percentual de categorias temáticas da agenda da semana estudada está representada no Gráfico 5.

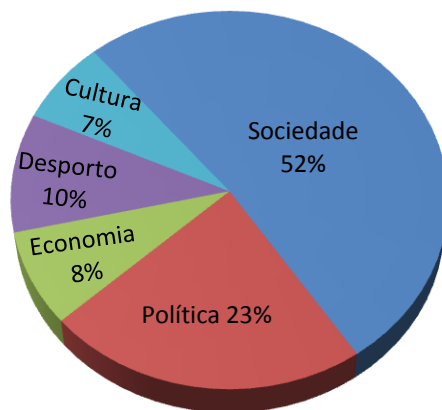


Gráfico 5: Categorias Temáticas na Marcação de Serviços (Valor relativo percentual)

Como podemos observar através dos quadros apresentados no Anexo 1, enquanto no serviço de agenda da SIC os eventos agendados encontram-se delineados por categorias temáticas, já a marcação de serviços não tem essa distinção. Decidimos, no entanto, produzir essa divisão temática nos eventos marcados na marcação de serviços, de modo a podermos analisar a proporção de categorias temáticas utilizadas na seleção de eventos a cobrir na SIC. Através da Tabela 6, podemos constatar que a proporção percentual de categorias temáticas mantém-se relativamente similar àquela encontrada na Tabela 5 relativamente à agenda.

A sociedade mantém-se como a categoria temática com a maior cobertura, tal como aconteceu na agenda. Em média, 52% daquilo que é marcado advém da sociedade, ou seja, mais de metade das marcações. Por exemplo, no dia 30 de abril 2012, 53% das marcações provieram de sociedade, ou seja, das 34 marcações, 18 enquadravam-se na categoria de sociedade. Como já tivemos a oportunidade de observar, a categoria de sociedade engloba uma diversidade de assuntos e, como tal, oferecem uma maior tendência de seguir os critérios de noticiabilidade necessários para a produção de notícias – desde a sua relevância perante o telespectador à possibilidade da personalização e dramatização (Traquina, 2007). Em entrevista, Maria João Ruela (MJR), diretora executiva da SIC, revela:

Há assuntos de sociedade, leitura de acórdãos, por exemplo – normalmente durante a semana – acórdãos de casos que tiveram impacto grande na sociedade ou que foram acompanhados por nós. Por exemplo, operações desencadeadas pelas polícias, conferências de imprensa de algum órgão de polícia criminal sobre a detenção de algum indivíduo ou para divulgar informações sobre algum assunto ligado à segurança que tenha relevância social. São tudo acontecimentos que nós marcamos que são sempre quase obrigatórios.

Acontecimentos de última hora como, por exemplo, a ocorrência de acidentes, conflitos ou assaltos, são também outros exemplos de marcações abrangidos pela categoria de sociedade que implicam uma perspetiva mais contextual do assunto a marcar. Em relação aos critérios que justifiquem a presença da SIC em acontecimentos, MJR revela:

Explodiu uma botija de gás? É obrigatório irmos. Isso é o acontecimento, são as notícias, nós temos que relatar o que está a acontecer. Um acidente grande que envolve muitas pessoas. Por exemplo, se há um acidente que provocou três feridos, apesar de serem feridos graves, não sei se se justifica estarmos a enviar uma equipa. Mas se houver um acidente, por exemplo, em alturas de muito movimento como a Páscoa, o Natal ou o Carnaval, em que as pessoas habitualmente viajam mais... Um acidente com quatro mortos justifica enviarmos.

Mas uma explosão de uma botija de gás, há um desaparecido numa barragem porque é um fim-de-semana de calor – o primeiro fim-de-semana do ano com calor e há uma pessoa que foi nadar e desapareceu da barragem, aí acho que sim, mas se isto acontecer a meio do verão se calhar já não ... é também um bocadinho dependendo dos vários contextos, há vários fatores que podem adicionar a tomada de decisão em relação a isso. Há coisas que são incontornáveis.

Observamos, portanto, que de modo a marcar uma ocorrência desta dimensão é necessário ponderar uma série de fatores e de ter em conta o contexto da mesma. As notícias negativas satisfazem os fatores de frequência e atualidade, são de fácil interpretação e promove o valor-notícia do inesperado (Galtung & Ruge, 1965). Observamos, através do testemunho de MRJ, que a utilização da “Lei de McLurg” entra, de certa forma, em ação na seleção de eventos a cobrir pela SIC – ou seja, o número de mortes é um fator a ter em consideração, no entanto, este fator é apenas tido em consideração dependendo do contexto da ocorrência. O facto é que a SIC não vai a todos os acontecimentos e desastres, vai aos que se enquadram, sobretudo, no critério do inesperado, daquilo que é fora da norma. Em entrevista com Ana Luísa Galvão, a coordenadora da agenda também abordou os critérios de seleção para eventos deste género:

Se envolve um número elevado de mortos, pode não haver morte nenhuma mas as três faixas da autoestrada do norte estão cortadas, até pode ter sido um camião com serradura que espalhou aquilo tudo e teve de se cortar o trânsito. Não vem daí nenhum mal ou bem, não há nenhum perigo de explosão... Tudo isso tem a ver com o perceber se, por exemplo, se for às quatro da manhã também não vale a pena irmos para lá a correr, se acabou de acontecer é evidente que talvez mereça a pena fazer.

O que é feito, portanto, é a filtragem da informação relativamente ao acontecimento; este trabalho é, por norma, realizado primeiramente no serviço de agenda. Esta filtragem de informação permite à equipa da SIC distinguir a dimensão e a gravidade do acontecimento de modo a tomar a decisão de destacar, ou não, uma equipa de reportagem.

De acordo com a Tabela 6, podemos constatar que, a única altura em que o valor percentual das marcações provenientes de sociedade esteve abaixo dos 50% foi nos dias 4 e 5 de maio 2012, sexta-feira e sábado. Tal como referido, mesmo que ocorra uma diversidade de eventos ao fim-de-semana que se possa agendar, a grande maioria destes não são marcados devido a fatores como, por exemplo, a falta de meios, ou melhor, de jornalistas e repórteres de imagem a trabalhar ao fim-de-semana. Sabemos ainda que, grande parte do trabalho apresentado no

telejornal ao fim-de-semana deriva de um trabalho realizado durante a semana antecedente, o que reflete uma queda de eventos marcados ao fim-de-semana.

A política mantém-se em segundo lugar com uma média percentual de 23% de marcações durante a semana estudada. Recordamos que, tal como referido anteriormente por MJR, a política centra-se como um dos assuntos incontornáveis no processo de seleção de notícias da SIC. A importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento define não só o agendamento ou não-agendamento do mesmo como também as marcações. Podemos referir que, devido à sua extrema importância e relevância no presente contexto político-social, grande parte daquilo que é agendado com a presença do Primeiro-Ministro, o Presidente da República e os líderes de oposição é consequentemente marcado enquanto reportagem. Tal como referido por MJR, “a presença de determinado grupo de pessoas define um critério para marcar serviços.”² Podemos constatar ainda que a grande maioria dos eventos marcados relativos à política ocorre durante a semana laboral. Por exemplo, no dia 2 de maio 2012 ocorreu uma maior proporção de eventos marcados, ou seja, 34% das marcações provieram da política; este fenómeno deriva do facto de neste dia terem ocorrido as audiências parlamentares.

A única alteração relativamente à proporção de eventos agendados e eventos marcados surge no facto de desporto surgir como a terceira categoria com maior cobertura, ao invés da economia como ocorrido no processo de agendamento. Em primeiro lugar, tal como referido, sabemos que a informação desportiva televisiva tende a dar predominância ao futebol. Em segundo lugar, recordamos que no sábado estudado ocorreu a penúltima jornada da Liga de futebol português, o que resulta no surgimento dos 29% de marcações desse dia derivarem da categoria de desporto. MJR destaca que

Os critérios que presidem à marcação de serviços ao fim-de-semana são iguais aos que presidem durante a semana – sendo que ao fim-de-semana tem sempre essa particularidade de haver um peso muito grande do futebol. Durante a semana muitas vezes não marcamos os treinos das equipas desportivas porque há uma distância maior em relação ao dia do jogo, mas ao fim-de-semana quando há treinos é quase obrigatório marcar porque habitualmente as conferências de imprensa são as conferências de imprensa de antecipação ao jogo – portanto, acaba por ter um critério.

2 Ibidem

A semana estudada coincidiu também com outro acontecimento desportivo – no dia 2 de maio 2012 o Real Madrid sagrou-se campeão espanhol de futebol, fazendo de José Mourinho o único treinador campeão em Espanha, Itália e Inglaterra. Podemos constatar que, por isso, no dia anterior, dia 1 de maio 2012, o número de registos agendados sob a categoria de desporto aumentou para 14% devido às reportagens de antecipação ao jogo decisivo. Em entrevista, a coordenadora da editoria de desporto, Elisabete Marques (EM), revela:

Quando o Mourinho foi campeão pelo Real Madrid nós tivemos duas equipas em Espanha, uma em Bilbao e outra em Madrid, porque era importante estarmos com o Mourinho num acontecimento daqueles em que seria campeão.

Sobre esta situação, EM revela como o valor da notícia se sobrepôs ao fator orçamental:

Aí obviamente tem que se equilibrar, tem que se ver se o valor-notícia sobrepõe ao custo daquela viagem. Se o assunto é importante ao ponto de irmos gastar esse dinheiro. Tem que haver aqui a relação entre o preço e a importância jornalística.

Relativamente à categoria temática de economia, destacada como a quarta categoria com maior propensão de eventos marcados, podemos constatar que, em média, dela provieram 8% das marcações da semana. Consideramos importante referir que, apesar da baixa média percentual de marcações no total da semana, no dia 1 de maio 2012 a proporção percentual de acontecimentos relativos à economia sobe para os 21%. Este fenómeno coincide com o facto da comemoração do dia internacional dos trabalhadores, a 1 de maio, que resulta na ocorrência de manifestações e movimentos promovidos pelas organizações sindicais por todo o país. Tendo em conta o atual contexto político-económico, torna-se imperativa a marcação de serviços como estes devido ao seu valor de relevância social, de acompanhamento de atualidade.

A categoria temática de cultura surge, por fim, com uma média de 7% de marcações de serviço durante a semana estudada – tendo na sexta-feira e no sábado, dias 4 e 5 de maio 2012, atingido os valores mais altos de proporção percentual de eventos marcados, com 10% e 11% respetivamente. Este fenómeno segue o mesmo raciocínio dos acontecimentos registados na agenda – ou seja, são marcados mais eventos à sexta-feira e ao sábado resulta, possivelmente, da ocorrência de mais eventos culturais ao final da semana quando as pessoas estão mais abertas a este género de conteúdos. Como podemos observar através da Tabela 6, ao longo da semana,

existe uma maior disparidade de agendamentos sob a categoria de cultura. O dia 30 de abril 2012, segunda-feira, surge com a terceira melhor proporção percentual, com 9% de registos agendados sob a categoria de cultura – este fenómeno resulta, possivelmente, do facto de neste dia se celebrar o dia internacional do jazz, o que o que estimula uma maior atenção por parte da editoria de cultura a este evento.

CONCLUSÃO

O relatório intitulado “A Seleção e o Agendamento de Notícias na SIC – Supremacia Noticiosa” é o resultado de um estudo de caso proveniente de uma experiência de estágio curricular de seis meses na redação de informação da SIC. Através de um estudo empírico do serviço de planeamento e de marcação de reportagens do canal estudado, bem como de realização de entrevistas, foi possível conferir os critérios de valor noticioso empregados na seleção de notícias. Recordamos que tivemos ainda a oportunidade de compreender de que forma é realizada a prática do agendamento nos noticiários da SIC. De modo a atingir o seu objetivo, a investigação implicou o conhecimento teórico de critérios jornalísticos que fornecem o alicerce para o funcionamento e a disposição de uma redação televisiva, tal como a sua organização, em termos práticos, na construção e produção de notícias.

Reconhecemos que a grande maioria das ideias e questões levantadas neste trabalho decorrem, sobretudo, da curiosidade pessoal pelo meio televisivo e, em particular, ao âmbito do telejornalismo. Dado que o estágio curricular concedido pela instituição em causa seria a primeira experiência profissional em jornalismo, consideramos que o exercício da profissão, do qual se destaca a integração do próprio nas rotinas e tarefas de produção de notícias, se revelou fundamental para a exploração do sistema que provê a lógica da atividade jornalística. A realização de um estágio curricular na área, aliada à pesquisa teórica apresentada, permitiram responder às questões colocadas pelo tema e, assim, averiguar a razão pela qual certos acontecimentos ou eventos são eleitos para a produção de reportagens noticiosas, enquanto muitos outros são ignorados.

Recorde-se que os primeiros dois meses de estágio foram realizados na agenda, ou seja, no serviço de planeamento da SIC. É na agenda que assistimos ao processo de seleção de acontecimentos a noticiar – é na agenda que se estabelece o primeiro passo do *gatekeeping*, sendo efetivamente as pessoas que trabalham na agenda os primeiros “guardiões” que fazem a triagem de acontecimentos a agendar. Durante a passagem pela agenda, tivemos a oportunidade de perceber o que pode, ou não, dar notícia e, assim, adquirir uma capacidade apurada de avaliação e seleção. Foi efetivamente esta primeira experiência na redação de informação da SIC que fomentou o nosso interesse particular pelo tema da investigação levada a cabo – foi durante

o tempo de trabalho em agenda que pudemos não só avaliar o processo de *gatekeeping* em termos práticos na seleção de informação, como também exercer essas mesmas funções, ganhando experiência na área. Consciente ou inconscientemente, os princípios do *gatekeeping*, *agenda-setting*, e *framing* fazem parte do dia-a-dia de quem trabalha na agenda da SIC – é aqui que é feita a primeira filtragem e seleção de acontecimentos a serem, ou não, noticiados. Consoante o que lhe parece ter interesse para a estação ou para a linha editorial, quem trabalha na agenda seleciona ou rejeita notícias. Uma vez produzida a agenda do dia, escolhida por quem lá trabalha, a função dos coordenadores de cada editoria passa pela escolha entre aquilo que já foi previamente selecionado, ou seja, é feita uma segunda filtragem de modo a produzir a marcação de serviços, isto é, a marcação de reportagens.

Através do estudo desenvolvido pudemos verificar a existência dos motivos pelos quais a informação televisiva veicula determinadas notícias, os motivos pelos quais determinadas categorias temáticas detêm uma maior preponderância na cobertura de notícias, e ainda a apetência pela cobertura de notícias entre o que já está agendado. Consideramos que o facto de se tratar de uma amostra de uma semana sugere que o aumento de dados para a análise traria mais informação para o estudo desenvolvido. Recordamos que, no entanto, a escolha da semana estudada foi realizada de modo aleatório, a fim de assegurar a validade de inferência estatística que pode ocorrer caso esta coincidissem com um período marcado por eventos de grande porte mediático já agendados, e ainda os fatores que possam ter condicionado os valores recolhidos também terem sido referidos durante a análise.

Uma vez recolhidos os dados dos serviços agendados, marcados e, posteriormente, realizados pela SIC durante um período de sete dias – entre 30 de abril a 6 de maio 2012 – constatámos a influência dos registos agendados na marcação e realização de reportagens. Relativamente ao aproveitamento do serviço de agenda da SIC, pudemos constatar que, em média, foram agendados diariamente cerca de 45 acontecimentos durante a semana destacada. Destes 45 acontecimentos, verificámos que, em média, só 27% dos acontecimentos agendados passaram para a marcação de serviços como possíveis reportagens. Apesar de à primeira vista, avaliarmos um pouco aproveitamento de acontecimentos provenientes da agenda, observámos que, no entanto, a média percentual de marcações derivadas da agenda, isto é, da segunda triagem, ronda os 41%, o que evidencia uma maior influência da agenda nas reportagens marcadas. Aliás, houve

dias em que a média de marcações provenientes da agenda se encontra acima dos 50%. Justificamos a baixa média percentual de acontecimentos agendados que passaram para a marcação de serviços (27%) com o facto de que, comparativamente à agenda, em que o número de serviços agendados pode ser ilimitado, a marcação de serviços comporta um número limitado – ou seja, podendo haver um dia em que são realizados 60 eventos e a agenda poder agendá-los todos, no entanto, depois tem de haver uma seleção entre esses eventos para a marcação de serviços, porque só é possível realizar n reportagens por dia (dependendo do dia) e nem tudo pode ser realizado em reportagem.

Evidenciámos ainda a existência de acontecimentos externos que são acrescentados à marcação de serviços, os denominados “*outsiders*”, que não derivaram da agenda. Durante a semana estudada, em média, 59% das marcações de serviços decorreram destes *outsiders* externos. Acontecimentos que surgiram no próprio dia, logo, que nunca poderiam ser planeados ou agendados antecipadamente. Constatámos que, na grande maioria, os *outsiders* partem de situações diversas como, por exemplo: acontecimentos que surgiram no próprio dia; acontecimentos que até podem ter chegado à agenda mas que não são de situações agendáveis em datas específicas ou; reportagens que partem da iniciativa dos jornalistas, ou seja, produções mais trabalhadas e pormenorizadas sobre um caso em concreto.

