



# **Universidade da Beira Interior**

Faculdade de Artes e Letras

Departamento de Comunicação e Artes

## **Mestrado em Jornalismo**

**A Informação Televisiva:**

**Análise dos Noticiários das Televisões Generalistas em Portugal**

Dina Isabel Duarte Vaz

Covilhã, Agosto de 2009



## **Resumo**

A televisão é o meio de comunicação que mais influência exerce sobre o cidadão. É um meio criador de sonhos e possibilidades. A informação televisiva reveste-se de elevada importância para a maioria da população portuguesa, pelo que é absolutamente necessário que este programa se separe da concepção idealista ligada à televisão. A transmissão de informação, em especial no principal bloco informativo, o noticiário das 20 horas, deve respeitar as regras e definições de uma informação séria e rigorosa. Analisar o conteúdo do principal programa informativo, nos três canais generalistas portugueses, é assim imprescindível, para constatar o modo como se processa a divulgação de informação, apontar falhas e proceder às necessárias correções sempre que haja a pretensão de seguir outro caminho que não o de cumprir o direito de informar e ser informado.

**Palavras-chave:** Televisão; informação; noticiários; canais generalistas; análise de conteúdo.

## **Summary**

Television is the communication method which exerts the most influence over a citizen. It creates dreams and possibilities. The televised information assumes a very high level of importance for the majority of the Portuguese population, that is why it is absolutely necessary that this program is separated by the idealistic conceptions joined to television. The transmission of information, specially the main news slot, the 8 PM news, must respect the rules and definitions of serious and rigorous information. To analyze the content of the main informative program, in the three mainstream Portuguese channels, is indispensable to acknowledge the method to which the information is broadcasted, point out flaws and proceed with the necessary corrections whenever there is the intention to follow a different path from the one of the right to inform or be informed.

**Keywords:** Television; information; newsfeed; mainstream channels; content analysis.

## ÍNDICE

<b>Introdução</b> .....	7
<b>Capítulo I - BREVE HISTÓRIA DA TELEVISÃO EM PORTUGAL</b>	
1.1 Os sectores público e privado em Portugal .....	11
1.2. Interesse público e interesse do público.....	16
1.3 A luta pelas audiências.....	22
<b>Capítulo II - INFORMAÇÃO TELEVISIVA</b>	
2.1. O impacto da televisão e importância do noticiário televisivo .....	24
2.2. A informação-espectáculo.....	26
<b>Capítulo III - O NOTICIÁRIO TELEVISIVO</b>	
3.1. A notícia como principal género informativo .....	30
3.2. Alinhamento.....	38
3.3. Processos de produção .....	40
3.4. Organização e estrutura das notícias televisivas .....	44
3.5. Constituição/Formato dos noticiários .....	49
3.6. Considerações sobre o directo e o diferido .....	53
<b>Capítulo IV - METODOLOGIA E HIPÓTESE</b>	
4.1. Objectivos e hipóteses de investigação.....	57
4.2. Constituição e descrição do corpus de análise.....	58
4.3. Categorização dos dados.....	58
4.4. Tratamento dos dados .....	62
<b>Capítulo V - TRABALHO DE CAMPO</b>	
5.1. Resultados e análise .....	63
<b>CONCLUSÕES</b> .....	82
<b>BIBLIOGRAFIA</b> .....	85
<b>ANEXOS</b> .....	88

## Índice de Quadros

<i>Quadro I – Categorias temáticas</i> .....	63
<i>Quadro II – Classificação da categoria de política</i> .....	65
<i>Quadro III – Principais personagens das notícias</i> .....	67
<i>Quadro IV – Aberturas do jornal</i> .....	68
<i>Quadro V – Notícias positivas e negativas</i> .....	69
<i>Quadro VII - Directos</i> .....	73
<i>Quadro VIII - Promoções</i> .....	74
<i>Quadro IX – Exclusivos</i> .....	76
<i>Quadro X – Interesse público</i> .....	77
<i>Quadro XI – Notícias de desenvolvimento</i> .....	78
<i>Quadro XII – Tempo das temáticas</i> .....	80
<i>Quadro XIII – Tempo global dos noticiários</i> .....	81

## **Introdução**

A televisão é o meio de comunicação social com a audiência mais heterogénea, sendo hoje uma presença obrigatória em quase todos os lares. Os conteúdos noticiosos televisivos são a única fonte de informação a que muitas pessoas têm acesso, por isso a informação televisiva desempenha um papel importante na sociedade.

Cientes dessa importância, neste trabalho pretendemos analisar a informação emitida pelos três principais canais portugueses, estudando as grelhas e conteúdos dos noticiários das 20 horas na RTP (Telejornal), SIC (Jornal da Noite) e TVI (Jornal Nacional). Escolhemos para o período de estudo os meses de Novembro e Dezembro, incidindo em dias da semana alternados.

No capítulo I faz-se uma breve história da televisão em Portugal, um mercado que mudou muito com a introdução do serviço privado, em 1992. Conceitos como “interesse público” e “interesse do público” são analisados para se contextualizar o conflito em torno da prestação de um serviço público de televisão em Portugal. Neste capítulo é ainda estudada a disputa de audiências nos programas informativos e suas implicações na qualidade do conteúdo noticioso.

No capítulo II aborda-se a já referida importância da informação televisiva na sociedade por esta ser a única forma de uma parte da população ter contacto com a realidade socioeconómica em que vive. Neste capítulo é identificado o conjunto de características que define a informação televisiva, o modo como é elaborada e a forma como é alinhada no noticiário televisivo. Falaremos ainda da tendência para transformar a informação num espectáculo, apelando aos sentimentos do telespectador como forma de aumentar audiências.

No capítulo III é estudado o processo de construção das notícias, desde o acontecimento até à emissão. Neste capítulo dedicaremos especial atenção a todo o processo que envolve a construção do noticiário televisivo. Veremos como se processa toda a elaboração e emissão do noticiário televisivo, desde a unidade principal que compõe o jornal -a notícia - até à organização e estruturação de todos os elementos que constituem o jornal televisivo. Veremos também algumas características do próprio noticiário, nomeadamente a utilização do directo e do diferido.

No capítulo IV e V faz-se um estudo dos telejornais portugueses emitidos às 20 horas: as opções noticiosas de abertura, temas mais abordados, tempos das notícias e prioridades das grelhas, entre outros aspectos, serão analisados de forma a responder às perguntas de investigação.

Nas conclusões, última parte do trabalho, são identificadas semelhanças e diferenças nas opções de cada estação televisiva no que respeita ao seu principal bloco informativo, cumprindo-se assim o objectivo do traçar um quadro do panorama informativo das 20 horas na televisão portuguesa.



## Capítulo I

### Breve história da televisão em Portugal

A década de 50 marca a entrada da Televisão na era moderna. “Os técnicos preocupam-se com os equipamentos que irão tornar possível cruzar as imagens que, cada vez em maior número, cruzam o espaço, provenientes de várias fontes emissoras” (Teves, 1998, p.14). Foi nesta década que começou a ser traçado, em Portugal o caminho que levaria à concretização do projecto “uma televisão para os portugueses”, numa altura em que Portugal era um dos poucos países da Europa que ainda não dispunha de emissões regulares de televisão.

Em 1953, o Grupo de Estudos de Televisão, criado no âmbito do Gabinete de Estudos e Ensaios da Emissora Nacional de Radiodifusão, iniciou os trabalhos preliminares para a instalação de uma rede distribuidora de sinal TV. Dois anos depois, a 15 de Dezembro de 1955, foi estabelecido por decreto-lei, que o Governo constituía uma sociedade anónima de responsabilidade limitada, sob a designação de Radiotelevisão Portuguesa, SARL. Ficou definido nos estatutos que “a RTP tem por objecto a instalação e exploração, em território português, mediante concessão outorgada pelo Estado, do serviço de radiodifusão, na sua modalidade de televisão [...]” (Teves, 1998, p.29).