Quanto à concretização de reportagens, verificámos que, em média, 83% do que é registado na marcação de serviços é concretizado em reportagem. Destacamos aqui o facto de surgirem frequentemente critérios extra-jornalísticos que intervêm durante o processo de seleção e produção de notícias. Trata-se de “critérios imponderáveis” que levam à concretização ou à não-concretização de uma reportagem. Nestas situações, apesar de já terem sido efetuadas todas as marcações de serviços, no próprio dia em que a reportagem é para ser realizada pode surgir algo de novo em cima da hora que, por vezes, pode fazer cair umas marcações em função de outras. Falamos aqui não só de acontecimentos de última hora como ainda de situações como, por exemplo, a falta de meios, jornalistas ou repórteres de imagem que não se encontram disponíveis por alguma falha técnica/humana na altura e que impeçam certos trabalhos de serem realizados, ou até mesmo atrasos em trabalhos anteriores. Durante o estudo desenvolvido tivemos a oportunidade de encontrar estes critérios extra-jornalísticos que não constavam nas listas de critérios de noticiabilidade indicados pelos teóricos estudados. Dada a sua relevância e também a

sua influência na concretização de notícias, consideramos importante valorizar os “critérios imponderáveis”, que são, efetivamente, um “valor não-noticioso”, pois é um efetivo constrangimento do *agenda-setting*. Destacamos ainda a importância das reuniões de planeamento na redação de informação da SIC que definem a exequibilidade da reportagem para o dia em questão, a disponibilidade de meios e formalizam pedidos de autorização dos locais a gravar.

De seguida, analisámos a hegemonia de categorias temáticas dos acontecimentos predominantes na agenda e na marcação de serviços da SIC durante a mesma semana estudada – entre 30 de abril a 6 de maio 2012. Os acontecimentos foram divididos nas seguintes categorias temáticas: Sociedade, Política, Economia, Desporto e Cultura. A razão pela qual foram estas as categorias escolhidas resulta do facto de serem estas as categorias em que são divididos os acontecimentos registados na agenda da SIC. Reconhecemos que, no entanto, poderia ter sido realizada uma análise mais pormenorizada caso tivesse sido feita uma divisão de categorias temáticas mais particularizada – por exemplo, destacámos o facto de que a categoria de sociedade engloba uma diversidade de assuntos, desde julgamentos a eventos de solidariedade, desastres e conflitos, ou mesmo *fait-divers*. Caso esta categoria tivesse sido subdividida talvez poderíamos ter chegado a conclusões mais definidas como, por exemplo, a distinção de acidentes ou desastres, poderia ter delineado de melhor forma o valor-notícia de “negatividade” ou morte, enquanto, sem essa distinção, sabemos que a categoria de sociedade tanto pode englobar como pode não incluir esse critério de noticiabilidade distinguido por Traquina (2007).

A categoria temática com maior preponderância no serviço de agenda, tal como também na marcação de reportagens, é a sociedade. Constatámos que, por norma, acontecimentos enquadrados nesta categoria temática reúnem os critérios de noticiabilidade, com o intuito de projetar algum impacto no telespectador e estimular o seu lado emocional. Possivelmente a intenção de estimular e projetar algum impacto no telespectador reflete a tendência do *media* em elaborar conteúdos conduzidos pela obtenção de lucro, pelo valor mercantil da notícia enquanto método de angariação de audiências. De modo a atender às expectativas do maior número de telespectadores e, em consequência às expectativas do mercado, a SIC, como *media*, vê-se inclinada para determinados valores noticiosos na seleção de acontecimentos a noticiar, refletindo as possíveis apetências dos telespectadores e do próprio mercado.

A seguir à sociedade, as categorias temáticas com maior preponderância na agenda e na marcação de serviços da SIC foram a política e a economia. Recordamos que, de acordo com Maria João Ruela, diretora executiva, estes são assuntos incontornáveis no processo de seleção de notícias da SIC. A estas duas categorias temáticas está intrinsecamente associado o valor-notícia de notoriedade, ou seja, da referência ou participação de pessoas de elite, um fator importante na seleção de notícias da SIC que é também destacado por Maria João Ruela. A importância hierárquica dos indivíduos envolvidos no acontecimento define o agendamento ou não-agendamento como também as marcações. Assim sendo, considera-se pertinente referir que a hegemonia temática de notícias selecionadas pela SIC baseia-se também no contexto sociopolítico, pois devido à sua relevância social, grande parte daquilo que é agendado com a presença do Primeiro-Ministro, o Presidente da República e os líderes de oposição, é consequentemente marcado para reportagem. Consideramos pertinente alertar, portanto, que nem todas as notícias relativas a esta categoria temática dão, necessariamente, destaque a pessoas de elite – Notícias como, por exemplo, o aumento de impostos podem não referir ou dar destaque a pessoas de elite mas, no entanto, dizem respeito a toda a gente, à sociedade, e é por isso, mais do que pela notoriedade ou da elite que são noticiadas.

As categorias temáticas com menor preponderância são desporto e cultura. A única alteração relativamente à proporção de eventos agendados e eventos marcados surge no facto de desporto ter tido uma média de 8% de eventos agendados e depois surgir como a terceira categoria com maior cobertura em eventos marcados com uma média de 10%, ao invés da economia como ocorrido no processo de agendamento. Evidenciamos que este fenómeno resulta de duas situações particulares à semana estudada: a penúltima jornada da Liga de futebol português na qual o Futebol Clube do Porto se sagrou campeão e, o Real Madrid se sagrou campeão espanhol de futebol em 2 de maio, fazendo de José Mourinho o único treinador a ser campeão em Espanha, Itália e Inglaterra. Por fim, a categoria temática de cultura surge com uma média de 7% de marcações de serviço durante a semana estudada, sendo a categoria com menor predominância.

Relativamente aos critérios de noticiabilidade, ou seja, os “valores-notícia” predominantes nas notícias selecionadas, verificámos que, na grande maioria dos casos, os acontecimentos selecionados como notícia revelam a tendência de seguir os seguintes critérios de

noticiabilidade: 1) Relevância: o impacto que o assunto poderá ter perante o telespectador; 2) Novidade: algo que procure captar a atenção do telespectador e que introduza algo de novo; 3) Visualidade: bom material visual sobre o acontecimento a ser noticiado; 4) Dramatização: o acontecimento potencia o lado emocional do telespectador; 5) Morte: a negatividade; e 6) Personalização: a probabilidade do telespectador se identificar com o acontecimento noticiado. Destacamos o valor da imagem como sendo central no processo de seleção e agendamento de notícias da SIC. Ao transmitir imagens fortes apelando aos critérios acima referidos, nomeadamente ao lado emocional do telespectador, um acontecimento será quase automaticamente eleito para ser noticiado pelo canal.

Estas opções editoriais vão revelando a formação da agenda mediática do canal, e tornam patente, portanto, a confirmação prática da teoria do *agenda-setting* no caso estudado, ou seja, o processo de seleção de notícias promove o destaque de certos temas. Verificamos que a opção por categorias como a política e a economia pela SIC, nas quais a participação de pessoas de elite ou a referência de determinados grupos políticos, ocupa o principal destaque, reflete, possivelmente, uma realidade informativa de acordo com interesses sociopolíticos exteriores ao meio. Colocamos a hipótese de este *agenda-setting* corresponder também uma inclinação ideológica predominante plasmada nas notícias da SIC. Acreditamos que, caso tivéssemos uma análise mais pormenorizada, na qual a categoria temática de sociedade estaria subdividida em categorias mais particularizadas (casos judiciais, acidentes/desastres, conflitos, saúde, educação, *fait-divers*, etc.), o relevo da preponderância das categorias de política e economia seria mais patente e possivelmente destacaria de forma mais evidente a apetência pelo canal em dar primazia a assuntos relativos à política e à economia. Poderíamos ainda aprofundar esta temática através de um estudo dos próprios noticiários. Deste modo, teríamos a oportunidade de observar características do próprio texto televisivo, podendo assim comprovar a teoria existente na influência do “direto” televisivo, e ainda a proeminência dos critérios de noticiabilidade referentes à “informação-espetáculo” sugeridos por João Canavilhas (2001) e Nuno Goulart Brandão (2009).

De acordo com a teoria abordada no estudo, a hegemonia dada a determinados assuntos durante a seleção de notícias propõe ainda a ideia de o *media* ser responsável pela determinação de temas pertinentes a debate público – ou seja, um tema que chegue a debate público tem, por norma, de

ganhar a atenção mediática em primeiro lugar. Considera-se importante referir que, apesar dos *media* utilizarem critérios de noticiabilidade na seleção de notícias, cada dia reflete um contexto, seja este social ou político, logo, é este contexto que exerce o principal poder na hegemonia dos temas abordados. Destacamos também a importância do contexto do dia jornalístico – por exemplo, a semana estudada abrange o dia internacional dos trabalhadores, o que resulta numa maior ocorrência de manifestações e movimentos promovidos pelas organizações sindicais por todo o país. Tendo em conta o contexto político-económico, torna-se imperativo o agendamento pela SIC de tais ocorrências devido ao seu valor de relevância social e de acompanhamento de atualidade.

BIBLIOGRAFIA

ALSINA, M. R. (1993). *La Construcción de la Noticia* (2 ed.). Barcelona: Paidós.

AMARAL, V. (2006). *Os Temas e as Fontes na Imprensa Regional da Cidade da Guarda*. Braga: Instituto de Ciências Sociais, Covilhã: Universidade do Minho. Tese de Mestrado. Obtido em agosto de 2012. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6923/3/Tese.pdf>

ANDERSON, B. (2004). *News Flash: Journalism, Infotainment and the Bottom-Line Business of Broadcast New*. San Francisco: John Wiley & Sons.

BENSON, R., & NEVEU, E. (2005). *Bourdieu on the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press.

BIANCO, N. R. (2004). "Noticiabilidade no Rádio em Tempos de Internet". *Actas do III SOPCOM, VI LusoCom e II Ibérico*, 4, Covilhã: Universidade da Beira Interior, pp. 157-165. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-noticiabilidade-radio-tempos-internet.pdf>

BOUNIE, D. (2011). "Introduction à L'image et à la Sémiologie de L'image". Lille: Polytech'Lille, pp. 1-46. Obtido em julho de 2012. Disponível em: http://bounie.polytech-lille.net/multimedia/semiologie_vp.pdf

BOWMAN, S. & WILLIS, C. (2003). *We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. Reston: The Media Center at the American Press Institute.

BRANDÃO, N. G. (2007). "A Responsabilidade Social da Televisão, Novos Mercados e Incertezas". *5º SOPCOM – Comunicação e Cidadania*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho), pp. 2590-2599.

BRANDÃO, N. G. (2009). "As Categorias Temáticas Dominantes dos Telejornais - Distinções Pertinentes entre Televisão Pública e Televisão Privada", *6º Congresso SOPCOM*, Lisboa: Instituto Superior de Novas Profissões, pp. 5128-5142. Obtido em maio de 2012. Disponível em: http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/sopcom_iberico/sopcom_iberico09/paper/viewFile/426/424

BRIGHTON, P., & FOY, D. (2007). *News Values*. London: Sage Publications.

BRUNS, A. (2003). "Gatewatching, Not Gatekeeping: Collaborative Online News." *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, 107, Brisbane: University of Queensland, pp. 31-44. Obtido em abril de 2012. Disponível em: http://eprints.qut.edu.au/189/1/Bruns_Gatewatching.PDF

BUCKLAND, M. (1991). "Information as Thing." *Journal of the American Society for Information Science*, Berkeley: University of California, pp. 351-360. Obtido em maio de 2012. Disponível em: <http://people.ischool.berkeley.edu/~buckland/thing.html>

CANAVILHAS, J. (2001). "O Domínio da Informação-Espectáculo na Televisão". *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, Covilhã: Universidade da Beira Interior, pp.1-11. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-o-dominio-da-informacao-espectaculo-na-televisao.pdf>

CARDOSO, J. B., SANTOS, R. E., & GOULART, E. E. (2007). "Mutações da TV Brasileira: Inovações na Linguagem e na Tecnologia". *Famecos*, Porto Alegre: PUCRS, pp. 1-13. Obtido em maio de 2012. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/famecos/article/viewFile/2273/1772>

CRAVEIRO, S. (s.d.). "Reality Shows - O Espectáculo das Massas". *Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, pp. 1-40. Obtido em agosto de 2012. Disponível em: <http://www.labcom.ubi.pt/files/agoranet/04/craveiro-sofia-teoria-critica-industria-cultural.pdf>

DEMERS, D. (2005). *Dictionary of Mass Communication and Media Research: A Guide for Students, Scholars and Professionals*. Spokane: Marquette Books.

DIAS, J. (2005). *Os Critérios de Noticiabilidade dos Noticiários Televisivos - Estudo de Caso Comparativo: RTP1 e TVI*. Porto: Universidade Fernando Pessoa. Tese de Mestrado. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/813/2/MONOGRAFIAJOANADIAS.pdf>

- EILDERS, C. (2006). "News Factors and News Decisions. Theoretical and Methodological Advances in Germany." *Communication*, 31, Berlin: Walter de Gruyter, pp. 5-24. Obtido em abril de 2012. Disponível em: <http://www.imb-uni-augsburg.de/files/Eilders%202006.pdf>
- ERDAL, I. J. (2007). "Researching Media Convergence and Crossmedia News Production: Mapping the Field". *Nordicom Review*(2), Blindern: University of Oslo, pp. 51-61. Obtido em maio de 2012. Disponível em: http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/255_erdal.pdf
- ESPADINHA, M. J. (2008). "SIC cai para terceiro lugar pela primeira vez" [On-line] *Diário de Notícias*. Obtido em junho de 2012. Disponível em: http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=992108
- FIDALGO, A. (1996). "O Consumo de Informação. Interesse e Curiosidade". *Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação*, Covilhã: Universidade da Beira Interior, pp. 1-9. Obtido em abril de 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-interesse-curiosidade-informacao.pdf>
- FISKE, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- FLUSSER, V. (1985). "Filosofia da Caixa Preta - Ensaio Para Uma Futura Filosofia da Fotografia". *Curriculos Praticados*, São Paulo: Husitec, pp. 1-48. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://www.curriculospraticados.com.br/imagens/04leitura/Caixapreta.pdf>
- FORRESTER, M. (2000). *Psychology of Image*. London: Routledge.
- FRANCISCATO, C. E. (2003). *A Atualidade no Jornalismo: Bases para Sua Delimitação Teórica*. Salvador: Universidade Federal da Bahia, pp. 1-335. Obtido em janeiro de 2012. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/6056/1/Carlos-Eduardo-Franciscato.pdf>
- GALTUNG, J., & RUGE, H. M. (1965). "The Structure of Foreign News: The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crises in Four Norwegian Newspapers" *Journal of Peace Research*. Vol. 2, Nº1, Oslo: JSTOR Sage Publications, pp. 64-91.
- GORDON, D., KITTROSS, J. & REUSS, C. (2011). *Controversies in Media Ethics*. (3rd ed.), New York: Routledge.

GRUDZINSKI, S. C. (2009). "Critérios Jornalísticos de Noticiabilidade Presentes na Rotina Produtiva Charge". *Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação*, Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, pp. 1-11. Obtido em abril de 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-kika-criterios.pdf>

GUTMANN, J. F., SANTOS, T. E., & GOMES, I. M. (2008). "Eles Estão à Solta, Mas Nós Estamos Correndo Atrás: Jornalismo e Entretenimento no Custe o que Custar". *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*, 11(2), Brasília: E-Compós, pp. 1-15. Obtido em agosto de 2012. Disponível em: <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/331/286>

HARCUP, T., & O'NEILL, D. (2001). "What is News? Galtung and Ruge revisited". *Journalism Studies*, 2(2), Leeds: Trinity and All Saints University College, pp. 261-280. Obtido em Julho de 2012. Disponível em: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616700118449#preview>

HARRIS, L. A. (1964). *The Fine Art of Political Wit* (1 ed.). New York: Dutton,.

HENN, R. (1996). *Pauta e Notícia*. Porto Alegre: Editora Ulbra.

HENRIQUES, C. A. (1994). *Segredos da TV*. Lisboa: Editora TV Guia.

HOHLFELDT, A. (1997). "Estudos Sobre a Hipótese do Agendamento". *Revista FAMECOS* (7). Porto Alegre, pp. 42-51. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/2983/2265>

IHLEN, Ø., ALLERN, S., THORBJØRNSRUD, K., & WALDAHL, R. (2010). "The World on Television: Market-driven, Public Service News". *Nordicom Review*, 31(2), Gothenburg, pp. 31-45. Obtido em junho de 2012. Disponível em: http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/325_ihlen%20et%20al.pdf

IYENGAR, S., PETERS, M. D., & KINDER, D. R. (1982). "Experimental Demonstrations of the 'Not-So-Minimal' Consequences of Television News Programs." *The American Political Science Review*, 76(4), Denton: JSTOR, pp. 848-858.

JORGE, T. d. (2006). "A Notícia e os Valores-Notícia. O Papel do Jornalista e dos Filtros Ideológicos no Dia-a-Dia da Imprensa". *UniRevista*, Vol. 1, nº3, Brasília: VIII Congresso

Latino-Americano de Pesquisadores da Comunicação, pp. 1-14. Obtido em junho de 2012. Disponível em: http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Jorge.pdf

LIPPMANN, W. (1922). *Public Opinion*. Free Press, New York.

LORDÊLO, T., & VIZEU, A. (2011). "Telejornalismo e Tecnologia: Uma Análise das Tendências no Jornal Nacional". *Intercom*, Recife: XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, pp. 1-12. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/resumos/R6-0586-1.pdf>

MACHADO, A. (2005). *A televisão Levada a Sério* (4 ed.). São Paulo: Senac.

MAJOR, A. (2012). "SIC Encerra Março Em Segundo Lugar nas Audiências". [On-line] *Jornal de Negócios*. Obtido em junho de 2012. Disponível em: http://www.jornaldenegocios.pt/home.php?template=SHOWNEWS_V2&id=548691

MCCOMBS, M. (1993). "The Evolution of Agenda-Setting Research: Twenty-Five Years in The Marketplace of Ideas". *Journal of Communication*, 43(2), Raleigh: North Carolina State University, pp. 58-67. Obtido em abril de 2012. Disponível em: <http://www4.ncsu.edu/~amgutsch/MccombsShawnew.pdf>

MCCOMBS, M. (2004). *Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion*. Cambridge: Polity Press.

MCCOMBS, M. E., & SHAW, D. (1972). "The Agenda-Setting Function of The Mass Media". *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), Oxford: Oxford University Press, pp. 176-187.

MCCOMBS, M., SHAW, D. L., & WEAVER, D. (1997). *Communication and Democracy: Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory*. New Jersey: Erlbaum.

MCGREGOR, J. (2002). "Restating News Values: Contemporary Criteria for Selecting The News". *Department of Communication & Journalism*, Palmsworth: Massey University, pp. 1-7. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://www.hss.bond.edu.au/ANZCA/papers/JMcGregorPaper.pdf>

MONTAÑO S. (2002). *A Construção da Telerrealidade: O Caso Linha Direta*. São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Obtido em maio de 2012. Disponível em: <http://www.projeto.unisinos.br/ihu/uploads/publicacoes/edicoes/1162403338.57pdf.pdf>

MORELL, N. (2007). "Are Television News Programs Becoming Nothing More Than Infotainment?" *Senior Honors Projects*, Paper 51. University of Rhode Island. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://digitalcommons.uri.edu/srhonorsprog/51>

NEGRINI, M. (2010). "A Morte No Espaço Virtual: Reflexões Sobre a Comunidade do Orkut 'Profiles de Gente Morta'". *Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação*, Universidade Federal do Pampa, pp. 1-12. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/negrini-michele-a-morte-no-espaco-virtual.pdf>

OBERCOM (Setembro de 2011). *A Televisão na Sociedade em Rede*. Lisboa: OberCom - Investigação e Saber em Comunicação. Obtido em Junho de 2012. Disponível em: http://www.obercom.pt/client/?newsId=548&fileName=fr_sr_setembro_2011_tv.pdf

O'BRIEN, F. M. (1918). *The Story of the Sun*. George H. Doran Company, New York.

OLIVEIRA, J. N. (2007). *Manual de Jornalismo de Televisão*. Lisboa: CENJOR Instituto de Emprego e Formação Profissional. Obtido em janeiro de 2012. Disponível em: <http://opac.iefp.pt:8080/images/winlibimg.exe?key=&doc=73220&img=458>

RAMONET, I. (1999). *A Tirania da Comunicação*. Scribd, Editora Vozes. Obtido em abril de 2012. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/2230907/IGNACIO-RAMONET-tirania-da-comunicacao>

ROBERTS, D., SCHRAMM, W. & SCHRAMM, W. L. (1972). *The Process and Effects of Mass Communication*, University of Illinois Press, Illinois. In Wolf, M. (1999). "Teorias da Comunicação" (5 ed.). (M. J. Figueiredo, Trad.) Editorial Presença, Lisboa.

RODRIGUES, A. C. (2006). *Jornalismo nas Ondas do Rádio - Estudo de caso: Análise Crítica do Programa "O Ministério Público e a Cidadania"*. São Luís: Universidade Federal do Maranhão, pp. 1-95. Obtido em julho de 2012. Disponível em: <http://www.scribd.com/doc/69854629/Jornalismo-nas-Ondas-do-Radio>

RUDDOCK, A. (2007). *Investigating Audiences*. Sage Publications, London.

SANTOS, E. A. dos, (2008). *Aconteceu, Virou Notícia? Estudos Sobre Teorias do Jornalismo Aplicados Ao Jornal da Record Jornal da Cultura*. Goiânia: Faculdade Araguaia, pp. 1-44. Obtido em maio de 2012. Disponível em: <http://www.webartigos.com/artigos/aconteceu-virou-noticia/65066/>

SANTOS, R. (2004). "Dez Anos de História da SIC (1992-2002). O Que Mudou No Panorama Audiovisual Português". *Indústrias Culturais*. [Blog On-Line] Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://industrias-culturais.blogspot.pt/2004/04/dez-anos-de-historia-da-sic-1992-2002.html>

SANTOS, R. (2010). *Do Jornalismo aos Media - Estudos Sobre a Realidade Portuguesa*. Estudos de Comunicação e Cultura; Universidade Católica Editora: Lisboa.

SCHEUFELE, D. A. (1999). "Framing as a Theory of Media Effects". *Journal of Communication*. Wisconsin-Madison: International Communication Association, pp. 103-122. Obtido em Junho de 2012. Disponível em: <http://www.asc.upenn.edu/usr/ogandy/c45405%20resources/scheufele%20framing%20as%20effects.pdf>

SOUSA, J. P. (1999). "As Notícias e os Seus Efeitos - As 'Teorias' do Jornalismo e dos Efeitos Sociais dos Medias Jornalísticos". *Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação*. Porto: Universidade Fernando Pessoa. Obtido em maio de 2012. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=sousa-pedro-jorge-noticias-efeitos.html

SOUSA, J. P. (2008). "A Teoria do Agendamento e as Responsabilidades do Jornalista Ambiental: Uma Perspectiva Ibérica". *Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação*, Porto: Universidade Fernando Pessoa, pp. 2-54. Obtido em abril de 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>

THUSSU, D. K. (2007). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. Sage Publications, London.

TRAQUINA, N. (1988). "As Notícias". 8 *Jornalimos*. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens. Departamento de Ciências da Comunicação, Universidade Nova de Lisboa. Obtido em janeiro de 2012. Disponível em: <http://www.cecl.com.pt/rcl/08/rcl08-03.html>

TRAQUINA, N. (2007). *O Que é - Jornalismo* (2 ed.). Quimera, Lisboa.

VIZEU, A. (2002). "Telejornalismo, Audiência e Ética". *Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação*, Universidade de Pernambuco, pp. 1-11. Obtido em maio de 2012. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>

VIZEU, A. & MESQUITA, G. (2011). "O Cidadão Como Mediador do Público: Um Novo Agente no Jornalismo". *Estudos em Comunicação* (9), Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação, Universidade de Pernambuco, pp. 329-340. Obtido em junho de 2012. Disponível em: <http://www.ec.ubi.pt/ec/09/pdf/EC09-2011Mai-17.pdf>

WEISE, B. S. (2010). "Novos Formatos Televisivos: Um Estudo das Estratégias de Agendamento e Atores do Estúdio i". *UNIFRA*. [Dissertação] Santa Maria: Centro Universitário Franciscano. Disponível em: <http://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/bc3a1rbara-weise.pdf>

WHITE, D. M. (1950). "The 'Gate-Keeper': A Case Study in The Selection of News". *Journalism Quarterly*, 27(4), London: Macmillan, pp. 383-390. Obtido em janeiro de 2012. Disponível em: http://folders.nottingham.edu.cn/staff/zlizrb/2008_IC_ICT/Resources/White_1964.pdf

WHITE, T. (1973). *The Making of The President: 1972 - A Narrative History of American Politics in Action*. New York: Bantam. In McCombs, M. (2004). "Setting the Agenda: The Mass Media and Public Opinion." Cambridge: Polity Press.

WOLF, Mauro (1999). *Teorias da Comunicação* (5 ed.). (M. J. Figueiredo, Trad.) Lisboa: Editorial Presença.

YOUNG, J., & COHEN, S. (1973). *The Manufacture of News*. London: Constable.

ANEXOS

Anexo 1

Colheita de dados

Agenda SIC 30-04-2012

Story Slug	Hora Saída	Hora do Evento	SIC	Local
EFEMÉRIDES				
Dia Internacional do Jazz		---		---
1				
2				
3				
SOCIEDADE				
Fim prazo pedido isenção taxas moderadoras saúde		---		NACIONAL
Início Operação Fátima' 12		---		NACIONAL
Cont.Julg.Caso Freeport		09:30		Tribunal Barreiro
Acórdão ex-funcionário Banif Madeira		10:00		1º juízo, Tribunal Santa Cruz
PM + Assunção Cristas na OVIBEJA		15:00		Parque de Feiras e Exposições de BEJA
Parque Expo 98 :Assembleia Geral Anual		16:00		Sede Social da Sociedade Pq.Expo 98,av.D.João II
CI fusão universidades - UTL com UL		17:00		Observatório Astronómico de Lisboa
Inaug.Fármacia Caniço+Alberto João Jardim		17:30		Cidade do Caniço,Santa Cruz,MADEIRA
POLITICA				
Reunião Conselho Ministros Extraordinário		08:30		Rua Gomes Teixeira,LX
Ramalho Eanes-Honoris Causa		14:30		Grande auditório da Faculdade de Ciências da Saúde,COVILHÃ
Agenda Maria Cavaco Silva		16:30		Capela de Nossa Senhora da Saúde,Largo do Martim
A. João Jardim - Agenda		17:30		CANIÇO
14				
15				
ECONOMIA				
FIM 2ªFASE ENTREGA IRS 2012 (PAPEL)		---		NACIONAL
FIM 1ªFASE ENTREGA IRS 2012 (INTERNET)		---		NACIONAL
INE - Indicadores		---		NACIONAL
BCE: reservas financeiras zona euro		---		Frankfurt,ALEMANHA
Eurostat: Divulgações estatísticas		---		LUXEMBURGO
Descida (previsível) dos combustíveis		---		NACIONAL
Início candidaturas Programa Porta 65 Jovem		---		NACIONAL

Agenda SIC 30-04-2012

DESPORTO			
Estágio preparação da seleção nacional sub-21		11:30	Centro de Estágios de RIO MAIOR
Sporting X Académica		20:45	Estádio José de Alvalade,LX
25			
INTERNACIONAL			
Cont. Julg. Anders Breivik		--	Oslo,NORUEGA
Barack Obama recebe PM do Japão		--	Washington,ESTADOS UNIDOS
28			
29			
30			
CULTURA			
'No metro a dançar' comemorações dia mundial		10:30	Estação de Orlas,Metropolitano LX
JACC - Jazz ao Centro Clube comemora aniversário		10:30	Jazz Centro Clube, Colégio S.Jerónimo,COIMBRA
Apres.Liqa dos Amigos do Festival de Artes		11:30	Hotel Quinta das Lágrimas Relais&Chateaux,COIMBRA
Dia Int. Jazz em LX		13:00	na Praça da Alegria., LX
Lançamento 'O Dom do Dinis'		18:00	Sala âmbito Cultural, El Corte Inglés,LX
Dia Int. Jazz - Zé Duarte, Maria João, Mário Laginh		18:30	FARO, Claustros do Museu Municipal de Faro
Entrega Prémio Alçada Baptista a Ant ^o Cartaxo		21:30	Auditório Maestro Frederico Freitas,Sociedade Portuguesa Autores,R.Gonçalves
39			
PORTO			
SONAE - Assembleia geral		11:00	MAIA
Acórdão Julgamento tráfico romenas		14:00	PORTO, S. João Novo
Comemorações 1º de Maio- Aménio Carlos		18:00	PORTO, Rivoli

Agenda SIC 01-05-2012

SOCIEDADE			
Começo da época balnear		--	NACIONAL
Hipermercados abertos por causa da crise		---	NACIONAL
1.ª estafeta dos Avieiros (95 Km)+ Dia Nacional do		07:00	Praia de Vieira de Leiria ATÉ Barreira da Bica
Passeio motos + Expo. 60 motos e carros clássicos		09:00	VILA FRANCA DE XIRA, Pavilhão Multiusos
Peregrinação Nacional de acólitos		10:00	Centro Pastoral de Paulo VI,FÁTIMA
Tradição festa do bolo de tacho		11:00	largo da igreja DE Aferce , MONCHIQUE
Abertura caminho português interior de Santiago		11:30	Praça do Município, VILA REAL
CI PSP: 8 polícias partem para Timor-Leste		12:00	Esquadra PSP, Terminal partidas nº1,Aeroporto Int,LX
Congresso Português de Reumatologia (a5)		14:30	Hotel Tivoli Marina Vilamoura
POLITICA			
Paulo Portas visita ao Brasil		11:00	SÃO PAULO
Encontro Passos Coelho + TSD		12:00	Hotel Sofitel, Av Liberdade 127, LX
CDS - comemorações 1º maio - Nuno Magalhães		13:00	Salão de festas "A Sertã" - Rua dos bons amigos (junto ao mercado),CHARNECA DA CAPARICA
PNR - concentração e desfile		16:00	Praça Barbosa de Bocage (frente à Câmara Municipal),SETÚBAL
Antº José Seguro -Convenção Autárquica PS Viseu		18:00	Auditório da Casa da Cultura de STA COMBA DÃO
ECONOMIA			
CGA começa a pagar 1579 novas reformas		--	--
CP CARGA - Paralisações		00:01	NACIONAL
2ª FASE ENTREGA IRS 2012 (INTERNET)(a31)		--	NACIONAL
CGTP - Iniciativas		10:00	VÁRIOS
UGT - Manif. 1º de Maio - João proença		14:30	Marquês de Pombal até Restauradores
CGTP - Manif. 1º de Maio - Arménio Carlos		14:30	Martim Moniz até à Alameda D. Afonso Henriques,LX
Feira para encontrar trabalho		17:00	LX Factory, Alcântara, LX
DESPORTO			
FC PORTO - TREINO DOS CAMPEÕES (15 MIN)		10:30	GAIA

Agenda SIC 01-05-2012

INTERNACIONAL			
Governo Suíço limita entrada no país a 8 países UE	--		SUIÇA
Decisão julg. ação civil Strauss-Kahn	--		ESTADOS UNIDOS, Nova
29			
30			
CULTURA			
40 anos Teatro da Comuna	--		LX
Apres.'100 Filmes que podem...'+Nuno Markl	19:00		Praça Leva, Feira do Livro, LX
Apres.'Cantar em Amigos' de Carlos Tavares	21:30		Auditório, Casino Estoril
José Filipe Costa apresenta Linha Vermelha	21:45		Cine Clube de Viseu (Largo da Misericórdia, 24 - 2.º), VISEU
PORTO			
STCP: início greve aos feriados e horas extra	--		PORTO
CGTP-IN comemorações 1º Maio	09:30		PORTO, USP, R. Padre António Vieira
FC Porto - treino aberto	10:30		Centro de Treinos PortoGaia
CI: apres. Observatório de Braga	11:00		BRAGA, Sede Fundação Bracara Augusta, R. St. Antº das Travessas
MayDay Porto	13:00		PORTO, Praça dos Poveiros
CGTP - Manif. 1º Maio no Porto	15:30		PORTO, Av. Aliados

Agenda SIC 02-05-2012

SOCIEDADE				
20 anos Acordo do Espaço Económico Europeu		--		--
Mexe-te uma Beca - Escolas em Movimento		09:00		Parque da cidade, Parque Catarina Eufémia, Escola de Fuzileiros de Vale do Zebro, BARREIRO
Início Julg. antigos autarcas e fiscal C.M.Santana		09:15		Varas de Competência Mista, FUNCHAL
Enc.Nac. Pastoral da Saúde - D. Jorge Ortiga		09:30		Centro Pastoral Paulo
Cont. julg. Paco Bandeira		09:15		1º Juízo de Competência Criminal, Tribunal de OEIRAS
Cont. julg. Face Oculta		09:30		Sala Audiências 3, Tribunal Judicial de AVEIRO
Cont. julg. Ricardo Campos e Cunha ADIADO		09:45		4ª Vara Criminal, Campus Justiça, Pq das Nações
PGR - Conselho Superior do MP		10:30		PGR, LX
Alegações Finais No Name Boys		14:00		5ª Vara Criminal, LX
Alegações campo ténis construído com dinheiro públ		14:15		2.ª secção, Varas de Competência Mista, Tribunal do FUNCHAL
Assembleia Municipal Extraordinária-arrendamento		14:30		Fórum Lisboa, Av Roma nº14
Surgeon General dos EUA Visita LX + Walk for Life (14:30		Estádio Universitário de Lisboa
Cont. julgamento Aragão Corre		15:00		2º Juízo Criminal do Tribunal de FARO
Estudo Países Como Nós II-Assunção Cristas+Ricardo		17:30		CCB, Sala Luís Freitas Lobo
Princesa Laurentien (Holanda) - livro Mr.Finney(e3)		18:00		Auditório 3, Fundação Gulbenkian, LX
POLITICA				
Miguel Relvas - Reforma poder local		09:00		Faculdade Direito Universidade Lisboa
PR recebe novos embaixadores		09:55		Palácio de belém, LX
AR - Audição Sec Est Orçamento		10:00		Lx, AR, SALA 3
AR - Audição Antº Borges + Carlos Tavares		10:00		Lx, Ar, SALA DO SENADO
AR- Audição Min. Defesa		10:00		Lx, AR, sala 8
AR - Audição Min Agricultura		10:30		Lx, Ar, sala 5
AR - Audição Min. Justiça		11:00		Lx, AR, sala 6
AR - Audição Min.Seg. Social		11:00		Lx, AR, sala 1
AR - plenário - encerramento MAC		15:00		Lx, AR
Min Defesa visita Inst. Estudos Sup. Militares		15:00		Instituto de Estudos Superiores Militares, rua dos Pedrouços, LX
AR - Audição Sec Est Tesouro - BPN		16:00		Lx, ar, saLA 1
Debate'O futuro de Portugal'+Mário Soares		18:00		Aula Magna, Instituto Ciências Sociais e Políticas, Uni.técnica
A.João jardim - Madeira Film Festival		18:00		Reid's Palace Hotel, FUNCHAL