A primeira emissão televisiva com difusão por ondas hertzianas ocorreu a 4 de Setembro de 1956, no recinto da Feira Popular, em Lisboa. Porém, só a 7 de Março de 1957, decorreu aquela que ficaria na história como a primeira emissão regular ou oficial. Iniciavam-se assim as transmissões daquela que se tornaria a maior estação de televisão de Portugal: a Rádio e Televisão de Portugal, RTP. Só 21 anos depois, em 16 de Outubro de 1978, a RTP abria o segundo canal, completando assim uma oferta televisiva que durou até ao surgimento das televisões privadas em Portugal.

Durante 32 anos, a RTP esteve sozinha no mercado, uma situação que se alteraria apenas em 1992, com o surgimento do primeiro canal de televisão privado, a SIC. A Sociedade Independente de Televisão, liderada por Francisco Pinto Balsemão, começou com uma grelha de programação baseada em programas de conversas com figuras conhecidas da cultura portuguesa, mas esta opção revelou-se um fracasso. A grelha foi

alterada e os produtos de referência passaram a ser as novelas da Globo, empresa de comunicação brasileira que se tornou parceira da SIC. A estação passou para a liderança das audiências num curto espaço de tempo, tornando-se um *case-study*.

Um ano mais tarde, em 1993, surge a TVI (televisão independente), o segundo canal privado. Lançado pela Igreja Católica, o canal nunca conseguiu passar de audiências quase residuais e acabou por ser mais tarde vendido a uma empresa privada, a Media Capital. O canal saltaria do último para o primeiro lugar das audiências graças a um programa de sucesso em todo o mundo, o Big Brother, que foi depois complementado com aquela que é ainda hoje a aposta do canal: a ficção portuguesa. A TVI, agora propriedade da empresa espanhola Prisa, continua a liderar as tabelas de audiências, com SIC e RTP a alternarem no segundo alugar.

Os cidadãos portugueses passaram assim a contar com quatro canais em sinal aberto: A RTP 1 e a RTP 2, dois canais públicos financiados pelo Estado e por receitas *publicitárias* e dois canais privados, SIC e TVI, que dependem, exclusivamente, das receitas obtidas da publicidade, da venda de conteúdos e do *merchadising*.

Em termos de serviços informativos, o tema deste trabalho, muito se alterou ao longo destes cerca de 50 anos de televisão em Portugal. Nos primeiros anos de emissão, os noticiários da RTP eram programas apresentados por jornalistas que vinham da rádio, como Fernando Pessa. Por isso, os primeiros telejornais mais pareciam rádio com imagens, com os apresentadores a utilizarem um registo de voz em tudo igual ao da rádio. Com o passar dos anos, os locutores acabaram por mudar para um registo mais televisivo, mas a grande mudança na informação televisiva viria a ocorrer com o aparecimento da televisão privada. A concorrência permitiu que se desse um salto qualitativo, com telejornais mais elaborados, mais dinâmicos e mais variados, mas também muito mais longos, um dos problemas da informação televisiva em Portugal.

## 1.1 Os sectores público e privado em Portugal

A RTP é um canal de televisão público, ou seja, é em parte financiado pelo Estado como consta da cláusula 23, no ponto 1, do Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão: “O Estado assegura o financiamento do serviço público de televisão, comprometendo-se, de acordo com a lei e com o disposto neste contrato, a financiar esse serviço público em adequados termos de eficácia, plurianualidade, proporcionalidade, rigor e transparência”. Este financiamento obriga a RTP ao cumprimento do serviço público como definido no Contrato de Concessão. Por sua vez, a SIC e TVI surgiram no mercado como canais privados, o que na prática significa que têm de se autofinanciar, em grande parte através dos contratos de publicidade.

As estações públicas, como referido no Contrato de Concessão de serviço público de televisão, assumem uma “função vital como factor essencial de uma comunicação pluralista acessível a todos”. A Recomendação REC (2003) 9<sup>1</sup> relativa à adopção de medidas para promover a contribuição democrática e social da televisão digital, salienta também a particular importância do serviço público na construção das sociedades democráticas modernas, salientando o apoio a valores inerentes às respectivas estruturas políticas, legais e sociais, em especial o respeito pelos direitos humanos, pela cultura e pelo pluralismo.

Como concessionada do serviço público, a RTP é obrigada a ter uma programação que respeite certas condições. “Tanto a estrutura como o seu funcionamento devem garantir a sua independência perante o Governo, a Administração e demais poderes públicos, assim como assegurar a possibilidade de expressão e confronto das diversas correntes de opinião, conforme resulta do n.º 6 do mesmo artigo da lei fundamental;”

A RTP deve prestar serviço público, no verdadeiro sentido da palavra, ou seja, informar o cidadão da forma mais correcta e criar programas úteis e didácticos que ajudem na formação do telespectador. Nos termos do n.º 2 do artigo 50.º da Lei n.º 27/2007, de 30 de Julho (Lei da Televisão), a televisão do Estado deve garantir que “o serviço público de televisão observa os princípios da universalidade e da coesão nacional,

---

<sup>1</sup> Recomendação do Comité de Ministros do Conselho da Europa.

da diversificação, da qualidade e da indivisibilidade da programação, do pluralismo e do rigor, objectividade e independência da informação, bem como o princípio da inovação”. Nesse sentido, a RTP deve “apresentar uma programação que promova a formação cultural e cívica dos telespectadores, garantindo o acesso de todos à informação, à educação e ao entretenimento de qualidade” (n.º 1 do artigo 51.º da Lei da Televisão);

Um canal de serviço público deve ainda realizar um trabalho de interesse geral e dar uma resposta eficaz às exigências informativas dos cidadãos. Como consta no referido Contrato (cláusula 8 do ponto 4) “os serviços noticiosos do serviço de programas generalista de âmbito nacional dirigido ao grande público asseguram a cobertura, devidamente contextualizada, dos principais acontecimentos de âmbito nacional, internacional e regional, de acordo com critérios estritamente jornalísticos que evidenciem a notícia pela sua relevância social e não pelo seu impacto previsível no público”. A RTP deve transmitir “uma informação precisa, completa e contextualizada, imparcial e independente perante poderes públicos e interesses privados” (cláusula 4 alínea f). Deve ainda proceder ao relato dos acontecimentos como ocorreram, sem tomar partido, ou escondendo parte dos factos ocorridos.

O cidadão espera que um canal de serviço público, através do seu principal noticiário, seja uma fonte fiel de informação, transmitindo-lhe factos que directa ou indirectamente podem influenciar a sua vida. “Os noticiários devem proporcionar uma informação isenta, rigorosa, plural e contextualizada, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais” (Cláusula 6, ponto 2, alínea c).

A informação deve conter vários pontos de vista, várias análises sobre o assunto, aprofundar as relações e as consequências, com uma contextualização bem definida sobre cada problema da sociedade. Como é referido no Contrato de Concessão “a Televisão de Serviço Público tem de ser um exemplo de liberdade, abertura, modernidade e cobertura das diversas correntes de opinião e dos interesses legítimos existentes no país, incluindo os minoritários”, bem como “fomentar a coesão nacional, através de uma programação que tenha em conta as características das diferentes regiões, grupos, classes e interesses sociais, sem ignorar divergências e encarando-as com respeito e sentido construtivo”.

À RTP cabe o papel de equilibrar a oferta ao público, não o tratar como mero consumidor, mas sim como cidadão com necessidades e interesses específicos. Estas necessidades e interesses passam pela informação televisiva, onde o objectivo não deve ser o sensacionalismo em detrimento do rigor da informação. Também no mencionado Contrato de Concessão é referido que a “Televisão de Serviço Público tem de se constituir como um referencial de qualidade, que não se submeta a uma lógica exclusiva de mercado e preencha objectivos sociais e culturais, numa sociedade diversificada como a portuguesa, ajudando a formar públicos exigentes, motivados e intervenientes”. A televisão pública caracteriza-se pela construção de programas com valor para o público, pretende formar e informar o telespectador.