Agenda SIC 02-05-2012

ECONOMIA			
INE: Procura Turística Residentes		--	NACIONAL
UE - Reunião Extra Mins.Finanças - Vítor Gaspar		--	Bruxelas
Eurostat: dados do desemprego (março)		---	Luxemburgo
IPDPortugal -Resultado Investimento Imob.2011		09:30	Hotel D.Pedro Palace,AMOREIRAS
Seminário/Avaliação das aprendizagens na avaliação		09:30	Auditório Conselho Nac. Edu,R.Florbela Espanca,LX
BP Academia - Fernando Pinto (tap)		09:45	Audi.B203(Edifício II),
Reunião plenária Concertação Social		10:00	CES (Rua João Bastos, n.º 8,LX
Avaliação Económica e Financeira Farmácias		10:00	ANF , Rua Marechal Saldanha, 1,LX
Venda de Dívida Portuguesa		10:30	IGCP, LX
Debate com Presidente Banco Euro. Investimento		12:30	R.Rodrigo Fonseca,Câmara Comércio e Indústria Luso-Sul Africana,LX
C.I. CNA		15:00	Coimbra, R.Brasil 155
Pacto Social - Arménio carlos, Mário Nogueira...		14:00	Sala Multiusos 3 - Edifício ID - Fac. Ciências Sociais e Humanas Univ Nova (Avenida de Bema, 26),LX
Resultados Oferta Pública Subscrição Obrigações ED		17:00	Euronext Lisbon (Avenida da Liberdade, 196 - 8º),LX
À Conversa com... Medina Carreira e Henrique Neto		18:30	Arquivo Livraria (av. Combatentes da Grande Guerra, 53),LEIRIA
DESPORTO			
Sessão trabalho preparação árbitros Euro 2012(e3)		07:30	Hotel Hilton,Varsóvia,POLÓNIA
Caso túnel da Luz - Decisão Instrutória		14:00	5.º Juízo, Campus da Justiça, Parque das Nações,LX
23			
25			
INTERNACIONAL			
Cont. Julg. Queda Concorde Air France(a9)		--	Versalhes,FRANÇA
Debate televisivo Hollande x Sarkozy		--	FRANÇA
Cl casal McCann		10:00	Londres

Agenda SIC 02-05-2012

CULTURA				
LEILÃO QUADRO 'O GRITO'		--		NOVA IORQUE
MADEIRA FILM FESTIVAL(a 6)		10:00		Reids Palace,Estrada Monumental,139,FUNCHAL
Apresentação Rock Street RIR'2012		15:00		Parque da Bela Vista,LX
Tradução de Poesia com Vasco Graça Moura		16:00		Anfiteatro II da FLUL-Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa (Edifício Central), LX
Bibliotecando (a4)		18:30		Convento de Cristo,TOMAR
Semana Académica Lisboa 2012(a5)-Os Azeitonas		19:00		Passeio Marítimo de Santos, LX
82ªFeira Livro:Lançamento livro Mia Couto		21:00		Praça Laya, Pq.Eduardo VII
Concerto dos The Magnetic Fields		22:00		Teatro Municipal Maria Matos,LX
PORTO				
Concurso de Vinhos - peça montagem	09.00	Manha		Guimarães
Projeto Lei Quadro Entidades Reguladoras Independente		11:00		PORTO, Fac. Medicina
Grupo ocupas Es.Col.A da Fontinha em tribunal		14:00		PORTO, Tribunal
Bioquímica + medicina + artes + ciencias comunicaç		14:00		PORTO, ICBAS
Paulo Rangel + Francisco Assis - Futuro da UE		21:00		PORTO, FEUP

Agenda SIC 03-05-2012

Story Slug	Hora Saída	Hora do Evento	SIC	Local
EFEMÉRIDES				
Dia Mundial da Asma		--		MUNDIAL
Dia Mundial da Liberdade de Imprensa		--		MUNDIAL
1				
2				
3				
4				
5				
SOCIEDADE				
Lisboa Restaurant Week (a17)		--		60 restaurantes de LX
Seminário 'Serviço Público de Educação'		09:30		Auditório do Conselho Nacional de Educação,LX
Conf.'Um dia com os Media'		09:30		INP, Auditório 1 Campus Univ. Ameixoeira-R.Vitorino Nemésio 5 LX
Cont. Julgamento João Pinto		09:30		6.ª Vara do Tribunal Criminal, no Campus da Justiça de LX
Enc.Nac. Pastoral Saúde - Ana Jorge, Leonor Beleza		09:30		Centro Pastoral Paulo
Cont. julg. 'face oculta' - Mário Lino		09:30		Sala 3, Tribunal judicial Aveiro
cont. Julg.Ricardo Campos e Cunha - adiado		09:45		4ªVara Criminal,Campus Justiça,Pq Nações
Campanha Sensibilização para Enfarte		11:00		Estação Serviço GALP,Aeroporto Lisboa
Apres.novas instalações Serviço Urgência HSA		12:00		Entrada da Urgência Geral, Hospital de Santo André,LEIRIA
Acórdão 17 arguidos tráfico droga		14:00		FUNCHAL, varas mistas
Conf.Obesidade Infantil - Nuno Crato (e4)		14:15		Auditório 2, Fundação Calouste Gulbenkian,LX
Tribuna pública da FENPROF		15:00		Avenida 5 de Outubro (frente ao MEC),LX
Auditoria Cidadã pede anulação auditoria às PPP		15:00		Procuradoria-Geral da República,LX
TRANSTEJO-Circuito cruzeiro - ADIADO		15:45		Terminal Fluvial do Cais do Sodré,LX
PGR + Associação Sindical Juizes Portugueses		16:00		PGR,LX
Miguel Relvas + Junta Metrop. do Porto		16:00		Rua prof. Gomes Teixeira,LX
Um dia com os Media-Pacheco Pereira,Santos Silva		17:30		Sala dos Espelhos do Palácio Foz, LX
Nuno Crato -Honoris Pres. instituto Macau		17:30		Reitoria da Universidade de LISBOA
Velório Fernando Lopes		18:00		Palácio Galveias,LX
Visão - Conversas às Quintas		18:00		Museu da Eletricidade,Av.Brasília,Belém
'Pirataria, um crime sem vítimas?' - Balsemão		18:30		Auditório Agostinho da Silva, Universidade Lusófona

Agenda SIC 03-05-2012

Apres.Novo Programa SIC Noticias		21:00		Teatro do Bairro (Bairro Alto),LX
SNS:Diálogos entre político e jurídico-AntºArnaut		21:00		Livraria Alameda, Estádio Cidade de COIMBRA
Feira Quinhentista (a 6)		22:00		TORRES NOVAS, junto ao castelo
Semana Académica do Algarve - Serenata (a 12)		24:00		Largo da Sé,FARO
POLITICA				
AR - Reunião bancada PS		10:00		Edifício Novo,AR, LX
Francisco Louçã + Ass.Port. Consumidores		11:30		Sede do BE,R.da Palma,LX
AR - posse comissão de inquérito às PPP		12:00		Sala 1,AR, LX
CI Cons Ministros		12:30		Rua gomes teixeira, LX
Min.Defesa visita Escola Tecnologias Navais		15:00		Base Naval,Alfeite,LX
AR - Plenário - bolsa Nac. Terras		15:00		Lx, AR
Antº J. Seguro - Comício François Hollande		16:00		Toulouse,FRANÇA
AR - Audição Miguel Cadilhe adiado		16:00		Lx. Ar, sala 1
Reunião semanal PR+PM		17:00		Palácio de Belém
POLÍTICAS PÚBLICAS+Silva Pereira+Teresa Caeiro		17:30		Auditório ISCTE, LX
Conf.'A seu Tempo'+Manuel Alegre		21:00		Universidade
ECONOMIA				
BES:divulg.resultados 1ºtrimestre 2012		--		NACIONAL
Reunião Grupo de Negócios		06:45		INATEL da Caparica, Costa da Caparica
'Smart Cities for Sustainable Growth'-Sec.Empreend		09:00		Av.Brasília,Museu da Electricidade,LX
Reunião BCE		12:45		BARCELONA
Anúncio Galp Energia		15:00		Sala Caras, Pavilhão de Portugal, Parque das Nações
Min.Economia + Mins.emprego e fomento		tarde		MADRID
CESP- CI 'Operação Pingo Doce'		17:00		Sede CESP,R.Almirante Barroso,LX
António Saraiva-Competitividade da Indústria Portu		19:30		Hotel Mar e Sol (S. Pedro de Moel),LEIRIA
DESPORTO				
Missão Paralímpica+Sec.Est Desporto		12:00		Auditório do Centro de Medicina Desportiva de Lisboa, Estádio Universitário
Resultados Prog.Antidopagem-Sec.Estado Desporto		15:00		Auditório do Centro de Medicina Desportiva de Lisboa
Liga de Clubes - AG extraordinária		14:30		PORTO, Liga de Clubes
23				
24				
25				
INTERNACIONAL				
Eleições Locais		--		Reino Unido

Agenda SIC 03-05-2012

CULTURA			
VII Festival Português de Boston		--	Nova Inglaterra, ESTADOS UNIDOS
'A fonte das Mulheres' Visionamento Imprensa		10:30	ZON Lusomundo, Amoreiras
CI: Cinema Português-Ultimato ao Governo		17:00	Cinema S. Jorge, LX
Fund. Gulbenkian: Artur Santos Silva substitui Rui		17:00	Fundação Calouste Gulbenkian (sala de Honra), LX
Homenagem Cruzeiro Seixas		19:00	Galeria de São Mamede, R. Escola Politécnica, 167, LX
82ª Feira Livro: Lançamento 'Agora-Uma história..'		19:00	Praça Leya, Parque Eduardo VII
Concerto Dead Combo		22:00	Aula Magna
PORTO			
'Concurso Mundial Bruxelas' Vinhos - 8.400 vinhos			GUIMARÃES
início julg furto cheques marcos do correio (C)		??	PORTO, Varas Criminais
Contacto com população defesa Serv. Nac. Saúde		09:30	PORTO, junto hosp. S. João
Apres. candidatura Guimarães a Cidade Europeia Desp		11:00	GUIMARÃES
FCP - CI Vitor Pereira		13:00	GAIA
Debate 'O futuro do Jornalismo' - Adelino Gomes		14:00	PORTO

Agenda SIC 04-05-2012

SOCIEDADE			
Congresso Fotoeducação 2012+Pres.Euromelanoma		09:00	Hotel Altis Park das Olaias
Enc.Nac. Pastoral Saúde - César das Neves, P. Lino M		09:30	Centro Pastoral Paulo
Conf.Famílias em Risco(e5)-Braga da Cruz		09:30	Faculdade Ciências Humanas, Univ.Católica, LX
Caminhada para o Desporto Adaptado		11:00	Parque Vale do Silêncio, Avenid. de Berlim, Olivais
CI Praias com Bandeira Azul		11:00	Sala multiusos da Fundação Vodafone Portugal, LX
Pirilampo Mágico - Mota Soares; MªCavaco Silva		16:30	Oceanário de Lisboa (Auditório Mar da Palha), LX
Conf.Obesidade Infantil - Paulo Macedo		17:00	Auditório 2, Fundação Calouste Gulbenkian, LX
Fenprof - concentrações de docentes- Mário noqueira		17:30	Junto ao Ministério da Educação (Estrada das Laranjeiras) + Junto Direções Regionais Porto, Coimbra, Évora e Faro
XIII Festa das Tasquinhas (a 6)		18:30	AZAMBUJA, Alcoentre
Queima das Fitas (a 11)		22:00	Praça da Canção, COIMBRA
PSP - Operação Polícia nas vias metropolitanas		02:30	Comando Metropolitano de Lisboa, na Rua Capelo, n.º

Agenda SIC 04-05-2012

POLITICA			
Vice Presidente Comissão Euro. visita Portugal(a5)		09:30	Vários
COTEC - Cons. Globalização - PR,Barroso, PM		08:45	Palácio da Cidadela,CASCAIS
AR - Plenário		10:00	Lx, AR
Miguel Relvas - Fundação FAES Madrid		10:00	MADRID
Francisco Louçã - Pensar Pensadores da Economia		16:30	Faculdade de Economia da Universidade Nova de Lisboa (Sala 118),LX
Jerónimo Sousa em Grândola		18:00	Clube Recreativo O Grandolense (Rua Jacinto
ECONOMIA			
Fórum Turismo Ambitur+Roberta Medina+Miguel Júdice		09:15	Escola de Hotelaria e Turismo de LISBOA
Min Economia - Sistema da Indústria Responsável		11:00	Salão Nobre do Ministério da Economia e do Emprego,LX
Manifestação Nacional Agricultores		15:00	Príncipe Real até AR, LX
Min.Finanças - reformas da República		17:00	piso 1 Faculdade Ciências Humanas, Universidade Católica,LX
Jomada jovens desempregados mudam futuro 24H(e5)		18:00	UCP, LX
DESPORTO			
MOTO GP - Treinos		09:15	Autódromo do Estoril
Agenda Sec.Est. Desporto e Juventude		13:00	Circulo de Eça de Queirós, Largo Rafael Bordalo
ÓSCARES ONDAS GRANDES - G. McNamara+Nazaré		03:30	The Grove
24			
25			
INTERNACIONAL			
Eleições presidenciais e parlamentares		--	PALESTINA
Nova audiência de Renato Seabra		11:00	Nova Iorque
28			
30			
CULTURA			
Termina rodagem 'Comboio Noturno para Lisboa'		--	LX
13º Encontro Rede Nac.Bibliotecas+ Sec.Est.Cultura		11:30	Av.Amaral, Centro de Congressos, ESTORIL
82º Feira Livro: Entrega Premios 'Uma aventura Lite		14:00	Praça Leva, Pq.Eudardo VII
FATAL 2012(a25)		17:00	Reitoria da Universidade de LX
Out Jazz dá música nos jardins		18:00	Miradoura Santa Catarina,LX
Jurassic Clubfest 2012(a6)		19:00	Santiago Alquimista,LX
Concerto Sétima Legião		21:00	Coliseu dos Recreios
Festival Int. Marionetas e Formas Animadas(a20)		21:00	Museu Marioneta Convento das Bernardas R. Esperança,LX
Teresa Salgueiro apresenta 'O mistério'		21:30	Teatro José Lúcio da Silva,LEIRIA
OVNI-Festival Int. de Objetos Vivos(a26)		21:30	Teatro Municipal, GUARDA

Agenda SIC 04-05-2012

PORTO			
'Concours Mondial Bruxelles' de vinhos - 300 juize			GUIMARÃES
Entrega Prémio 'Eduardo Prado Coelho'		14:30	FAMALICÃO
Entronização Alberto de Mónaco		16:00	PORTO, Palácio Bolsa
FENPROF:Concentração de docentes junto à DREN		17:30	PORTO, DREN
Miguel Cadilhe apresenta seu livro '1 de Dezembro.		18:00	PORTO, Bulhosa Bom Sucesso
Mia Couto lança novo livro		18:00	PÓVOA, Diana Bar
Apresentação peça 'As bocas dos Mortos'(a 13)		21:30	PORTO,Rivoli
RAR Açúcar expõe 'SÍMBOLOS DE PORTUGAL'(a 27)		21:30	MAIA

Agenda SIC 05-05-2012

Story Slug	Hora Saída	Hora do Evento	SIC	Local
EFEMÉRIDES				
Desaparecimento de Maddie - 5 anos		--		---
Dia Inter. da Cultura e Língua Portuguesa na CPLP		--		INTERNACIONAL
1				
2				
4				
5				
SOCIEDADE				
Estudo com familiares vítimas Entre-os-Rios		--		ENTRE-OS-RIOS
Reabertura cantina Universidade ao fds		--		COIMBRA
Manif.Comissão Def.Linha Oeste		08:45		S.Martinho a Figueira da Foz,LEIRIA
Marcha da Fome		09:00	1	junto ao edifício da Câmara Municipal de LOURES
Encontro Nac.Pastoral da Saúde+Paulo Macedo##		09:30		Centro pastoral Paulo VI, Santuário Fátima
Lisboa - Gaia em bicicleta (5 - 6)		09:30		Parque das Nações, Lisboa / Gaia
Encontro Internacional de Musicoterapia		09:30		Universidade Lusíada,LX
Aulas Yoga para Estudantes		10:00		Uni.Lisboa
Vestir de branco pelo aquecimento global		10:00		NACIONAL
Feira do Queijo (a 6)		10:00		Soalheira,FUNDÃO

Agenda SIC 05-05-2012

SOCIEDADE			
Inauguração da Pista de Voo da Maçussa		11:00	Pista de Voo de Aerodelismo da Maçussa, Azambuja
Sec. Est. Desenvolvimento - Feira do Azeite, Vinho		11:00	MURÇA
Entronização ao Alentejo - Assunção Cristas		11:00	Sé Catedral de Évora
Confeção Maior Sardinha Doce do Mundo		11:00	Convento de São Francisco, TRANCOSO
Dia da Mãe no Museu do Oriente (e 6)		11:30	Museu do Oriente, LX
19º Congresso da Sopa		12:30	Mouchão Parque, TOMAR
CSI ao vivo		14:00	Pavilhão Atlântico, LX
Concurso Carrinhos de rolamento maiores 50 anos		15:00	Rua Soldados da Índia, Restelo, LX
Marcha global da marijuana		15:00	Jardim Mãe d'Água, LX
Concentração contra lei arrendamento		16:00	Jardim da parada- Campo de Ourique
Feira Quinhentista recria ambiente das cortes		16:00	TORRES NOVAS, junto ao castelo
Maior Lua Cheia do ano		21:23	MUNDIAL
Semana Académica do Algarve - Xutos (a 12)		22:00	Complexo Desportivo da Penha, FARO
Queima das Fitas (a 11) - We Trust, The Hives		22:00	Praça da Canção, COIMBRA
POLITICA			
Cont. Visita Vice Pres. Comissão Europeia		10:30	Banco Alimentar, ALCÂNTARA
Reunião Mins. Negócios Estrang. CPLP-Guiné		15:00	Sede CPLP, Palácio Conde Penafiel, R.S. Mame de, LX
PSD - 38.º aniversário - Passos Coelho ##		16:00	Casino da FIGUEIRA DA FOZ
Conf. Crise zona euro+Antº J. Seguro		16:30	Sala Europa. Hotel Altis, R. Castilho, LX
CI: Análise Sit. Política BE+Francisco Louçã		16:30	Hotel Mundial, Praça Martim Moniz, LX
Assembleia Regional PCP+Jerónimo Sousa		17:00	Auditório do IPJ, COIMBRA
Assunção Esteves - conf. criminalidade ##		18:00	Auditório do Centro Cultural de CHAVES
ECONOMIA			
20			
FESAP - Fed Sind. Adm. Pública-Ass Constituinte		11:00	Sede UGT, Av. Alm. Gago Coutinho
DESPORTO			
Lisboa International Triathlon		08:00	Parque das Nações, LX
Duelos Improváveis do Ténis Nacional		11:30	Court nº 1 do Complexo de Ténis do Estádio Nacional
Cascais Surf à Noite		14:00	Praia de Carcavelos, LX
Benfica x U. Leiria		20:30	Estádio da Luz, LX
Olhanense X Marítimo		20:30	OLHÃO
Académica X V. Setúbal		20:30	COIMBRA
Nacional X G. Vicente		20:30	FUNCHAL

Agenda SIC 05-05-2012

CULTURA				
Lançamento'Roteiro do Jazz na Lisboa dos anos 20-5		18:00		R.Nova de Almada,Livraria Ferin,LX
Lançamento do livro 'Mourinho'		17:00		Pavilhão da UCEditora,Feira do Livro de Lisboa
Concerto homenagem 'Somos nós os teus cantores'		21:30		Aula Magna
'Belarmino'-Homenagem Femão Lopes		23:00		Cinemateca Portuguesa,Museu do Cinema,R.Barata
PORTO				
'Concours Mondial Bruxelles' de vinhos - 8.400 vin				GUIMARÃES
13ªEdição Stockfashion(e6)		10:00		PORTO, Alfândega
Cons.Consultivo PSD+Pedro Aguiar Branco		10:30		PORTO,Hotel Sheraton
XVIIFeira Rural Portuguesa		11:00		GAIA
Manuel Pizarro - candidatura concelhia PS		16:00		PORTO, sede PS
Recriação 140 anos 1ªlinha de carros americanos		16:00		PORTO
Robotop2012-Campeonato Nacional de Robots(a6)		17:00		SANTO TIROSO
Braga X Beira-Mar		20:30		BRAGA
Paços Ferreira X Rio Ave		20:30		PAÇOS DE FERREIRA
Porto X Sporting		20:30		PORTO
Feirense X V.Guimarães		20:30		STA MARIA DA FEIRA
Jantar angariação fundos para Guiné		20:30		PORTO
Trofa, capital da Lusofonia (5 - 12)		21:30		TROFA

Agenda SIC 06-05-2012

SOCIEDADE				
Motas ñ pagam portagens na A5		--		LX-CASCAIS
Caminhada 10.000 passos- 5 mil participantes		10:00		OEIRAS, Av. Marginal
Gymnopet cancelado		10:00		Jardim de BELÉM
Dia Zen Solidário - Ricardo Carriço		10:00		Cordoaria Nacional,Av.India,LX
'Corrida Dona Estefânia - Dia da Mãe'		10:00		Av.Brasília,LX
Pelas Mães,pela Baixa Pombalina pela MAC+AntªCosta		10:30		Maternidade Alfredo da Costa,L
Assunção Cristas apadrinha sobreiro		10:30		Herdade das Barradas da Serra,GRÂNDOLA
Cortejo Queima das Fitas		14:30		COIMBRA
Procissão Nossa Senhora da Saúde		16:00		Capela Nossa Senhora da Saúde, R. da Mouraria, 1, Lx
Sessão especial Dia da Mãe no Oceanário		16:00		Oceanário de LISBOA
Flash mob promove maior festival de dança urbana		16:00		Estação do Oriente, LX
Flashmob de zumba fitness		16:30		Falagueira,AMADORA

Agenda SIC 06-05-2012

POLITICA				
Eleições França - votação em Lx		08:00		Embaixada de França (Rua Santos-o-Velho, 5),LX
ANPG assinala libertação dos prisioneiros		09:30		Parque 2 em Fátima, Ourém
Eleições França - Antº José Seguro		17:30		LX, Sede PS
15				
ECONOMIA				
16				
19				
20				
DESPORTO				
MOTO GP - provas		09:00		Autódromo do Estoril
Entrega Prémios Moto GP+Sec.Est.Desporto e Juv.		13:45		Autódromo do Estoril
17				
25				
INTERNACIONAL				
2ª Volta Eleições Francesas		--		FRANÇA
Eleições legislativas antecipadas na Grécia		--		GRÉCIA
Eleições Parlamentares Sérvia		--		SÉRVIA
CULTURA				
'Concerto de Domingo' homenageia Claude Debussy		12:00		Átrio Biblioteca de Arte, Fundação Calouste Gulbenkian,Av.Berna,LX
Expo. pintura moderna e Serigrafias(e8)		15:00		Palácio da Independência,Largo S.Domingues
33				
34				
35				
PORTO				
Outlet propõe sessões beleza para as mães				VILA CONDE
Queima das Fitas Porto (a13)		00:01		PORTO,Vários
6ºCampeonato Nac.Robôs		08:00		SANTO TIRSO
'Concours Mondial Bruxelles' de vinhos - 8.400 vin		09:00		GUIMARÃES
3ª descida de motas de pau		14:00		VALENÇA
Concerto Rita Redshoes		19:30		PORTO,CdM

Marcações SIC 30-04-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
PEA - Asas de Portugal				
Reportagens Londres - até 3 de Maio				Londres
Início Operação Fátima' 12- para PJ			--	NACIONAL
Piquete Manhã				SIC
Reunião Conselho Ministros Extraordinário			08:30	Rua Gomes Teixeira,LX
Descida (previsível) dos combustíveis			09.00	NACIONAL
Comunicado DCIAP Buscas Madeira			09.00	
Fim prazo pedido isenção taxas moderadoras saúde			09.30	NACIONAL
Documento estratégia orçamental			10.00	SIC
Direto SICNOT - O.P.			11:00	SIC Matosinhos
Guerra Política Passos Seguro PEC x DOE			12.00	SIC
DOE - Reaxs Partidos - DIRECTOS			12.00	AR, LX
Vitória FCP - direto	*Sony.serverPt .mos		13:00	PORTO, Café Velasquez
Dia da mãe - continuação (FDS)			13:00	LX
LOUÇÃ - DEO + ensino superior			14:00	Libsoa, Univ. Nova
Escola Multicultural cancelado			14:00	Escola Secundária de Forte da Casa,Rua da República,VILA FRANCA DE XIRA
Capela em Lisboa			14:30	LX
Contas nos transportes	*Sony.serverPt .mos		14:30	V.N.Famalicão, Fradelos, Transfradelos
Dia Internacional do Jazz			15:00	Belém
PM + Min.Agricultura na OVIBEJA - Directo		12:00	15:00	Parque de Feiras e Exposições de BEJA
OVIBEJA Agricultura Reportagem			15.00	Beja
UGT - declaração			16:00	UGT, Sede
CI fusão universidades - UTL com UL -direto			17:00	Instituto Superior de Agronomia/UTL, Observatório Astronómico de Lisboa
Multas de transito			17:00	Lx
PCP - CONF. IMPRENSA			17:00	LISBOA, SOEIRO
Inaug.Fármacia Caniço+Alberto João Jardim			17:30	Cidade do Caniço,Santa
CI Secretariado Nacional PS Directo			18:00	Sede do PS - Largo do Rato,LX
Comemorações 1º de Maio- Arménio Carlos - Directo	*Sony.serverPt		18:00	Teatro Rivoli,PORTO
Sporting x Académica - resumo SIC + directo CI			20:45	ALVALADE
Sporting X Académica resumo sic-not			20:45	SIC
assalto posto Vimeca			21:00	Carnaxide
Fontinha na Assembleia Municipal?	*Sony.serverPt			PORTO, câmara

Marcações SIC 30-04-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Incêndio Vila Conde	*Sony.serverPt		24:00	Vairão, Vila do Conde
Piquete Noite			24:00	SIC
loga + teatro + tijolos	*Sony.serverPt		18:30	Câmara Porto
Idosa Mergulhadora adiado dia 7			14:00	LX
PEA - Excesso				Marinha Grande

Marcações SIC 01-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Começo da época balnear			---	NACIONAL
Maddie + Luisa Sobral (2 peças) - até 3		00:00		Londres
Escultura rara touro 3 mil anos			manhã	BE JA
Peça José Mourinho (não é para hoje)			00:00	SIC
Real Campeão - Rep Bilbao			DIA	Bilbao, Espanha
real Campeão - Rep Madrid			DIA	Madrid, Espanha
FC PORTO - TREINO DOS CAMPEÕES (15 MIN)	*Sony.serverPt		10:30	GAIA
Tradição festa do bolo de tacho			11:00	largo da igreja DE Alferoe , MONCHIQUE
Diário Noticias			10:30	
Sabores do Toiro Bravo			11:00	CORUCHE, Praça de Toiros
Falcões			12:00	LX
Encontro Passos Coelho + TSD - Directo			12:00	Hotel Sofitel, Av Liberdade 127, LX
CGTP - Manif.-Aménio Carlos+Jerónimo - Direct			13.00	Martim Moniz até à Alameda D. Afonso Henriques,LX
UGT - Manif. 1º de Maio - Directo			13.00	Marquês de Pombal até Restauradores
CGTP Reportagem			14.00	MMoniz-Alameda
UGT - Reportagem			14.00	M Pombal

Marcações SIC 01-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Desfile + Comício CGTP			14:30	Coimbra
Feira do Livro			15:00	Lx
CGTP - Manif. 1ºMaio no Porto - DIRECTOS	*Sony.serverPt		15:00	PORTO,Av.Aliados
Pingo Doce			14:30	LX
Feira para encontrar trabalho			15:00	LX Factory, Alcântara, LX
1ºde Maio Porto - reportagem	*Sony.serverPt		Tarde	PORTO, Aliados
PNR - concentração e desfile			15:30	Praça Barbosa de Bocage (frente à Câmara Municipal),SETÚBAL
Real Madrid - CI Karanka			16:00	Madrid
Dumping			17:30	Sic
Seguro - Convenção Autarquica			18.00	
Contra-Corrente		17.00		SIC
Direto SICNOT - frente a frente			21:15	SIC Matosinhos xxx
Piquete noite			24:00	
Tiroteio Bairro Cruz Vermelha				Alcabideche, Cascais

Marcações SIC 02-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
GR - fim (11h-13h)		11:00		
Fora d'horas				Sic
GR - cont.				
PEA -Asas de Portugal				Ota
PEA - Fátima Revisitada (montagem de 2 a 9 Maio)				
Condenados - A prova				Impresa
Vitor Gaspar Bruxelas			Dia	
Maddie + Luísa Sobral (2 peças) - até 3		00:00		Londres
Piquete manhã			06:00	SIC
Desaparecidos				SIC
LEILÃO QUADRO 'O GRITO'			--	NOVA IORQUE
Falta de Vacinas			09.00	Varios
Miguel Relvas - Reforma poder local			09:00	Faculdade Direito Universidade Lisboa

Marcações SIC 02-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Novo posto GNR fechado		09:15	10:00	SOBRAL MTE AGRADO, posto da GNR, junto bombeiros voluntários
Escola Multicultural			09:30	Escola Secundária de Forte da Casa,Rua da República,VILA FRANCA DE XIRA
Cont. julg. Face Oculta			09:30	Sala Audiências 3,Tribunal Judicial de AVEIRO
Estudo Idosos	*Sony.serverPt			Matosinhos
Habitação Social - ciganos	*Sony.serverPt			SIC PORTO
Reunião plenária Concertação Social			10:00	CES (Rua João Bastos, n.º 8,LX
FAlcões - Reportagem			10:00	Lisboa
AR - Audição Antº Borges + Carlos Tavares			10:00	Lx, Ar, SALA DO SENADO
Contas-poupança Compras colectivas III		09:30	10:00	Lisboa, Rua Castilho
C I Associação Nacional Farmácias			10:00	Lisboa
AR - Audição Sec Est Orçamento			10:00	Lx, AR, SALA 3
AR - Aud. Min. Seg. Social DIRETOS			10:30	Lx, AR, sala 1
AR - Aud. Min. Seg. Social - peça			10:30	Lx, AR, sala 1
Exposição Habitar a Escuridão			11:00	Fund. Champalimaud
Preparação Eleições Paris			12:00	SIC
Obesidade Infantil			12:00	Varios
Grupo ocupas Es.Col.A da Fontinha em tribunal	*Sony.serverPt	13:00	14:00	PORTO, Tribunal
Concurso de Vinhos - peça montagem	*Sony.serverPt	14:00	15:00	Guimarães
CRIOPRESERVAÇÃO FDS - Conclusão			14:00	Venda Nova
Caso túnel da Luz - Decisão Instrutória			14:00	5.º Juízo, Campus da Justiça, Parque das Nações,LX
Min Defesa visita Inst. Estudos Sup. Militares			15:00	Instituto de Estudos Superiores Militares, rua dos Pedrouços,LX
AR - plenário - encerramento MAC DIRETOS			15:00	Lx, AR
AR - plenário . peças declarações políticas			15:00	LX, AR
AR - Audição Sec Est Tesouro -			16:00	Lx, ar, saLA 1
Debate'O futuro de Portugal'+Mário Soares			18:00	Aula Magna,Instituto Ciências Sociais e Políticas,Uni.técnica LX
Semana Académica Lisboa 2012(a5)-Os Azeitonas			19:00	Passeio Marítimo de Santos, LX

Marcações SIC 02-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Cont. julg. Paco Bandeira			09:15	1º Juízo de Competência Criminal, Tribunal de OEIRAS
Audição Ministra da Justiça (regimental) - NAO TEM			10:30	LX, AR, sala 5
AR- Audição Min. Defesa			10:00	Lx, AR, sala 2
AR - audição Ministra Agricultura			10:30	LX, AR, sala 6

Marcações SIC 03-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Rep. Centro de Saúde de Aguiar da Beira				Centro de Saúde de Aguiar da Beira
Lúisa Sobral - regresso			00:00	Londres
GR - cont. (até às 14h)				
GR - cont. (a partir das 14h)				Alfama
PEA - Asas de Portugal				Castelo Branco
PEA - Fátima Revisitada (montagem de 2 a 9 Maio)				
Piquete Manhã			06:00	SIC
Sesimbra Day After		08:00		Sesimbra
Cont. julg. 'face oculta' - Mário Lino --- Direct	*Sony.serverPt	08.00	09:30	AVEIRO, tribunal
Face Oculta Reportagem			09:30	Aveiro
Solidariedade Online (FDS)			09:00	Barreiro
Cont. Julgamento João Pinto			09:30	6.ª Vara do Tribunal Criminal, no Campus da Justiça de LX
Enc.Nac. Pastoral Saúde - Ana Jorge, Leonor Beleza			09:30	Centro Pastoral Paulo VI, FÁTIMA
Acidente Day After		10:00		Caxias
Incendio Fábrica sofás	*Sony.serverPt		10:00	PAREDES

Marcações SIC 03-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Reportagem roupas - para RPR	*Sony.serverPt		10.00	PORTO
AR - Reunião bancada PS			10:00	Edifício Novo,AR, LX
Mourinho			10:30	Setúbal
Adopção Singular 1 (FDS)			11:00	Lisboa
Entrevista Falcões			11:30	Santarém
Francisco Louçã + Ass.Port. Consumidores			11:30	Sede do BE,R.da Palma,LX
Missão Paralimpica+Sec.Est Desporto			12:00	Auditório do Centro de Medicina Desportiva de Lisboa, Estádio Universitário
Cascais Music Festival			12:00	Escola Básica e Sec. Carvavelos
AR - posse comissão de inquérito às PPP			12:00	Sala 1,AR, LX
CI Cons Ministros			12:30	Rua gomes teixeira, LX
Museu do Pão - Distribuição			tarde	Seia
FCP - CI Vítor Pereira Directo	*Sony.serverPt		13.00	GAIA, Olival
Conf.Obesidade Infantil - Nuno Crato (e4)			14:15	Auditório 2, Fundação Calouste
Liga de Clubes - AG extraordinária --- DIRETO	*Sony.serverPt	13.00	14:30	PORTO, Liga de
The Gift no RIR			15:00	Pq da Bela Vista
Tribuna pública da FENPROF			15:00	Avenida 5 de Outubro (frente ao MEC),LX
Resultados Prog.Antidopagem-Sec.Estado Desporto			15:00	Auditório do Centro de Medicina Desportiva de Lisboa
peça declarações políticas				sic
AR - Plenário - bolsa Nac. Terras			15:00	Lx, AR
Min.Defesa visita Escola Tecnologias Navais			15:00	Base Naval,Alfeite,LX
peça bolsa terras plenário				sic
Miguel Relvas + Junta Metrop. do Porto			16:00	Rua prof. Gomes Teixeira,LX
Erasmus no Secundário (FDS)			16:00	Lx
POLÍTICAS PÚBLICAS+Silva Pereira+Teresa Caeiro			17:30	Auditório ISCTE, LX
'Pirataria, um crime sem vítimas?' - Balsemão			18:30	Auditório Agostinho da Silva, Universidade Lusófona
Velório Fernando Lopes			19:00	Palácio Galveias
Apresentação Fora d'Horas			21:00	TEATRO DO BAIRRO ALTO, LISBOA
Piquete Noite			24:00	SIC