As características atrás mencionadas atribuídas a uma estação de serviço público têm como principal objectivo “combater a uniformização da oferta televisiva, através de programação efectivamente diversificada, alternativa, criativa e não determinada por objectivos comerciais”, como consta da cláusula n.º 5, alínea c, do Contrato de Concessão de Serviço Público de televisão.

No caso das televisões privadas, as obrigações são bastante diferentes, tendo estas uma maior opção de escolha sobre os conteúdos e a forma como os quer demonstrar aos telespectadores. Têm liberdade para privilegiar certos conteúdos em detrimento de outros, de acordo com a política editorial do jornal. Ao contrário do canal público, o financiamento das televisões privadas é uma preocupação pelo que a procura de conteúdos com interesse para o público é uma constante. Mais do que formar, estes canais têm o intuito de vender, de chamar a atenção e de cativar o cidadão. A televisão privada trabalha, essencialmente, para grandes massas. A principal diferença entre um canal público e um privado reside no facto de que “um visa essencialmente o lucro e pretende seduzir o consumidor, o outro quer aproximar-se do cidadão e não se subordina (pelo menos no plano teórico) a critérios de rentabilidade” (Lopes, 1999, p.37).

Ainda assim, os operadores privados de televisão também estão sujeitos a certos deveres e obrigações como os que constam da lei n.º 32/2003 de 22 de Agosto. O artigo 30º indica algumas das obrigações gerais que os operadores de televisão devem seguir, nomeadamente no ponto 1 onde refere que “todos os operadores de televisão devem

garantir, na sua programação, designadamente através de práticas de auto-regulação, a observância de uma ética de antena, consistente, designadamente no respeito pela dignidade da pessoa humana e pelos demais direitos fundamentais, como protecção, em especial, dos públicos mais vulneráveis, designadamente crianças e jovens”. Salienta ainda no ponto 2, alínea d), do mesmo artigo, que “todos os operadores de televisão devem garantir o rigor, a objectividade e a independência da informação”.

Os operadores privados têm ainda a obrigação de fornecer ao cidadão um correcto serviço de informação. De acordo com o ponto 1 do artigo 10º da lei nº 32/2003, os programas televisivos generalistas devem, como refere a alínea a), “contribuir para a informação, formação e entretenimento do público, bem como, salienta a alínea b), promover o exercício do direito de informar e de ser informado, com rigor e independência, sem impedimentos nem discriminações, de modo a como especifica a alínea c) favorecer a criação de hábitos de convivência cívica própria de um Estado democrático e contribuir para o pluralismo político, social e cultural”.

Herreros (1998) refere que não existem informações diferentes para o sector público e o sector privado. O que acontece é que “las emisoras privadas pueden, con legítimo derecho, ofrecer un punto de vista particular sobre los hechos, reforzar sus opiniones, su interpretación o apoyo de determinados enfoques, aunque respetando siempre las exigencias de calidad y profesionalidad informativas” (Piedrahita *cit in* Herreros, 1998, p.131).

A empresa privada é regida por normas internas que definem as formas particulares de abordagem noticiosa e garantem a informação que têm para dar. Ao contrário da televisão pública, a privada pode privilegiar um determinado aspecto, pode manifestar uma tendência, facultando os diversos pontos de vista. Tem, no entanto, de manter sempre as características de verdade e pluralismo de toda a informação. Não pode manipular a informação, apenas privilegiar o ângulo que mais lhe convém, em função da audiência, relações do canal, etc. Depois de assegurados os princípios jornalísticos, pode formar opiniões e interpretações, no exercício da sua liberdade de expressão, tenta chamar a audiência, podendo mesmo seguir determinadas correntes de opinião. (Herreros, 1998).

“En los medios independientes hay una necesidad básica de que ambos objetivos se combinen de tal manera que la influencia incremente las ganancias y que la potencia económica sea el máximo recurso para influir en el público. En cambio, en los medios del Estado y de partido, la capacidad de influir es valorada por sí misma, independientemente de la capacidad de ganar dinero” (Fontcuberta, 1993, p.54). O objetivo comercial na televisão privada faz com que a informação seja tratada de forma a chamar a atenção do telespectador, no entanto, os objetivos económicos, não se devem sobrepor aos objetivos informativos. Existem limites de liberdade à sua programação como as que constam da lei nº 32/2003, onde é referido no artigo 24º, ponto 1, que “todos os elementos dos serviços de programas devem respeitar, no que se refere à sua apresentação e ao seu conteúdo, a dignidade da pessoa humana, os direitos fundamentais e a livre formação da personalidade das crianças e adolescentes, não devendo, em caso algum, conter pornografia em serviço de acesso condicionado, violência gratuita ou incitar ao ódio, ao racismo e à xenofobia”. No ponto 2, acrescenta-se que “quaisquer outros programas susceptíveis de influírem de modo negativo na formação da personalidade das crianças ou adolescentes ou de afectarem outros públicos vulneráveis só podem ser transmitidos entre as 23 e as 6 horas e acompanhadas da difusão permanente de um identificativo visual apropriado”. A excepção a este ponto surge apenas no caso dos noticiários onde, como consta do ponto 6, “as imagens com características a que se refere o nº 2 podem ser transmitidas em serviços noticiosos quando, revestindo importância jornalística, sejam apresentadas com respeito pelas normas éticas da profissão e antecedidas de uma advertência sobre a sua natureza”.

A regulamentação do sector e o financiamento da RTP faz com que os responsáveis pelos canais privados estejam, permanentemente, em protesto contra a situação que se vive na área. Os operadores privados defendem que as televisões públicas deveriam viver, exclusivamente, do financiamento público, não recorrendo ao já muito disputado mercado publicitário. A televisão pública, que tem o espaço publicitário limitado a 6 minutos por hora (12 minutos nas televisões privadas), responde que o financiamento público se destina ao cumprimento do serviço público e é insuficiente, pelo que precisam das receitas publicitárias.

A disputa do bolo publicitário gera uma concorrência tal que as grelhas de programação dos vários canais são cada vez mais semelhantes. Por esta razão, Herreros (1998) defende um financiamento especial para a televisão pública, uma vez que não tem sentido obrigá-la a ter um serviço pluralista, que muitas vezes tem pouca audiência e, por outro lado, mantê-la vítima da concorrência pela publicidade entre os diversos canais. “Mantener la contradicción de la financiación de la televisión pública mediante la publicidad es hacerla objeto de todos los ataques de competencias desleales y obligarla a la emisión de unos modos informativos de dudoso servicio público” (Herreros, 1998, p.130).

Apesar destas divergências, os operadores mantêm os objectivos principais: “la televisión pública sigue manteniendo su objetivo de servicio público con independencia de otras presiones y la televisión privada abre la vía de la competitividad para ofrecer productos diferenciados y atractivos para los destinatarios” (Herreros, 1998, p.137). A concorrência entre canais traz maior oferta, mais competitividade na procura pela última notícia. Cada canal procura oferecer novos produtos, diferentes, com maior qualidade e que agradem ao telespectador. Aposta-se numa multiplicidade de pontos de vista, para que cada pessoa possa escolher aquele com que mais se identifica e formar a sua própria opinião, bem consolidada e fundamentada (Herreros, 1998).

## **1.2 Interesse público e interesse do público**

Jespers (1998) aponta duas respostas para a pergunta sobre a finalidade com que são realizadas as notícias, “ou a informação tem por único objectivo responder a necessidades solváveis: curiosidade, necessidade de participar simbolicamente na vida da colectividade, sede de emoções fortes. Submetida às únicas leis do mercado é uma *informação-produto*, escolhida e divulgada em função do seu valor de mercado, quer dizer do seu carácter cativante, atractivo, empático, singular ou espectacular. Esta concepção predomina, por exemplo, nos canais comerciais de televisão, nas rádios privadas e nos jornais populares de grande tiragem”. Ou por outro lado a “informação



tem por objectivo responder a necessidades sociais ou cívicas: ajudar à acção individual ou colectiva do homem no Mundo, esclarecer as suas opções. É a concepção de uma *informação-serviço*, que é suposto caracterizar os jornais de qualidade e as cadeias de rádio e televisão de serviço público ou equiparadas” (Jespers, 1998, p.25).

Jespers define, respectivamente, o que se considera ser uma informação de interesse do público e informação de interesse público.

Na primeira versão fala-se de interesse do público, sempre que o canal, no caso específico a informação, adapta a sua programação segundo interesses económicos. Dá-se ao público o que este quer ver, não só com a finalidade de informar, mas com a de obter audiências que, por sua vez, aumentam as receitas publicitárias, o factor que move os canais privados. No caso da segunda definição, ligada ao interesse público, em que o importante é transmitir uma informação séria, rigorosa que informe o cidadão sobre os principais temas da actualidade, está mais voltado para os canais públicos, que não deverão apostar no interesse do público, mas antes no interesse público, aquilo que de facto os cidadãos devem conhecer e perceber. A RTP como televisão pública e financiada, em parte, pelo Estado, não deve estar submetida ao fim último da procura do lucro.

“Tanto las propiedades formales como el contenido de las noticias televisivas podrían ser explicadas por el hecho de que las líneas principales en las cadenas de televisión, como parte de un sistema comercial de mercado, están basadas, principalmente, en el interés de vender audiencias a los anunciantes como mercancía que pagan por tener sus productos expuestos” (Langer, 1998, p.30).

A informação de hoje tende a estar associada “à visão mercantil” da notícia, por ter em conta, sobretudo, os interesses do cidadão, ou seja, por ir ao encontro do interesse do público. “O que acontece hoje com os media, e nomeadamente com a televisão, ao reflectirem a sociedade, é que reflectem-na principalmente de acordo com os interesses do poder socialmente dominante, ou seja, aqueles que, à partida, lhes asseguram determinados níveis base de aceitação por parte do interesse do público, deixando para segundo plano o interesse público das necessidades sentidas pelo resto da população” (Brandão, 2002, p.79).

Os noticiários televisivos dos vários operadores competem entre si com o intuito de conseguir maximizar as audiências. Esta dependência das receitas publicitárias tem reflexos directos na programação dos canais que “entablan una frenética lucha para captar audiencias que en más de una ocasión les lleva a cruzar la frontera del sensacionalismo, cuando no del amarillismo; del programa de mal gusto o de peor calidad. La regla es fácil de entender: cuanto más público tengan, más publicidad atraen” (Fontcuberta, 1993, p.36).

Para atingirem este objectivo procuram a informação que mais corresponde aos interesses da população em geral e que possa ser rápida e universalmente compreendida e apreciada. “Estos reportajes insignificantes en sus boletines puede estar motivada por valores informativos basados en consideraciones comerciales que promueven el drama, las sensaciones fuertes y el impacto visual con la intención de crear una audiencia y hacerla crecer” (Langer, 1998, p.17).

Tenta-se chamar a atenção do público utilizando mecanismos como os exclusivos, notícias sobre determinado assunto que mais nenhum canal possui, a simplificação das notícias, pela pretensão de uma maior número de temáticas diversificadas nos alinhamentos. Aposta-se nos temas que mais interesse, emoção, identificação provocam no telespectador e diminuem-se as notícias relativas a temas menos apreciados, mesmo que isso signifique deixar de lado temas com maior relevância.

Esta aposta nos conteúdos mais vistos reduz as notícias a uma visão “mercantil”, afastando-as da perspectiva de diversidade cultural e de “interesse público” das notícias numa dada sociedade (Brandão, 2002). Brandão refere ainda que urge que a televisão generalista portuguesa defenda uma informação mais diversificada, integradora de diferentes realidades e geradora de coesão e identidade nacional nos seus conteúdos, pois o que tem acontecido neste mercado concorrencial é que, como refere Pierre Bourdieu, “o campo jornalístico” está submetido em permanência à prova dos “veredictos do mercado”, em que cada vez mais são conduzidos à produção do “simples”, do “curto”, do que se “vende” (Bourdieu, 1994 *cit in* Brandão, 2002, p.80). “La progresiva priorización de los aspectos comerciales implica, también, un progresivo abandono de las funciones sociales de informar y formar (Fontcuberta, 1993, p.36). Não importa se o público está

devidamente informado, interessa é que consuma os conteúdos apresentados da mesma forma que consome produtos comerciais. A função entreter sobrepõe-se à de informar, o que revela, em muitos casos, a perda de responsabilidade social atribuída ao jornalismo (Fontcuberta, 1993).

O próprio sistema de informação tem vindo, progressivamente, a considerar que há valores importantes, como a “instantaneidade e a “massificação” e valores menos importantes, ou seja, “menos rentáveis”, que são os “critérios de verdade”, transformando a informação em simples mercadoria, que cada vez menos tem “uma função cívica” (Ramonet, 2000 *cit in* Brandão, 2002, p.81).

Se à televisão privada é permitido seguir esta tendência, mostrar o que o público quer ver, indo ao encontro dos seus interesses, sendo o valor informativo questionável, já a televisão pública tem o dever de divulgar informação que importe a todos os cidadãos, na medida em que deve informá-los sobre os principais acontecimentos, para que estes possam elaborar uma opinião formada e fundamentada. Como consta do ponto 4, da cláusula 8, do Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão, já citado anteriormente. Cumprirá de facto a televisão do Estado um verdadeiro Serviço público? Terão os noticiários mais notícias de interesse público do que interesse do público? “Urge um jornalismo televisivo mais virado para o interesse público, que não se limite a olhar para a superfície, mas, pelo contrário, que aprofunde os problemas e identifique as causas, na relação que tem com o mercado, sobretudo com os cidadãos, e que prime pela qualidade, em consonância com os diferentes grupos que compõem a vida social” (Brandão, 2002, p.81).

Um serviço público de informação caracteriza-se pela prestação de serviços ao cidadão, deve dar a conhecer os principais acontecimentos da sociedade, as suas implicações e correcta contextualização para completa compreensão dos factos. Deve dar a conhecer factos de interesse público.

“De acordo com a Lei da Televisão (Lei nº 58/90 de 7 de Setembro) (cf. artigo 6º), a actividade televisiva deve contribuir para a informação e formação do público e defesa dos valores culturais que exprimem a

identidade nacional; para a formação de uma consciência crítica; para a recreação e promoção cultural do público e para favorecer o conhecimento mútuo e o intercâmbio de ideias entre cidadãos portugueses e estrangeiros. Paralelamente, a televisão deve assegurar a independência, o pluralismo, o rigor e a objectividade da informação; promover a criação de programas dirigidos a crianças, jovens e minorias culturais e contribuir para o esclarecimento, a formação e a participação cívica e política da população” (Sousa, 1997, p.3).

Assim é considerado interesse público tudo o que pretenda satisfazer as exigências acima mencionadas. Sempre que a informação, ou a programação em geral do canal, se afaste destes princípios, deixa de divulgar assuntos de interesse público e passa a divulgar unicamente assuntos de interesse do público.

O serviço público deve cumprir uma informação mais rigorosa, credível e de elevada importância, que se preocupe, essencialmente, em transmitir assuntos de interesse público. Mas não pensemos que estas características são exclusivamente exigências para um canal público. Como se viu, também as estações privadas têm obrigações para com os cidadãos, sendo exigido a todas as empresas de comunicação social que defendam o interesse público (Sousa, 1997).