Marcações SIC 04-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Promos Sociedade das Nações				
GR - cont.				
Condenados - A prova				
PEA - Fátima Revisitada (montagem de 2 a 9 Maio)				
Cameron Diaz e Rodrigo Santoro junket - até 8				Los Angeles
Comida e filmes - para PJ			Manhã	algarve
Células Estaminais - Para Domingo			Dia	SIC
Piquete Manhã			06:00	SIC
'Concours Mondial Bruxelles' de vinhos - 316 juize	*Sony.serverPt		09:30	GUIMARÃES
COTEC - Cons. Globalização - PR,Barroso, PM			08:45	Palácio da Cida dela,CASCAIS
Viviane Reding nas Com. Assuntos Constitucionais e			09:30	AR, LX; Senado
AR - Plenário			10:00	Lx, AR
Contas-poupança compras colectivas		09:20	10:00	Doca de Santos
portugueses trabalho Londres - Para JN			Dia	SIC
BANCO ALIMENTAR			10:00	Lisboa
Assunção Esteves recebe Viviane Reding			10:45	Lx, AR, Sala visitas PAR
COTEC - Directos			11.00	Cascais
CI Praias com Bandeira Azul			11:00	Sala multiusos da Fundação Vodafone Portugal,LX
Min Economia -Sistema da Indústria Responsável			11:00	Salão Nobre do Ministério da Economia e do Emprego,LX
Guerra Ordenados Executivos			12.00	SIC
Observatório Agrícola			12:00	Lisboa
Paulo Bento - CI Directo Mochila 3G			12:30	Lisboa, sede FPF
Concours Mondial Bruxelles..... direto	*Sony.serverPt		13:00	GUIMARÃES,
Facebook PAL			13:30	SIC
Edificio Largo (FDS)			14:30	LX, Intendente
Piscinas Abandonadas			15:00	Lisboa
Praias - Bandeira Azul			15:00	Vários
Viviane Reding Min. Justiça			15.00	Ministério Justiça
Real Madrid - CI + treino			15:00	Real madrid TV
Entronização Alberto de Mónaco	*Sony.serverPt		16:00	PORTO, Palácio Bolsa
Viviane Reding + Passos Tarde + Lusíada			16.00	S. Bento + Lusíada, Lx

Marcações SIC 04-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Real Madrid - CI + treino			15:00	Real madrid TV
Entronização Alberto de Mónaco	*Sony.serverPt		16:00	PORTO, Palácio Bolsa
Viviane Reding + Passos Tarde + Lusíada			16:00	S. Bento + Lusíada, Lx
Francisco Louçã - Pensar Pensadores da Economia			16:30	Faculdade de Economia da Universidade Nova de
Entrevista Ursula Meier			16:30	Culturgest
Teatro para Fora d'horas			17:00	TNDM II
Ensaio Teatro S João	*Sony.serverPt		17:30	PORTO
Min.Finanças - reformas da República direto			17:00	piso 1 Faculdade Ciências Humanas, Universidade Católica,LX
Jerónimo Sousa em Grândola			18:00	Clube Recreativo O Grandolense (Rua Jacinto Nunes, GRÂNDOLA
Declarações APED			18:30	R. Alexandre Herculano 23
Ingest Luisa Sobral				
Viviane Reding jantar Paulo Portas			20:00	
Piquete Noite			24:00	SIC
PSP - Operação (para sábado)			02:30	Comando Metropolitano de Lisboa, na Rua Capelo, n.º 13,LX

Marcações SIC 05-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
GR - cont.				Lisboa
Cameron Diaz e Rodrigo Santoro junket - até 8				Los Angeles
Reabertura cantina Universidade ao fds PJ			--	COIMBRA
Ronda Descontos			09:30	Lx, vários
13ª Edição Stockfashion(e6)	*Sony.serverPt		10:00	PORTO, Alfândega
Iva Restaurantes	*Sony.serverPt		11:00	matosinhos
Cont. Visita Vice Pres. Comissão Europeia			10:30	Banco Alimentar, ALCÂNTARA
Entrevista Carlos Barbosa			11:00	Clube TAP, Lisboa
Directos Dragão manha	*Sony.serverPt	11.00	12.00	Dragão, Porto
Encontro Nac.Pastoral da Saúde+Paulo Macedo##			12:30	Centro pastoral Paulo VI, Santuário Fátima
Benfica - directo			13:00	estádio da luz
CSI ao vivo			14:00	Pavilhão Atlântico, LX
Motards no Estoril			15:00	Estoril
Marcha global da marijuana			15:00	Jardim Mãe d'Água, LX
PSD - 38.º aniversário - Passos Coelho ##			16:00	Casino da FIGUEIRA DA FOZ
Conf.Crise zona euro'+AntºJ.Seguro			16:30	Hotel Altis, sala Europa
Francisco Louçã - BE reunião mesa nacional			16:30	Hotel Mundial
Ambiente antes jogo	*Sony.serverPt			Porto
FCP - Sporting - fim campeonato -- festa	*Sony.serverPt .mos		17.00	PORTO, Dragão +++
Assembleia Regional PCP+Jerónimo Sousa			17:00	Auditório do IPJ, COIMBRA
Benfica x U.Leiria - Jogo + directo CI			20:30	Estádio da Luz, LX
Benfica X U. Leiria - Directo Zona Mista			22:30	Estádio da Luz
Cascais Surf à Noite			21:00	Praia de Carcavelos, LX

Marcações SIC 06-05-2012

Story Slug	Object Placeholder Create	Hora Saída	Hora do Evento	Local
Cameron Diaz e Rodrigo Santoro junket - até 8				Los Angeles
Eleições França - votação em Lx			08:00	Embaixada de França (Rua Santos-o-Velho, 5),LX
Cruzeiros Algarve			PJ	joao tiago
associação 100 anos			PJ	Luis godinho
Caminhada 10.000 passos- 5 mil participantes			10:00	OEIRAS, Av. Marginal
Incêndio Amadora			10:00	Amadora
Pelas Mães,pela Baixa Pombalina pela MAC+AntºCosta			10:30	Maternidade Alfredo da Costa,LX
XVII Feira Rural Portuguesa	*Sony.serverPt		11:00	GAIA
Acidentes mortais	*Sony.serverPt		10:00	Penafiel
Cortejo Queima das Fitas	*Sony.serverPt		14:30	COIMBRA
Subida das temperatura			15:00	Inst. Meteo
Assalto Farmácia			18:00	Campo Grande
Instituto franco-português - Direto Eleições			17:00	Lisboa
Eleições França - reax partidos PS			19:15	Vários
Eleições França Reax Partidos PCP BE			20:00	Vários
Comentário Nuno Rogeiro			00:00	SIC

Anexo 2

Guião para entrevistas aos Coordenadores Editoriais SIC

Com a presente entrevista objetiva-se a opinião de cada coordenador editorial da redação de informação da SIC visto como pertinente ao estudo em causa. Sentimos também a necessidade de entrevistar a coordenadora da própria Agenda da SIC – a principal *gatekeeper* da primeira filtragem de eventos – Ana Luísa Galvão; e ainda a diretora do Jornal de Fim de Semana, Maria João Ruela, que é a principal responsável por tudo aquilo que é marcado como reportagem durante os fins de semana.

Recordamos ser uma entrevista caracterizada pela exigência de um guião previamente traçado como eixo orientador no desenvolvimento da entrevista, mas que no entanto não exige uma ordem rígida nas questões e o seu desenvolvimento vai-se adaptando ao entrevistado mantendo assim um grau de flexibilidade na exploração das questões.

-
1. *Como faz a escolha/seleção dos eventos agendados?*
 2. *Quais são os critérios que utiliza na escolha?*
 3. *Área geográfica/Personalidade/Tema – qual a importância dada a cada um? Hierarquia de critérios?*
 4. *Eventos de última hora (acidentes/manif's. etc.) – quais os critérios para a escolha? Porque escolhemos ir a um sítio não a outro?*
 5. *As marcações vêm todas da agenda ou há coisas já pré-sabidas? Eventos que já recorrentes com rotinas perceptíveis?*
 6. *Jogos de futebol e Conferências de Imprensa: têm marcação automática?*
 7. *Relevância da personalidade envolvida no evento. Predominância de personalidades – qual a supremacia? Qual o critério?*
 8. *Como fazem para marcar eventos internacionais? Vão a todos ou há uma seleção? Quais os critérios?*
 9. *Passa tudo pela agenda?*

10. *Eventos sazonais, por exemplo a queima das fitas, praias com bandeira azul, festivais... qual o critério utilizado?*
11. *Porque é que julgamentos e questões jurídicas passam pela editoria da sociedade? Qual o critério?*
12. *Critério de julgamentos? Marcação passa tudo pela agenda que confirma as datas ou alterações das datas dos julgamentos.*
13. *Eventos de solidariedade? Mesmo que envolvam políticos? Ou personalidades na área da política? (e.g. Pirlampo Mágico com Mota Soares e M^a Cavaco Silva a 04-05-12)*
14. *Eventos que envolvam “marcas” (não se trata de publicidade à marca?) – e.g. RFM Carjacking.*
15. *Falar de questões/eventos que envolvam portugueses lá fora.*
16. *Ao fim-de-Semana: Qual a diferença no sistema de funcionamento na redação? Há coisas produzidas previamente? Quais os temas diferentes que passam ao fim-de-semana? Quais os temas que não passam tanto ao fim-de-semana?*

Anexo 3

Entrevistas

As entrevistas aos diretores de informação de cada editoria da redação de informação da SIC foram realizadas durante o mês de Maio e o mês de Junho 2012 sem data uniforme devido à necessidade de ajustar a realização de entrevistas conforme a disponibilidade de cada indivíduo.

Entrevista a:

Graça Costa Pereira – Coordenadora de Cultura

- Como é que recebem informação sobre eventos de Cultura?

Primeiro nós recebemos muita informação, sobretudo via e-mail, mais do que via a agenda geral da SIC. Nós já temos uma agenda muito própria porque a editoria já existe há alguns anos e as pessoas já nos identificam, a equipa é sempre a mesma. Portanto nós recebemos uma série de informações para a nossa equipa. Quando eu digo uma série é, sei lá, quase ‘quantificante’... eu costumo dizer que recebo em média 200 e-mails por dia, o que é...?! São e-mails que vêm diretamente para mim. Portanto, há muita coisa a acontecer e temos sempre também muita coisa por antecipação.

- Qual é o principal critério que utiliza na seleção de eventos?

O critério não é o mesmo todos os dias porque às vezes interessa coisas mais generalistas, digamos assim, dependendo pelo sítio depois onde vão ser emitidas. Por exemplo, se eu tiver um concerto do Tony Carreira, eu até posso prevê-lo e agenda-lo desde que depois tenha espaço para ele depois ir para o ar na SIC generalista porque eu não ponho isso na SIC Notícias porque editorialmente não se conjuga tanto. E se eu tiver um ensaio na Gulbenkian de uma formação musical que quase ninguém conheça ou pelo menos só conhecem as pessoas mais interessadas naquele tema específico... eu aí posso agendar para ir para a SIC Notícias.

Nós ainda para mais temos uma equipa que sou eu e mais quatro pessoas, em termos de jornalistas não podemos também dar largas á imaginação porque somos poucos. Mas eu aproveito, portanto, muitas coisas para os dois canais e tento fazer coisas que sejam compatíveis com os dois públicos mas há casos em que uma coisa faz mais sentido na SIC Notícias, sobretudo no programa 'Cartaz' que é um programa muito específico e é exatamente cultural, e outras fazem mais sentido na generalista.

➤ A proximidade geográfica tem alguma influência na escolha?

Infelizmente muitas vezes tem a ver com a proximidade de Lisboa e do Porto, sobretudo de Lisboa, porque é aqui que temos mais pessoas. Não é o ideal mas é o possível neste caso. Sempre que há alguma coisa fora de Lisboa, e fora dos grandes centros, eu tento arranjar maneira de irmos por exemplo quando são os festivais – os Sudoestes e coisas desse género – eu tento sempre que a equipa seja destacada para lá, o que costuma acontecer nalguns casos. Noutros casos, não há orçamento e portanto temos de dar, infelizmente, muitas das coisas que se passam em sítios do país que têm coisas ótimas – como Viseu por exemplo, ou até Coimbra.

➤ A notoriedade do artista é também um critério? Quais é que são os artistas que são mais prováveis de dar notícias na SIC?

Sim há um critério que tem a ver com a notoriedade do artista. Se eu tenho a possibilidade de fazer um disco do Carlos do Carmo eu vou fazer o disco do Carlos do Carmo porque é um artista que chega a um maior número de pessoas. Quando é uma novidade, eu também tento perceber se se enquadra naquilo que entendo que são os nossos públicos, e também gosto, e costumo marcar, algumas novidades. Isto aplica-se sobretudo na área da música. Mas a cultura é uma imensidão não é? E nós fazemos todas as áreas. Por exemplo, o cinema. Eu tento fazer todos os filmes portugueses. Tento dar cobertura no máximo aos filmes portugueses, todos eles, não há grandes exceções. Desde que eles nos forneçam material suficiente. Porque também há muitas vezes coisas que por muito boas que sejam, nós não temos como mostra-las em televisão. Isso é uma coisa complicada que do outro lado ainda há muita gente que não entendeu isso. Dos promotores e produtores das coisas, ainda há muita gente que não percebe que para televisão é preciso imagem, e portanto não basta uma entrevista, não basta aquilo que se pode dar a um jornal que faz umas três ou quatro páginas.

- Quantos aos eventos internacionais como, por exemplo, as grandes estreias de cinema, como é que faz a seleção/escolha para destacar uma equipa de jornalistas a cobrir o evento?

Primeiro, nós somos convidados. Sempre que há coisas a esse nível, nós somos convidados, tal como todos os outros meios de comunicação. Sendo que a seleção é normalmente deles em termos de escolha, deles sendo os promotores e as distribuidoras de cinema em Portugal. Portanto eu depois aí seleciono por exemplo uma entrevista nos EUA com a Julia Roberts, como aconteceu recentemente, porque naturalmente vamos fazer. Mas agora por exemplo vai estrear agora um filme para o verão e eu mesma declinei esse convite porque as entrevistas não eram com as protagonistas. Era um filme onde estavam atores como o Tom Cruise, por exemplo, a Catherine Zetta Jones... Nós não teríamos entrevistas com eles porque às vezes eles só dão esses nomes aos americanos ou aos ingleses. Depende do público a que eles também querem chegar. Portanto, para Portugal nós não teríamos essas entrevistas. Assim eu também optei por não fazer porque temos de selecionar, implica uma equipa sair daqui... uma equipa não, uma pessoa sozinha que é o jornalista.

- Então há um critério relativo ao orçamento...?

Neste caso não se aplica porque normalmente a cobertura... nós só pagamos as despesas de alimentação e uma ou outra coisa. Portanto, um serviço desses para nós normalmente não fica caro. Até é uma coisa que fica barata porque quer a viagem, quer a estadia, é paga por eles, pelas distribuidoras. Depois por exemplo, se formos fora de Portugal, os jornalistas também funcionam de uma maneira diferente. Portanto, se eu tiver em Londres com um jornalista da TVI ou da RTP nós vamos de táxi juntos e partilhamos os custos. Isso acontece imensas vezes, nós já nos conhecemos mais ou menos as mesmas pessoas e portanto, tentamos dividir as despesas. Portanto nunca fica muito caro uma dessas reportagens, apesar de parecer que é assim uma coisa mega grandiosa... acredita que é mais caro fazer um festival em Lisboa.

A SIC na cultura há muito tempo que investe pouco, sobretudo em coisas que se passam fora do país... Porque primeiro realmente não há dinheiro, segundo, porque temos um

manancial de coisas aqui e já não faz muito sentido irmos fazer, como costumávamos fazer, até este ano... este ano falhámos a ARCO em Madrid, que é a maior feira de arte contemporânea na europa. Mas fazermos isso e depois não pormos no ar o Centro de Arte Moderna (em Portugal) ou o Museu do Chiado... portanto, a opção é o que é que então nos ficará mais barato? Compensará ir a Madrid pagar – aí sim temos nós de pagar estadia, pagar a viagem, pagar alimentação – Isso fica-nos mais caro do que uma ida a Los Angeles para fazer uma estreia.