Helena Sousa explora, neste trabalho, a distância que existe entre o que é apresentado na lei que regula as estações de televisão e o modo como isso é aplicado na prática, pelos operadores, tanto privados como públicos. Refere a importância de uma entidade que vigie, de facto, o cumprimento do que a lei estipula e, nomeadamente, a prestação de um serviço público de referência por parte da RTP. Este canal deve, essencialmente, praticar uma informação onde os conteúdos sejam elaborados segundo o interesse público e não o interesse do público, apenas voltado para a perspectiva de mercado. O interesse público prevê, acima de tudo, constituir cidadãos bem informados, conscientes dos acontecimentos que se desenvolvem à sua volta.

Saber efectivamente o que é interesse público é um dos problemas que tem vindo a ser discutido. Os canais privados defendem que uma das formas de definir o que se

entende por interesse público é a medição do nível de audiências que cada programa, em específico, e cada canal, em geral, possuem. O nível da audiência representará o programa, ou o assunto, a que os cidadãos atribuíram maior importância, sendo atribuído ao que interessa ao público o valor de interesse público. As audiências fornecem informação útil, permitem saber quantos aparelhos permanecem ligados durante um determinado período e em que canais televisivos. No entanto, os níveis de audiência não conseguem determinar as características individuais e envolventes a que cada cidadão assiste num determinado programa, não conseguem medir os níveis de atenção prestada, nem se os cidadãos se sentem satisfeitos com o produto a que tiveram acesso. A audiometria é assim um processo limitado, que apenas consegue registar a quantidade mas não a qualidade, porque o facto de assistirmos a um programa não significa que o tenhamos apreciado (Sousa, 1997).

Um noticiário pode ter um grande nível de audiência, mas isso não quer dizer que houve interesse por parte do cidadão em assistir ao jornal, mas demonstra, em primeira instância, que determinado programa teve mais interesse do público (Sousa, 1997). Este “interesse do público” não pode ser entendido como “interesse público”. Se não forem respeitados os critérios que definem o serviço público e os conteúdos de interesse público, o programa será de “interesse do público”, uma vez que entre os critérios de interesse e os gostos do público pode haver grandes discrepâncias. O que o público gosta de ver pode não ser o que está definido como sendo “interesse público”, mas antes “interesse do público”, o que levanta a questão do público gostar do que lhe mostram, logo se os noticiários optarem por notícias designadas interesse público o cidadão gostará mais deste tipo de conteúdos. “O público é em parte inspirado pela oferta que lhe é feita” (Jespers, 1998, p.40).

A televisão privada tem mais tendência para divulgar informações que sejam do interesse do público, garantindo, à partida, a aceitação por parte destes dos conteúdos do jornal. “Assim cabe à televisão pública inverter esta tendência crescente, para considerar a informação como uma informação-espectáculo, pois, se apenas obedecer aos critérios das audiências, aderirá, como refere Jean Baudrillard, à “menor cultura comum”,

característica do “cidadão da sociedade de consumo”, em que “a comunicação de massa exclui a cultura e o saber” (Baudrillard *cit in* Brandão, 2002, p.82).

### **1.3. A luta pelas audiências no campo da informação**

A informação ocupa um lugar importante na programação dos canais generalistas, contribuindo, de forma significativa, para a criação de uma imagem credível. “La competència entre canals há convertit els programes informatius i, especialment, els noticiaris en una bona referència per calibrar la identitat i el prestigi de cada emissora” (Micó, 2007, p.60). Os noticiários transformam-se assim numa espécie de bandeira do canal de televisão que representam, pelo que a luta pelas audiências passou a ser uma das preocupações de quem trabalha, diariamente, na informação. Transmitir notícias vai muito para além de dizer o que se passa no país e no mundo. É necessário dizê-lo para que o cidadão prefira a abordagem efectuada por esse canal e os temas por ele noticiados e é aqui que surgem as principais diferenças entre uma estação de serviço público e uma estação privada.

A empresa que detém a concessão do serviço público, a RTP, deve noticiar o que de relevante e significativo se passa no país e no mundo, enquanto os canais privados podem distanciar-se um pouco desses assuntos e privilegiar a abordagem de temas mais procurados pelo público. Mesmo nos casos em que as agendas coincidem, o sector privado tem presente a necessidade de abordar o tema de modo a suscitar o interesse do telespectador e cativar a sua atenção, ao passo que a RTP tem uma maior preocupação em cumprir o serviço público.

Como já foi referido, os factores económicos estão na origem da luta por maiores audiências. Conseguir que o noticiário do horário nobre seja visto pelo maior número de pessoas torna-se imperativo, pois mais audiências são sinónimo de mais receitas

publicitárias, o motor da televisão privada. No caso particular dos informativos das 20h, uma liderança forte pode significar boas audiências em todo o horário nobre.<sup>2</sup>

Para ganhar audiências, o jornalista procura notícias com as quais o público tenha alguma identificação, verificando-se “una sistemática abolición de lo “impopular y tendencioso”, esbozando, por el contrario, valores y supuestos más familiares y legitimizados” (Langer, 1998, p.30). Esta procura de temas populares e situações já experienciadas por muitos indivíduos, como sejam doenças ou acidentes, leva muitas vezes as televisões a ultrapassarem a fronteira do sensacionalismo devido ao apelo exagerado à emoção do telespectador.

Para além dos temas com os quais o cidadão mais se identifica, ou sobre os quais tenha curiosidade, a televisão aposta na proximidade, oferecendo ao cidadão aquilo que ele quer ver. “Hay que ofrecer a los lectores lo que realmente desean leer, y no lo que los editores piensan que su público potencial necesita saber o por lo que está interesado. Y lo que los lectores desean leer es todo aquello que les afecta directamente y que tiene que ver con sus respectivas vidas cotidianas” (Fontcuberta, 1993, p.42).

“Denunciar as carências dos mais necessitados e lutar contra a criminalidade são objectivos dignos de uma comunicação social que tem consciência da sua força e sabe orientá-la numa perspectiva humanista e libertadora, recorrendo a uma jornalismo vivo e atraente” (Correia, 1997, p.159). Porém, nalguns casos “há que reconhecer que os objectivos primeiros não são tanto esses, mas sim o explorar de sentimentos e emoções fáceis e alimentar e aproveitar certos temas de interesse e agrado garantido, tendo em vista o aumento das audiências e a vitória sobre a concorrência” (*Op. Cit.*, p.159).

Independentemente das questões relacionadas com as guerras de audiências, os alinhamentos dos telejornais não devem ser moldados por critérios economicistas, pois “están al servicio de la realización de un derecho fundamental: el derecho a la información y a la libertad de expresión” (Perales, 1999, p.36).

---

<sup>2</sup> Em Portugal o horário nobre é compreendido das 20h às 23h (hora de Portugal Continental). É considerado um horário com uma audiência maior na televisão, podendo assim os operadores receber mais dinheiro da publicidade, que neste horário é mais cara.

## Capítulo I I

### Informação televisiva

“Há uma proporção muito grande de pessoas que não lêem jornais diários; que se dedicam de corpo e alma à televisão como sua única fonte de informações. A televisão tem uma espécie de monopólio de facto sobre a formação dos cérebros de uma parte muito importante da população” (Bourdieu, 2001, p.10).

A informação dos jornais diários tem de ser procurada pelo leitor que quer estar informado, ao passo que a informação televisiva é recebida em nossas casas, diariamente, quase de forma inconsciente. O telespectador apreende a informação sem a necessidade de prestar muita atenção ao conteúdo. A possibilidade de concentrar num só meio características visuais e auditivas tornou a televisão numa grande, fácil e rápida fonte de informação. Por outro lado, a actualização constante permite que o telespectador se sinta em cima do acontecimento, quase como se de facto o presenciasse. “A televisão é um *medium* que, desde a sua emergência e conseqüente massificação, deu ao Homem a ilusão de ser onisciente e omnipresente” (Cruz, 2008, p.149).

Os noticiários televisivos adquiriram assim uma importância preponderante, com os temas tratados a ditarem muitas vezes a agenda da opinião pública.

#### 2.1. O impacto da televisão e a importância do noticiário televisivo

“A televisão pode explicar, fazer partilhar, fazer sonhar, sensibilizar, chocar, suscitar a reflexão, adesão ou a rejeição, anestesiar ou excitar, mas ela faz tudo isso mostrando imagens, e fazendo ouvir sons concomitantes com a imagem. Por outras palavras, a televisão tem a propriedade de transformar qualquer realidade, qualquer conceito ou discurso em espectáculo” (Jespers, 1998, p.68).

Para além de constituírem uma importante fonte de informação, os principais noticiários do dia são também um veículo privilegiado na divulgação de factos de última hora. “La televisión ha permitido superar la idea de la noticia como el relato de algo sucedido y de lo que por consiguiente conocemos su final o clausura, para dar paso a una nueva concepción que asuma la transmisión simultánea o en directo (narración sin relato)



de lo que está sucediendo en el preciso instante es que el destinatario lo percibe (recibe)” (García, 1992, p.427).

A possibilidade de ver imagens de todo o mundo através de uma câmara deu à televisão uma dimensão nunca vista. Se juntarmos a isto a oportunidade de vê-las em directo, no preciso momento em que acontecem, percebe-se a importância da televisão e, em especial, dos espaços informativos.

O facto de os noticiários reunirem assuntos de várias categorias temáticas num horário de grande disponibilidade para a maioria das pessoas faz com que estes programas estejam sempre entre os mais vistos. É através do noticiário que cada estação de televisão tenta impor a sua credibilidade e confiança para adquirir determinado estatuto e prestígio. “Los noticiários desatan enormes batallas entre las cadenas para conseguir el liderazgo de audiencia y de calidad. Los informativos se han convertido en ingrediente de prestigio y definición de las cadenas de televisión generalista” (Herrerros, 1998, p.474).

Esta luta pela liderança de audiências em torno do principal programa informativo faz com que, na maioria das vezes, os noticiários tentem chamar a atenção para factos que possam interessar a uma audiência vasta, produzindo conteúdos de fácil percepção e assimilação, mas que, muitas vezes, não revelam nada de significativo. “O caso do dia é essa espécie de género elementar, rudimentar, da informação que se torna muito importante porque interessa a toda a gente sem consequências e porque ocupa tempo, tempo que poderia ser usado para se dizer outra coisa” (Bourdieu, 2001, p.10).

Sendo a televisão o único meio a que muitas pessoas têm acesso, o seu impacto na vida de cada cidadão é grande, com a agenda da opinião pública a centrar-se muito nos assuntos abordados nos telejornais.

## 2.2. Informação espectáculo

Uma das consequências mais perniciosas da concorrência entre canais televisivos é a tendência para espectacularizar a informação como forma de aumentar audiências. “No caso concreto da TV, a conquista do telejornal pela informação – espectáculo constitui um exemplo flagrante das consequências da subordinação ao mercado e à concorrência e um dos mais significativos condicionalismos da actividade jornalística” (Correia, 1997, p.155). Para conquistar audiências, a informação televisiva aposta na fragmentação e simplificação excessiva da realidade, privilegiando o insólito e o dramático. “O princípio da selecção é a procura do sensacional, do espectacular. 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 carácter dramático, trágico” (Bourdieu, 2001, p.12).

Na construção da notícia existem vários elementos que contribuem para evidenciar a espectacularização, Canavilhas (1996) enumera quatro: a selecção de dramas humanos, onde se procura explorar os sentimentos mais básicos da pessoa; o uso da reportagem/directo, um recurso ao enquadramento local, se possível na hora do acontecimento, tirando partido da emoção oferecida pelo repórter no papel de testemunha ocular do acontecimento; a dramatização, através do uso dos gestos do rosto e da expressão verbal para emocionar ou sublinhar as imagens que desfilam no pequeno ecrã; por último, os efeitos visuais, que consistem em todo o esforço de montagem e pós-produção, que permitem manipular o acontecimento, através da selecção das imagens mais elucidativas.

A televisão procura, assim, ir de encontro a uma numerosa percentagem do público que manifesta mais interesse por assuntos leves, que impliquem pouco esforço de compreensão. Os assuntos complicados, ou que exigem alguma explicação, tornam-se maçadores e a rapidez com que deixam de ser tema de debate faz com que, na maior parte das vezes, não haja “concordância entre a existência de um problema, o tempo necessário à sua emergência no espaço público, a tomada de consciência pelos cidadãos e a rapidez do tratamento nos media, antes de sair do círculo de luz mediática” (Wolton, 1995, p.176).

Apelando à emoção, a informação torna-se espectáculo quando é transmitida através de imagens rápidas que aparecem e desaparecem, deixando apenas a emoção. Por esta razão, as imagens são as mais espectaculares possíveis e devem interessar ao máximo número de pessoas, “tienden a poner mayor énfasis en el aspecto exterior del acontecimiento, en la anécdota, el escándalo y la acción, que en las ideas o en las explicaciones (Ramonet, 1998, p.95). O binómio texto-imagem perde importância, pois “a concorrência e a corrida à audiência fazem explodir a escala de valores, relegando assim para segundo plano o “discurso”, pois, acima de tudo, o que está em causa é a “rentabilização emocional da imagem” (Le Paige, 1997, p.27-31).

As notícias são construídas de forma simples, de modo a que todas as pessoas percebam. A velocidade é, aliás, um elemento característico da espectacularização, quer em termos de imagem, quer em termos de agenda. “Qual é o acontecimento que pode durar mais do que uma semana nos media? Tudo o que demora muito tempo cansa e deixa de prender a atenção. Há aqui, evidentemente, uma contradição entre a rapidez da informação, que resulta numa simplificação, e a complexidade da história e dos problemas da sociedade” (Wolton, 1995, p.170).

Na incessante procura de audiências, as televisões recorrem ao que Langer (2008) chama as “outras notícias”, colocando nos alinhamentos dos telejornais “los “restos” de las noticias, que se tratan de pasada y se dejan de lado con el fin de centrar toda la atención en lo que se percibe como temas más serios y urgentes para las noticias” (Langer, 1998, p.21).

A necessária variedade e equilíbrio entre notícias ligeiras e complexas tende a desaparecer, com o efémero e o *fait-diver* das notícias de sociedade a superiorizar-se em relação a outras secções como o nacional ou a política. “Concebido, en definitiva, como un entretenimiento, este telediario de modelo hollywoodiense dedica una atención desproporcionada a las pequeñas noticias que giran en torno a la forma de vida de los individuos y ofrecen una visión del mundo más apetecible, menos sombría, menos desesperada. Su objetivo es provocar emociones: angustia, dolor, euforia, horror, sorpresa... Esa es la materia esencial de los telediarios” (Ramonet, 1998, p.96).

A finalidade comercial faz com que a televisão aposte cada vez mais na espectacularização, esquecendo-se de explicar o essencial da informação, o como e o porquê da notícia, a sua contextualização. “A espectacularização da notícia é consequência do domínio da observação sobre a explicação” (Canavilhas, 1996, p.5). As notícias destacam-se pelas características espectaculares, mas não informam os telespectadores para que estes possam formar uma opinião crítica sobre os assuntos de relevo. Não existem regras de jornalismo que condenem o jornalismo com base no espectáculo, no entanto “el periodismo sensacionalista puede ser popular, pero desde el punto de vista de la queja, su estatus de periodismo “real” es cuestionable, así pues, puede ser marginado y, después, descualificado” (Langer, 1998, p.20).