Depois temos de pensar que é: se na ARCO em Madrid estiverem três ou quatro artistas portugueses daqueles incontornáveis e nós de facto conseguimos encontrar um caminho mais ou menos fácil, em termos orçamentais....Agora de facto o dinheiro é uma das condições, é uma das imposições que nós temos. Se eu apresentar um orçamento numa determinada altura, enfim, sobretudo este ano mas já se nota isso há algum tempo... Mas a questão é, vale a pena tirar daqui duas pessoas durante três dias para uma reportagem de dois minutos e gastar para essa reportagem 1,500€? Ou essas duas pessoas durante esses dias podem fazer três reportagens por dia aqui sem gasto nenhum, a não ser já o orçamentário normal? Portanto isso naturalmente tem implicações. Quando falo na ARCO, imaginando por exemplo, agora abriu o novo parque do Harry Potter em Londres... Eu já pensei que era interessante irmos lá fazer uma reportagem mas eu também sei que isso nos custaria algum dinheiro e nós neste momento não podemos apostar nesse tipo de eventos e de soluções.

Neste momento, em termos de cobertura, nós vamos a muito pouca coisa fora do país que implique nós pagarmos. Por exemplo se formos fazer concertos... por exemplo no outro dia fomos fazer um da Luísa Sobral em Londres. São eles que nos convidam e nós pagamos as despesas de alimentação. Quando nos convidam a ir, um convite implica sempre que nos paguem pelo menos a dormida e a viagem.

Agora, como isto funciona assim na cultura em todo lado, também nos deixa aqui uma margem que é: Eu não tenho qualquer tipo de pressão sobre as reportagens que nós fazemos e que nos são oferecidas, digamos assim. Portanto, nós somos livres de escolher quanto tempo de reportagem é que vamos fazer, em que sítio é que a reportagem vai passar, e que conteúdos a reportagem vai ter. Aliás a partir do momento quando começo a ter pessoas a perguntaram-me: ‘Garante-me que isto passa no Jornal da Noite?’ – Eu digo-lhes que não, não garanto porque isto é um canal de informação e se houver um terramoto não sei onde a peça sobre a Ana Moura

cai. Portanto, eu tento gerir os interesses de uns e de outros, porque para nós também é importante... e termos uma coisa que normalmente até pode ser exclusivo ou uma coisa que se distingue, que nos mostra outros pontos do mundo etc.; Mas sem que haja quaisquer condições impostas editorialmente, isso felizmente não há.

- Voltando á agenda da SIC...tem alguma utilidade para a editoria da Cultura? Disse que recebia a maioria dos convites diretamente ao seu e-mail, portanto, no seu trabalho quando marca alguma reportagem, olha para a agenda ou não?]

É raro a Agenda ter alguma coisa extra que eu não tenha. Olho para a Agenda por obrigação profissional mas é muito raro haver alguma coisa que eu não tenha tido conhecimento antes. A editoria existe desde 2005 e somos os mesmos desde essa altura. Portanto todos temos imensos contactos, imensas vias de chegada de informação e portanto, quase sempre mandam diretamente para nós. Vejo a Agenda por uma questão de descargo de consciência....não vá haver alguma coisa que eu tenha falhado, mas é raro ver lá alguma coisa que eu pense que não tinha encontrado ou sabido. Acontece, mas é muito raro.

Entrevista a:

Elizabete Marques – Coordenadora de Desporto

- O que é agendado na agenda da SIC tem alguma influência naquilo que é coberto pela editoria de Desporto?

Claro. Eu própria tenho o cuidado de ter a minha própria agenda e tenho o cuidado também de pôr coisas na agenda sempre que se justifique. Por exemplo, recebi agora um e-mail com o lançamento do livro do Paulinho do Sporting, o que é que eu faço? Reencaminho o e-mail para a agenda e ponho na minha própria agenda porque essencialmente me permite planeamento, permite uma organização melhor do dia-a-dia. Como esta é uma área específica, as empresas e os clubes mandam diretamente para o desporto, para a área do desporto, e quando é uma coisa agendável eu reencaminho para a Agenda e ponho também na minha própria agenda que é para ter a certeza que não vamos falhar o serviço.

- Relativamente aos jogos de futebol, são eventos marcados com bastante antecedência, esses também vão para a agenda?

Também vão para a agenda. É importante o agendamento para termos uma visão do que vai acontecer no dia a seguir mas também do que vai acontecer na própria semana. Isso permite-nos também de depois organizarmos as equipas de forma a que possamos depois ter as equipas nos diferentes horários, que possam cobrir o maior número de serviços possíveis, desde que tenham importância obviamente. E em relação aos jogos, os jogos são vistos quase de semana a semana... Os jogos são agendados com três semanas de antecedência e isso permite-nos também perceber quantas pessoas é que são precisas. Por exemplo, para o fim-de-semana se é preciso reforçar a equipa... Portanto isso é tudo importante em termos de agenda e planeamento.

- Qual é a importância das reuniões de agendamento e de planeamento diárias com os diretores executivos do canal?

Temos uma reunião de planeamento á tarde, e temos uma reunião do dia às 11h. A reunião da tarde é trabalhada com base na agenda... portanto, nós marcamos para o dia a seguir o que é planeado e o que é agendado. Mas depois no dia a seguir há sempre coisas novas, surgem coisas novas em cima da hora e portanto, a reunião das 11h serve para reajustar os serviços, fazer cair uns em função da atualidade e da importância. Um serviço pode ser marcado hoje pode ser muito importante, amanhã face aos acontecimentos que possam estar a surgir, podem deixar de ser importantes. Portanto, o que se faz é normalmente o reajustamento de, quando necessário, da agenda e da marcação de serviços, e agendam-se outros e marcam-se outros... é uma dinâmica.

Estas reuniões não são só para avisar as diversas editorias mas também para discutir ideias... Serve também em função de discutir sobre um serviço. Às vezes com um serviço surgem ideias para outras reportagens. Por exemplo, “O Dia da Música”, se sabemos que há o Dia da Música, se calhar não nos vamos só cingir pela cerimónia no Ministério da Cultura pelo Dia Música, se calhar fazemos reportagens sobre diversos tipos de música e outros eventos e em diversas áreas. Portanto, a reunião de Planeamento serve para agendar as coisas e também

para planear uma operação de um dia, ou de daqui a uma semana ou daqui a quinze dias. A reunião é com os diferentes editores e coordenadores e permite depois também a troca de ideias e o surgimento de novos serviços e novas peças que eventualmente possamos fazer.

➤ **Quais é que são os seus critérios para a marcação de eventos a cobrir?**

Há coisas que são marcadas sempre – os jogos são marcados sempre, conferências de imprensa de antevisão aos jogos também. Em torno dos três grandes clubes (Benfca, Sporting, FC Porto) normalmente. Eventualmente, quando é possível, também dos clubes que vão jogar contra os três grandes. Há fundamentalmente o critério da procura da notícia e da atualidade.

Obviamente que é difícil de marcar uma reportagem que aconteça no Alentejo do que uma coisa que aconteça em Lisboa. Obviamente que os serviços são marcados em função da importância mas também em relação aos meios que temos disponíveis para aquele dia. Porque acontece muitas vezes, mesmo aqui em Lisboa, em que às vezes temos duas equipas, dois jornalistas ou três no máximo para o dia inteiro... E aí de facto tem que se marcar aquele que é absolutamente fundamental e se calhar deixar coisas que dariam reportagens mais engraçadas ou fait-divers que seriam mais light mas depois tem de se tomar decisões.

Normalmente é necessário estar presente em todas as reuniões da Federação, ou seja, não vamos a todas as reuniões mas aquelas onde nós sabemos que pode surgir notícia. Às vezes não é pela reunião em si porque a reunião não interessa mas há um assunto que é muito importante ouvir o Presidente da Federação sobre determinado assunto...temos que ir obviamente não é. É um bocado em função da atualidade, do que está a acontecer, e dos meios que nós temos. Obviamente que o ideal seria ir a tudo... não sendo possível, temos de ser muito criteriosos e é fundamentalmente a atualidade que dá notícia.

➤ **Quanto aos eventos internacionais, como é que faz a seleção/escolha para destacar uma equipa de jornalistas a cobrir o evento?**

Aí tem que se ver os custos obviamente. Vamos quando é com equipas portuguesas ou de relevância nacional – por exemplo o Mourinho quando foi campeão pelo Real Madrid nós tivemos duas equipas em Espanha, uma em Bilbao e outra em Madrid porque era importante estarmos com o Mourinho num acontecimento daqueles em que ele seria campeão. Aí

obviamente tem que se equilibrar, tem que se ver se o valor-notícia sobrepõe ao custo daquela viagem. Se o assunto é importante ao ponto de irmos gastar esse dinheiro. Hoje em dia a parte orçamental é muito importante, mas isso tem de ser sempre discutido com a direção. Tem que haver aqui a relação entre o preço e a importância jornalística das coisas e isso tem de ser decidido com a direção.

- Relativamente aos jogos de futebol nacionais, existe alguma diferença entre a cobertura de um jogo que é transmitido pela SIC ou por outro canal?

Há uma diferença obviamente. Temos que promover o que é nosso. Portanto aí montamos uma operação diferente do que aquela de quando o jogo não é nosso. Mas também já aconteceu nós juntarmos uma grande operação á volta de um jogo que não é nosso, mas o jogo era tão importante que obviamente não poderíamos deixar de marcar presença também com reportagens e diretos. Mas claro que quando os eventos são nossos, nós temos uma preocupação maior em relação aos meios, em relação aos custos gastasse um bocadinho mais mas pronto...tem que se promover.

Entrevista a:

Maria João Ruela –Diretora de Informação/Coordenadora do Jornal de Fim-de-Semana

- Quais são os temas ou eventos que considera essencial agendar e marcar para a SIC?

Obviamente que a agenda do Primeiro-Ministro, a agenda dos líderes de oposição, a agenda do Presidente da República, das centrais sindicais... Tendo em conta o atual contexto, do Banco de Portugal. São praticamente serviços que temos que marcar por obrigação, de serviço de agenda, de atualidade, de acompanhamento de atualidade. Depois haverá outras circunstâncias por exemplo, conferências ou seminários onde nós vemos que está presente determinado ministro na atual conjuntura – O ministro das Finanças e o ministro da economia acabam por ser ministros quase incontornáveis. Acabamos por marcar também quase todos os

serviços, mesmo que não seja de iniciativa do Ministério ou do Governo. Mas conferências ou outro tipo de iniciativas nas quais eles estejam presentes acaba por ter outro critério de marcação – pela presença deles ou pela presença de eventuais economistas ou pessoas que tenham opiniões que nos interessem ouvir.

A presença de determinado grupo de pessoas também define um critério para marcar os serviços. Depois obviamente tem a ver com a oportunidade da situação, se nós estamos hoje em dia... por exemplo, temos um dia em que sabemos por antemão que está marcado que vão ser anunciados números do desemprego. Há uma iniciativa qualquer, um colóquio, um encontro, uma coisa que debate o tema do desemprego jovem... Acaba por haver uma proximidade de agenda, de uma ligação, e nos faz marcar esse tipo de serviço num dia e não marcar no outro.

Depois há eventos de natureza desportiva ou cultural que também são incontornáveis – os jogos de futebol, acontecimentos de cultura como por exemplo o Rock in Rio é obrigatório. Depois até temos equipas próprias que estão a acompanhar. Eu não estou só a falar de fim-de-semana porque eu também sou editora executiva durante a semana e portanto os critérios que presidem à marcação de serviços ao fim-de-semana são iguais aos que presidem durante a semana – sendo que ao fim-de-semana tem sempre essa particularidade de haver um peso muito grande do futebol. Por exemplo treinos, durante a semana muitas vezes nós não marcamos os treinos das equipas desportivas porque há uma distância maior em relação ao dia do jogo, mas ao fim-de-semana quando há treinos é quase obrigatório marcar porque habitualmente as conferências de imprensa são as conferências de imprensa de antecipação ao jogo. Portanto ao jogo que acontece imediatamente no dia seguinte. Portanto acaba por ter um critério.

Depois há assuntos de sociedade, leitura de acórdãos – normalmente durante a semana – acórdãos de casos que tiveram impacto grande na sociedade ou que foram acompanhados por nós. Por exemplo operações desencadeadas pelas polícias, conferências de imprensa de algum órgão de polícia criminal sobre a detenção de algum indivíduo ou para divulgar informações sobre algum assunto ligado á segurança que tenha relevância social. São tudo acontecimentos que nós marcamos que são sempre quase obrigatórios.

➤ É verdade que ao fim-de-semana são transmitidos mais notícias de *fait-divers*?

Fait-divers não são de agenda. Muitas vezes aquilo que eu faço é perceber se na próxima semana vai haver um acontecimento importante que tem a ver com... por exemplo este fim-de-semana que vem vai ser lançado um livro escrito pela Presidente da Comunidade Judaica em Portugal sobre judeus portugueses. Eu pedi á equipa que está a trabalhar durante a semana que fizesse um trabalho precisamente sobre isso – reunindo relatos e até tentando entrevistar subservientes que ainda possam ter esse registo. Portanto nós não vamos á marcação de serviço ao lançamento do livro em si mas vamos abordar o tema com uma reportagem que foi preparada antes e que não tem necessariamente a ver com os conteúdos todos do livro. Mas é um tema que se vai falar nesse fim-de-semana. Por exemplo ou então por reação, (aquilo era por antecipação) quando houve aquela coisa do Pingo Doce, as promoções e tudo isso, foi um assunto que toda gente falava. Portanto, isso aconteceu a meio da semana e no fim-de-semana seguinte preparou-se uma peça grande sobre esta mania das promoções, sobre este fenómeno de marketing social. Acontece muitas vezes isso, com temas mais genéricos, fazer reportagens de alguma maneira mais genéricas sobre temas que tenham marcado ou a semana ou que vão marcar mesmo esse fim-de-semana.

Obviamente que há temas mais de fait-divers no sentido de por exemplo fenómenos sociais urbanos... por exemplo agora há aquela mania de fazer jantares com desconhecidos, ou cursos de cozinha... O fim-de-semana é por natureza um tempo em que os jornais, além de terem uma duração maior, também as pessoas estão mais despendidas e têm abertura para ver outro tipo de informação. Portanto também tento, de alguma maneira, que haja o reflexo desses novos fenómenos que fazem pequenas modas... que se faça peças sobre isso porque as pessoas leem isso nas revistas e nos jornais porque o jornal tem muitas vezes páginas dedicadas a esses assuntos mais ligeiros. E eu tento também que os jornais ao fim-de-semana também tenham lado mais magazine desse ponto de vista. Às vezes novos animais do jardim zoológico porque dá sempre imagens... Isto não é tanto o critério de atualidade mas o critério das imagens. Dá sempre imagens giras e ao fim-de-semana como há mais distinção também há mais apetência para esse tipo de conteúdos.

Há operações em que a SIC se envolve e que temos que refletir isso na antena. Quando há operações especiais que duram uma semana toda sobre, por exemplo, fizemos ainda há pouco

tempo uma sobre os dados da PORDATA que foram analisados em diferentes perspetivas: da saúde, do trabalho... Portanto isto vai decorrendo durante toda a semana e o fim-de-semana também, obviamente, recolhe algumas coisas disso.

Também há outro tipo de acontecimentos como as maratonas ou a marginal sem carros ou até aquelas coisas que entram para o Guinness como a maior torta de não sei quê... que acabam por acontecer sempre ao fim-de-semana e que acabam também por dar reportagem.

- *Quanto aos acontecimentos de última hora? Como é que os distingue? Quais é que são os critérios de seleção que utiliza?*

Explodiu uma botija de gás? É obrigatório irmos. Isso é o acontecimento, são as notícias, nós temos que relatar o que está a acontecer. Um acidente grande que envolve muitas pessoas. Por exemplo, se me disser que há um acidente que provocou três feridos, apesar de serem feridos graves, não sei se se justifica estarmos a enviar uma equipa. Mas se houver um acidente, por exemplo em alturas de muito movimento como a Páscoa, o Natal, ou o Carnaval, em que as pessoas habitualmente viajam mais... Um acidente com quatro mortos justifica enviarmos. Mas uma explosão de uma botija de gás, há um desaparecido numa barragem porque é um fim-de-semana de calor – o primeiro fim-de-semana do ano com calor e há uma pessoa que foi nadar e desapareceu da barragem, aí acho que sim, mas se isto acontecer a meio do verão se calhar já não ... é também um bocadinho dependendo dos vários contextos, há vários fatores que podem adicionar a tomada de decisão em relação a isso. Há coisas que são incontornáveis, estou a recordar serviços que já tenhamos feito: Caiu uma bancada de um circo, há um incêndio grave numa casa em Campo de Ourique, há um prédio a arder no meio da Baixa...é obrigatório irmos, são assuntos incontornáveis.

- *A proximidade geográfica do acontecimento é um fator de escolha?*

Não porque nós temos uma rede de correspondentes que cobre todo o país. Portanto quando estamos a falar destes eventos, falamos de eventos ao nível nacional. Porque mesmo que aconteça em Évora nós temos um correspondente em Évora que podemos acionar para ir fazer esse tipo de reportagem. Não é só aqui á volta de Lisboa obviamente.

- Qual é, para si, a utilidade do serviço de planeamento, nomeadamente a agenda?