Face à situação de mercado existente no panorama televisivo português, com uma televisão financiada pelo Estado e duas privadas que dependem das audiências, é importante perceber em que medida existem marcas da espectacularização nos telejornais. Com essa finalidade, na parte empírica do estudo foram analisados os alinhamentos dos telejornais, bem como as características das notícias.

### Capítulo III

#### O NOTICIÁRIO TELEVISIVO

“O telejornal é, antes de tudo, uma obra colectiva onde a responsabilidade própria do jornalista é difícil de circunscrever” (Jespers, 1998, p.50). Cada edição de um noticiário aborda diferentes assuntos de informação, sob variadas formas, a que Jespers (1998) chama “técnicas de mediatização da informação”. Essas formas passam pelo “pivot”<sup>3</sup> do apresentador, mas também pelo jornalista, que pode dar uma nova actualidade, acrescentar um esclarecimento ou fazer um editorial; as imagens supostamente portadoras de informação, que podem ser imagens recebidas ou imagens criadas; a entrevista, em directo ou gravada; a reportagem, caracterizada por uma unidade de tempo e de lugar, e que mistura entrevistas, imagens de ilustração, comentário e “vivos”<sup>4</sup> que tratam da actualidade do dia ou grandes reportagens sobre assuntos mais gerais ou ainda investigações mais aprofundadas.

Os noticiários televisivos são dos programas que dão mais credibilidade a um canal. É a informação séria e rigorosa do jornal que consegue, muitas vezes, chamar a atenção para os restantes conteúdos. É para o público que se realiza todo o trabalho jornalístico, é seguindo o dever de informar que o jornalista procura os assuntos significativos para a sociedade. “Millones de ciudadanos ven cada noche un telediario. En casi todos los países del mundo. Y lo hacen generalmente – las encuestas lo confirman – con gran atención. Esta enorme audiencia suscita fundamentalmente dos tipos de codicias: comerciales y políticas” (Ramonet, 1998, p.85).

A função do noticiário é a de, periódica e sistematicamente, transformar uma infinidade de acontecimentos que ocorrem num certo lapso de tempo numa notícia ou num conjunto de notícias, isto é, num bloco informativo, organizado e perceptível, que dê ao cidadão o que de mais importante se passa na sociedade (Herreros, 1998). “O noticiário televisivo é assim uma *table d’hôte*, uma colecção de “estórias” seleccionadas e organizadas de modo a serem vistas integralmente por todo o espectador, sem reduzir o

---

<sup>3</sup> O “pivot” é o apresentador do telejornal, mas também o lançamento de cada peça. A expressão é aqui utilizada neste último sentido.

<sup>4</sup> Textos pronunciados em frente da câmara.

tamanho ou o interesse da audiência à medida que o programa prossegue (Weaver, *cit in* Traquina, 1993, 297).

O poder dos noticiários reside no facto deles oferecerem uma imagem do mundo mais completa do que aquela que o espectador pode conseguir no seu dia-a-dia (García, 1992). “O objectivo subjacente do noticiário televisivo é alcançar a condição de totalidade, exibindo o tema, estrutura e unidade” (Weaver *cit in* Traquina, 1993, 298).

### **3.1 A notícia como principal género informativo**

De entre os vários géneros informativos, a notícia é o que ocupa maior destaque nos noticiários portugueses. A notícia apresenta-se como o principal género informativo, sendo a forma mais rápida de dar a conhecer ao cidadão um facto ocorrido. Num espaço de dois minutos, o jornalista transmite o essencial do acontecimento num texto verbal/oral, acompanhado de imagens relativas ao acontecimento.

A produção de notícias depende da importância dos acontecimentos. Só algo com interesse se torna do conhecimento público. Para avaliar se um acontecimento deve ser considerado notícia, ou seja, se tem interesse, devem ser tidas em conta determinadas características. “É em função da maior ou menor previsibilidade que um facto adquire o estatuto de acontecimento pertinente do ponto de vista jornalístico: quanto menos previsível for, mais probabilidades tem de se tornar notícia e de integrar, assim, o discurso jornalístico (Rodrigues, 1993, p.27). Um acontecimento jornalístico é, por isso, algo extraordinário que ultrapassa o decorrer normal do dia-a-dia, que se destaca entre os muitos acontecimentos que ocorrem em cada 24 horas.

Rodrigues (1993) refere ainda que o próprio discurso jornalístico do acontecimento emerge como um acontecimento notável depois de adquirir visibilidade universal. Surge assim uma segunda categoria de acontecimentos, definidos como acontecimento – segundos ou de meta-acontecimentos provocados pela própria existência do discurso jornalístico. “O meta-acontecimento não é regido pelas regras do mundo natural dos acidentes da natureza que atingem os corpos físicos e cósmicos [...] é regido

pelas regras do mundo simbólico, o mundo da enunciação. É a realização técnica das instâncias discursivas; é um discurso feito acção e uma acção feita discurso” (Rodrigues, 1993, p.30). Ao relatar um acontecimento, os media, além do acontecimento relatado, produzem ao, mesmo tempo, o relato do acontecimento como um novo acontecimento que vem integrar o mundo (Rodrigues, 1993).

É por este relato, tido como um novo acontecimento, que se aponta aos jornalistas o papel de construtores da realidade e não o de simples transmissores do real. Ao visionar e interpretar a realidade de modo a condensá-la num discurso que possa, posteriormente, ser divulgado, o jornalista transforma os acontecimentos que presenciou num outro acontecimento que engloba apenas as informações mais pertinentes. O acontecimento produzido pelo discurso do jornalista está veiculado a subjectividades provenientes dos olhos do próprio jornalista, tendo em conta as suas crenças e convicções. É por esta razão que uma peça jornalística sobre o mesmo assunto, mas feita por jornalistas distintos, terá certamente diferenças.

Confrontado com um determinado facto, o jornalista deve ter a capacidade de perceber se o acontecimento reúne as características para se tornar notícia, de modo a ser difundido como informação. “Cuando se produce un acontecimiento, el periodista se encuentra ante los siguientes elementos: un hecho que implica que ha ocurrido algo, generalmente a alguien, en un determinado lugar, en un espacio de tiempo, con unas características y debido a unas causas. La respuesta a todos esos elementos en un texto elaborado para ser difundido por los medios convierte el acontecimiento en noticia” (Fontcuberta, 1996, p.74).

Para o acontecimento se transformar em notícia é necessário que estejam reunidos alguns critérios de noticiabilidade, entendida esta como “o conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos, é “excluído” por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional” (Wolf, 1992, p.168). Adriano aponta vários registos que permitem identificar a notabilidade dos factos: o registo do “excesso” é a “irrupção por excelência

do funcionamento anormal da norma” (Rodrigues, 1993, p.30); outro registo de notabilidade do acontecimento é o da “falha”, procede por insuficiência no funcionamento normal e regular dos corpos e a “inversão”. Adriano Rodrigues (1993) considera, neste registo, a teoria jornalística que diz que o facto de o homem morder um cão é notícia.

Para tornar a tarefa do jornalista mais fácil, na escolha das notícias e dos elementos que dela irão fazer parte, os designados valores – notícia dão um precioso contributo. O termo valores-notícia “corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (Wolf, 1992, p.168).

“A aplicação dos valores-notícia surge quando se avalia a noticiabilidade do acontecimento, ao apreciar se as suas características o tornam, ou não, merecedor de ser notícia” (Correia, 1997, p.137). Esses valores constituem a resposta à seguinte pergunta: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias?