Eu tenho que ir á agenda para saber aquilo que é agendado para o dia, obviamente que eu não sei de cor a agenda do Passos Coelho, vou ao serviço de agenda para saber o que é que ele vai fazer no dia seguinte. Obviamente que há muitas coisas que são feitas pela leitura dos jornais, pelo pessoal da Agenda, que sugerem diretamente ou me chamam a atenção quando são eventos para o fim-de-semana. Daquela quantidade de serviços que lá estão, destacam um ou outro porque como eles tiveram o contacto mais próximo da fonte, o pessoal da Agenda também pode chamar um bocado mais a atenção. Obviamente que é obrigatório recorrer-me ao que está lá na agenda. Na equipa de fim-de-semana, são três pessoas, e quase todas as coisas que estão a fazer são marcações que não estão na Agenda. Sou eu que decido e que introduzo além do que está na agenda.

Entrevista a:

Ana Luísa Galvão –Coordenadora da Agenda da SIC

- Como é que recebem informação dos eventos na agenda?

Nós aqui recebemos todo o tipo de informação. É canalizada para aqui desde correio regional, cartas de telespectadores, e-mails, telefonemas, informações oficiais dos diversos organismos (Estado, ONG's...). E usamos também como fonte de trabalho a nossa própria vivência enquanto jornalistas, ou seja, lemos os jornais, estamos atentos às notícias da rádio, até aos outros órgãos da comunicação social, as outras televisões da concorrência... Até como cidadãos temos de estar alerta e, por vezes, até há um barómetro, o número de e-mails que chegam sobre um determinado tema ou telefonemas que chegam sobre um determinado assunto faz-nos ligar mais depressa a esse assunto, damos mais atenção porque vemos que é um assunto que está a mexer com as pessoas e que está a ter alguma premência e algum impacto. Também muitas vezes estamos atentos ao Facebook, às diversas redes sociais...Não nos podemos esquecer que somos também cidadãos e que somos jornalistas portanto temos tentar ter ser um olhar crítico sobre as coisas e quando vamos na rua e olhamos e vemos alguma coisa, tudo isso

serve...E toda a informação desde o electricista, o estafeta até à administração tudo pode ser relevante, ou não-relevante, e é tratada de igual forma.

➤ Como é que fazem a escolha para o agendamento de eventos?

O critério tem de ser um critério jornalístico com a predominância da notícia... mas temos também de pensar na imagem, nós trabalhamos em televisão. Temos de pensar na exequibilidade das coisas, da parte prática de como é que em televisão podemos fazer esta reportagem. Chegam aqui muitas coisas que eu penso que davam páginas inteiras num jornal mas que para nós não interessa nada porque do ponto de vista da imagem não são trabalháveis ou o investimento que teríamos de fazer naquela assunto era desproporcional ao resultado. Portanto esse também é um critério de seleção. Sempre que tenho dúvidas tenho os editores das diversas áreas (da Política, da Sociedade, da Cultura, do Desporto...), tenho pessoas que dominam as áreas, às vezes não têm de ser os editores também porque há colegas que têm mais experiência numa determinada área e não têm cargos de chefia mas têm dignidade e merecem o maior respeito como repórteres e portanto quando tenho dúvidas verifico com quem achar melhor. Aliás, se tiver de envolver mais do que uma pessoa no assunto, envolve calmamente e não há problema nenhum porque assim a decisão é tomada mais corretamente e eu própria fico mais descansada comigo mesma... Dessa discussão também resulta alguma coisa.

Em relação ao que é agendado há coisas óbvias: a agenda do Primeiro-Ministro tem de ser agendada, do Presidente da República também, determinados concertos que saltam à cara... Mesmo que nós saibamos que não há nada de muito importante a perguntar à ministra Assunção Cristas amanhã, por exemplo, se houver agenda dela nós agendamos. Até porque pode haver depois algum assunto que mereça questionar, ou seja, convém saber sempre onde é que andam os nossos governantes sobretudo a nível administarial. Neste caso como muitos ministérios recentemente acabaram e agora há os Secretários de Estado como, por exemplo, da Cultura ou do Desporto temos cuidado de pôr. Temos cuidados em relação a esses sobretudo quando há notícias durante a semana nessa área que possam poder chegar a alguma questão. Mas mesmo quando não há, convém sempre que as chefias saberem onde é que eles estão, o que estão a fazer e se estão acessíveis do ponto de vista público. Mesmo se o acontecimento em si não justifique, poderá justificar-se que nós aproveitemos essa oportunidade para questionar sobre alguma coisa portanto temos que agendar.

Há muito trabalho invisível aqui que não chega á agenda quando falamos na parte que está escrita, que está inscrita no computador e que está acessível aos editores para quando for para marcar reportagens. Há muito trabalho que chega aqui que não é uma coisa do dia, é uma notícia, é um assunto que nos merece atenção mas pode ser feito em qualquer dia, não num dia específico...Dependerá da disponibilidade da pessoa, dependerá da nossa possibilidade em termos humanos e técnicos, mas que pode ser feito dentro de um prazo razoável mas que não tem um dia exato para ser feito. Não vou agendar, por exemplo, uma reportagem a um tetraplégico a quem lhe foi dada errada carta de condução de mota. Não pode ser agendado num dia específico, pode ser feita em qualquer altura... assim que a pessoa possa e nós possamos também se os editores acharem que o assunto merece ser reportagem. É este trabalho que às vezes é o que faz a diferença entre uns noticiários para outros, é esta sensibilidade para um assunto que não é a agenda, que não é evidente, não é a agenda do Primeiro-Ministro...que não é um evento, porque isso toda gente tem a agenda do Primeiro-Ministro. Portanto o nosso esforço é também muitas vezes concentrado em coisas que muitas vezes chegam a nós e que a SIC quer agarrar de uma forma diferente, ou primeiro que os outros e diferente dos outros. É nesse sentido que muitas vezes o trabalho que é feito aqui não está na Agenda mas partiu e nasceu na Agenda, assim como pode ter nascido de um jornalista que foi à rua e que foi abordado por uma pessoa. Todos nós somos jornalistas e temos sempre de ter as 'antenas' ligadas.

Todo esse trabalho normalmente as pessoas concentram aqui porque acabam por encontrar em mim uma disponibilidade que não há por vezes nos outros coordenadores porque estão muito pressionados pelos jornais e pelo dia. Portanto quando há coisas em que é preciso averiguar melhor, tentar fazer telefonemas para tentar saber se há fundamento ou se não há...Aqui nós temos esse trabalho e é feito aqui também por vezes por solicitação dos próprios jornalistas, acabamos por funcionar como apoio e produção tudo ao mesmo tempo porque depois é difícil de encontrar um limite para perceber onde parou agora porque já nos envolvemos na situação, já nos envolvemos na história, já estamos a fazer coisas que já não era suposto fazer mas acho que também faz parte e é gratificante poder construir mais toda a história que nos chegou aqui. Também não vejo a redação nem o funcionamento da redação como uma coisa estanque. Acho que se cada um de nós fizer só e apenas aquilo que tem de fazer as coisas a certa altura bloqueiam, por exemplo, o repórter de imagem não pode estar só a

olhar para a imagem porque tem que olhar para a notícia... Temos de estar todos atentos, desde o estafeta até ao Dr. Balsemão que até já chegou a ligar para cá a dizer que caiu um carro ao Rio Tejo. Temos de todos ter esse sentido jornalístico.

➤ *Relativamente a acidentes ou acontecimentos de última hora? Como é que a agenda funciona?*

Se temos notícia de um acidente com um camião na autoestrada, de um carro que caiu, um descarrilamento de uma linha de comboio...Primeiro é fundamental ver se foi acidente ou se não foi acidente. A questão do suicídio para nós é muito importante: não se dão notícias de suicídio porque está provado cientificamente o efeito mimético de esse tipo de comportamento. O que podemos dizer é que a linha do norte está cortada porque uma pessoa caiu à linha ou qualquer coisa assim do género. Acabamos por usar o eufemismo para o suicídio sem usar a palavra, temos sempre esse cuidado. Mas só damos a notícia se de facto a circulação de comboios ficou impedida umas horas que afete milhares de passageiros. Portanto o ângulo é outro, não é 'uma pessoa atirou-se á linha'. Ainda ontem um senhor mandou um e-mail com imagens de uma pessoa que se atirava da ponte D. Luís no Porto e a dizer que nos cedia essas imagens e eu mandei um de volta a explicar que nós não damos notícias de suicídios e que não ponhamos no ar notícia de suicídios e expliquei-lhe porquê. Nem fui perguntar a ninguém porque sei exatamente qual a política da SIC em relação a isto.

Os critérios têm sempre de ser com os princípios da ética e jornalísticos. Embora isto não seja uma coisa muito objetiva... Se envolve um número elevado de mortos, pode não haver morte nenhuma mas as três faixas da autoestrada do norte estão cortadas, até pode ter sido um camião com serradura que espalhou aquilo tudo e teve de se cortar o trânsito. Não vem daí nenhum mal ou bom, não há nenhum perigo de explosão... Tudo isso tem a ver com o perceber se, por exemplo, se for às quatro da manhã também não vale a pena irmos para lá a correr, se acabou de acontecer é evidente que talvez mereça a pena fazer. O que nós temos de fazer aqui é imediatamente filtrar a informação e tentamos fazê-la de forma mais rápida possível para tomarmos uma decisão de ir ou não ir o mais rapidamente possível, porque pode fazer a diferença entre ter ou não ter imagens importantes e imagens que todos não tenham. Este trabalho não é de Agenda porque não temos de agendar nada porque foi um acontecimento

imprevisível mas que tentamos conferir o mais rapidamente possível (ligar aos Bombeiros, à Polícia...).

- A distância ou proximidade geográfica do acontecimento tem alguma influência naquilo que é agendado?

A questão geográfica pesa. Uma das condicionantes e um dos critérios que nos levam a considerar se vale a pena ou não enviar uma equipa tem a ver com a distância porque se o acidente for no meio do nada, se vamos demorar 3 horas a chegar e se as autoridades no local dizem que o assunto vai estar resolvido dentro de meia hora nós não vamos lá fazer nada. Só por si a questão condiciona obviamente a nossa abordagem, agora se tivermos uma delegação a uma distância suficiente ou se for uma coisa de tal gravidade que implique por vezes mobilizarmos pequenos fotógrafos locais ou videoamadores que nos possam chegar as imagens, se tem realmente importância, nós tentamos por outra forma enquanto não chega lá a nossa equipa ter material para que possamos não só pôr no ar como notícias como utilizamos também depois mais tarde na reportagem que vier a ser feita para o Jornal da Noite. Também depende muito da sorte, por exemplo, ontem caiu aquela aeronave e nós tivemos aqui vários telespectadores que nos enviaram várias imagens e vídeos mas não precisávamos porque tínhamos lá estado. Podia não ter sido esse o caso mas às vezes é isso que nos ajuda.

- Qual é a importância das reuniões de agendamento e de planeamento diárias com os diretores executivos do canal?

Durante a reunião da tarde o que nós fazemos é, sobretudo, olhar para o dia seguinte e eventualmente falar de assunto intemporais que não têm de ser logo no dia seguinte, ou até assuntos que estão agendados para daqui a uns dias mas que achamos necessário trabalharmos antes. A reunião da tarde é mais uma reunião de planeamento. Marcam-se as coisas do dia seguinte, conversa-se sobre os eventos que possam ter lugar nos dias mais à frente e que também podem ser trabalhados antes (organizar o que fazer e que pessoas destacamos para começar a trabalhar neles). A reunião da manhã é uma reunião mais reativa e de reajustamento em função de outras notícias que tenham surgido no dia e ajustar aquilo que estava planeado à realidade daquele próprio dia. Estabelecer prioridades e eventualmente reorganizar em termos de gestão das equipas e da importância relativa dos eventos que estão previstos reajustados em

função dos que são mais prementes e que são registados naquele próprio dia. Pode parecer um bocado paradoxal mas de facto a reunião da tarde é a mais importante no sentido de Agenda e de Planeamento. A da manhã já é mais reativa, de ajustamento e de flexibilização em relação a outras coisas que surgiram e que não eram previsíveis. Nessas reuniões estão os Diretores, os Editores das diversas áreas, os Editores Executivos, os Coordenadores Regionais... Nunca estamos todos ao mesmo tempo, dificilmente está toda gente na sala porque há sempre um ou outro que tem alguma coisa para fazer mas o espírito é esse. Envolve não só a nível da Direção mas também a parte da Produção, está sempre alguém presente porque tem de marcar os diretos, pedidos de autorização para estacionar aqui ou ali, é preciso ver onde podem estar os meios, como podemos fazer... Portanto há alguém da Produção que tem de tratar dessa parte operacional precisamente para ir avançando com esses pormenores. Também tem de estar presente o chefe dos Repórteres de Imagem para ver até que ponto é exequível tudo o que se pretende fazer e até por vezes participar do ponto de vista da disponibilidade dos Repórteres tal como apresentar a melhor forma de cobertura porque já tem experiência no terreno e pode nos dizer, por exemplo, qual a melhor forma de fazermos uma manifestação (se é preciso estafeta, ou se é melhor ir de mota pela melhor mobilidade por exemplo). É uma reunião bastante informal e com achegas daqui e dali, cada um a puxar a brasa à sua sardinha, mas daí que resulta depois o trabalho final e da maneira como as coisas são construídas.

É importante esta informalidade. Pode parecer que é um bocado pouco sério mas na verdade é o que é mais proveitoso, do que resulta da discussão e da troca de ideias e da participação. Muitas vezes até porque descontraídos podem surgir ideias originais que crie uma abordagem sobre um assunto previsível que os outros não vão ter. Nós temos de marcar a diferença – nós aqui na SIC temos essa escola que é marcar a diferença tanto nos assuntos que abordamos como também na forma em como abordamos os assuntos que já sabemos que toda gente vai abordar. Portanto tem a ver com o conteúdo e com a forma – isso já tem mais a ver com cada jornalista mas também na mão de quem conhece os perfis de cada pessoa e sabe quem está mais vocacionado para umas áreas ou para outras. Quem poderá conhecer uma mais-valia sobre um determinado assunto. Acabamos por ter essa perceção porque conhecemo-nos muito bem uns aos outros, trabalhamos junto uns dos outros e, sobretudo, falamos muito uns com os outros e temos a perceção dos conhecimentos de cada um. Tentamos enquadrar a pessoa certa para o assunto certo – nem sempre é possível mas tentasse depois fazer aproximações.

O ideal seria apenas ter critérios jornalísticos e trabalhar em função disso. Quando falo de critérios jornalísticos estou sempre a falar em televisão porque temos de ter sempre a noção de que trabalhamos para uma televisão. Isso é importante. Agora, por exemplo, se houver um acidente na 2ª Circular e tiver uma peça que era suposto ser a abertura do Jornal, já não pode ser. Todos estamos condicionados por coisas que ocorrem sem previsibilidade. Como todos, estamos condicionados por coisas imprevisíveis, somos humanos, os carros podem avariar, podem ter furos, pode não haver R.I's, não haver meios.

Na agenda o que fazemos é tudo o que achamos importante encaixar e apresentar... é sobretudo por isso que vou à reunião da tarde. Depois em termos de chefias eles têm de tomar essas decisões, se vale a pena se vale a pena, por exemplo, gastar milhares de euros com uma reportagem que será certamente bestial para pôr num dia em que o JN está coberto pela final do Euro2012. Portanto essas coisas têm de ser pesadas e avaliadas. Os meios nunca foram infinitos, somos uma televisão privada, não temos subsídios estatais para compensar os prejuízos e portanto as coisas têm de ser controladas e vistas com bom senso – agora nesta altura de crise mais ainda, a questão económica pesa em algumas decisões obviamente. Gostaríamos, por exemplo, de ter equipas na Grécia o tempo todo mas não podemos, não vão lá estar tanto tempo. Gostaríamos poder enviar equipas para mais países, gostávamos de estar presentes mas do ponto de vista monetário sai caro. São decisões de Direção e de Administração. O ideal era termos um monte de gente em todo lado obviamente, só que entre o ideal e a realidade...temos que nos ajustar e tentar fazer o melhor possível com o que temos.

Anexo 4

Fórmulas

As fórmulas apresentadas no “Capítulo IV – Seleção e Agendamento de Notícias na SIC” são utilizadas com os valores diários da semana em estudo, de acordo com as tabelas em que são apresentadas.

Tabela 2:

$$\% \text{ da Agenda utilizada} = \frac{\text{Marcações que vieram da Agenda}}{\text{Total Agendado}} \times 100$$

$$\% \text{ de Marcações que vieram da Agenda} = \frac{\text{Marcações que vieram da Agenda}}{\text{Total Marcado}} \times 100$$

$$\% \text{ de Outsiders acrescentados às Marcações} = \frac{\text{Número de Outsiders}}{\text{Total Marcado}} \times 100$$

Tabela 4:

$$\% \text{ de Reportagens Realizadas} = \frac{\text{Total Marcado}}{\text{Total de Reportagens Realizadas}} \times 100$$

$$\% \text{ de Outsiders Realizados} = \frac{\text{Outsiders realizados}}{\text{Outsiders acrescentados à Marcação}} \times 100$$

$$\% \text{ da Agenda Realizada em Reportagem} = \frac{\text{Reportagens realizadas da Agenda}}{\text{Total Agendado}} \times 100$$

$$\% \text{ de Marcações da Agenda Realizadas} = \frac{\text{Reportagens realizadas da Agenda}}{\text{Marcações que vieram da Agenda}} \times 100$$

Tabelas 5 e 7:

Esta fórmula é aplicada para cada categoria temática diariamente.

$$\% \text{ de Notícias da Categoria Temática} = \frac{\text{Notícias da Categoria}}{\text{Total de Notícias}} \times 100$$