“Falar dos valores-notícia significa, pois, falar de todo o processo de produção de informação” (Op, cit., p.137). Os valores – notícia funcionam de forma complementar, quantos mais critérios um acontecimento respeitar, mais altas serão as probabilidades de se tornar notícia. Não basta apenas obedecer a um dos critérios, é a junção, a complementaridade entre cada um deles, que torna o facto mais importante. Para além disso, estes critérios de selecção são importantes ao longo de todo o processo, desde o acontecimento até à elaboração final da notícia.

“Os valores /notícia utilizam-se de duas maneiras. São critérios de selecção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até à redacção. Em segundo lugar, funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público [...]. Quanto mais um acontecimento exhibe



essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído. (Golding – Elliot, 1979, *cit in* Wolf, 1992, p.173).

Mauro Wolf (1992) define os valores notícia como uma componente da noticiabilidade e refere-os como derivados de considerações relativas:

- Às características substantivas das notícias;
- Ao conteúdo do acontecimento a transformar em notícia;
- À disponibilidade do material;
- Aos critérios relativos ao produto informativo, ou seja o conjunto de processos de produção e realização;
- Ao público, através da imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários;
- À concorrência, as relações entre os mass media existentes no mercado informativo.

Os critérios substantivos dizem respeito à importância e interesse da notícia, sendo que a importância pode ser determinada por quatro variáveis:

1) Grau e nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável, quer no que respeita às instituições governamentais, quer aos outros organismos e hierarquias sociais; 2) Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional; 3) Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve; 4) Relevância e significado do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação.

Na parte prática do estudo iremos verificar se a tendência dos principais noticiários da televisão portuguesa segue as variáveis de importância apontadas por Wolf.

A segunda categoria de valores-notícia apontada por Wolf (1992) diz respeito à disponibilidade de materiais e às características específicas do produto informativo. No que se refere à disponibilidade, trata-se de saber se a cobertura de determinado acontecimento é exequível ou não, isto é, se o jornalista dispõe de todos os meios técnicos necessários para a sua elaboração de uma forma simples, ou se requer grandes meios para a cobertura. “A necessidade de não ultrapassar um determinado comprimento das notícias – especialmente, televisivas – adequa-se à disponibilidade de muito material noticiável, o que, por sua vez, permite uma escolha a mais ampla possível e, por isso

mesmo, mais representativa dos acontecimentos importantes do dia, dentro dos limites relativamente rígidos do formato dos noticiários” (Wolf, 1992, p.184).

Outro valor relativo ao produto informativo é a “actualidade”: maior proximidade temporal em relação ao acontecimento e ao noticiário televisivo são factores que favorecem a passagem do acontecimento a notícia.

A qualidade da história é outro critério apontado ao produto e Wolf (1992) refere os cinco critérios de qualidade avançados por Gans:

- a- A acção (a notícia é tanto melhor quanto mais ilustra, visualmente, uma acção, um momento de realce de um facto);
- b- O ritmo (nos casos em que a notícia é intrinsecamente desprovida de acção, procura-se torná-la menos aborrecida, recorrendo a vários processos de exposição ou apresentação);
- c- O carácter exaustivo (que pode significar que se fornecem todos os pontos de vista sobre um assunto controverso, ou que se dá o mais possível de dados cognoscitivos acerca de um determinado acontecimento);
- d- A clareza da linguagem (tendo em conta que é impossível para o telespectador voltar ao que não compreendeu ou ao que não é claro);
- e- Os standards técnicos mínimos.

Por fim, o último critério relativo ao produto é o “equilíbrio”. O noticiário televisivo tem de apresentar uma quantidade equilibrada de notícias por cada tema. Não deve abordar preferencialmente um assunto e não mencionar outros. Assim, uma notícia pode ter mais probabilidades de aparecer se ainda não tiver a sua secção completa. Terão as televisões portuguesas a preocupação com este critério ou pelo contrário noticiam muito mais um tema deixando de lado outros possivelmente interessantes?

Existem ainda alguns critérios relativos ao meio de comunicação que devem ser tidos em conta. O tempo de duração de cada notícia pode variar muito, porque depende do material disponível, das imagens, do tipo de cobertura que se possa fazer, em directo, com entrevistas. Uma notícia pode não ter muita informação em termos de conteúdo, no entanto se tiver imagens que mostrem com exactidão o sucedido, será considerada uma boa notícia.

A “frequência” é outro critério de noticiabilidade relativo ao meio de comunicação. A frequência de um acontecimento refere-se ao tempo necessário para que esta adquira significado.

O terceiro critério é o “formato” que diz respeito aos limites espaciais e temporais, ou seja, à duração que cada notícia tem. Este ponto será também abordado no estudo empírico, sendo possível comparar o tempo que cada estação de televisão dedica ao seu assunto de destaque e quais as editorias que ocupam mais tempo nos alinhamentos.

Os critérios relativos ao público relacionam-se com a imagem que os jornalistas têm do seu público. Se por um lado os jornalistas apenas se devem preocupar com a divulgação de informação, por outro lado, a preocupação com o público é cada vez maior, tendo em atenção o modo como se transmite a notícia. Na parte prática do estudo veremos se os noticiários portugueses revelam maior preocupação com o “interesse público”, em divulgar informação relevante, ou se, pelo contrário, manifestam maior preocupação com o “interesse do público”, isto de acordo com o que foi referido no ponto 1.2 deste trabalho.

Os critérios relativos à concorrência fundamentam-se, muitas vezes, na escolha de uma cobertura informativa baseada em pessoas de elite; em segundo lugar, a competição tem gerado tendência para seleccionar notícias no pressuposto de que a concorrência também vai abordar o assunto, facto que promove uma uniformização nos vários serviços noticiosos. A forma quase mecânica com que se realizam as notícias, permite cobrir, diariamente, um elevado número de acontecimentos, porém coloca em segundo plano o aprofundamento e a compreensão de muitos aspectos inerentes aos acontecimentos, que seriam interessantes para o impacto da notícia.

Estes critérios são pistas para o jornalista tomar decisões sem perder muito tempo. Pode mesmo dizer-se que, seguindo os valores-notícia, o profissional acaba por se desresponsabilizar, baseando os seus critérios de escolha num conjunto de procedimentos seguidos pelos seus colegas. No processo de transformação de um acontecimento em notícia, a “ligação entre características da organização do trabalho nos órgãos de comunicação de massa e elementos da cultura profissional, é absolutamente estreita e vinculativa, o que define, precisamente, o conjunto de características que os

acontecimentos devem possuir (ou apresentar aos olhos dos jornalistas) para poderem ser transformados em notícias” (Wolf, 1992, p.168).

Mas como se processam todas estas escolhas nos três canais televisivos portugueses? Porque decidem os media contar determinados acontecimentos enquanto outros não chegam ao conhecimento do público? Haverá diferenças significativas entre os critérios de noticiabilidade da RTP, SIC e TVI? Na segunda parte do estudo procuramos responder a algumas destas questões.

Identificado o acontecimento susceptível de se tornar notícia, ou seja, que reúne todas as características atrás mencionadas e que responde às perguntas formais do jornalismo, o quê, quem, quando, onde, como e porquê, depois de devidamente colocadas num texto simples e conciso, que resuma o essencial da informação, estamos perante uma notícia. “La noticia siegue siendo un texto que cumple una función básica: explicar la máxima información en torno a un hecho, en el menor tiempo o espacio posible, y con la mayor eficacia comunicativa” (Fontcuberta, 1996, p.80).

A eficácia comunicativa será maior quanto maior for o número de pessoas a que a notícia chegue. O objectivo da informação televisiva é transmitir apenas o essencial dos factos ocorridos o mais rapidamente possível. Esta tirania do factor tempo, conjugada com a pretensão de uma maior eficácia comunicativa, leva à escolha das palavras exactas e das imagens que melhor retratam o que aconteceu, para que, num curto espaço de tempo, o maior número de pessoas fique ao corrente do que aconteceu. Esta forma de construção de notícias aposta, essencialmente, numa informação simples, pouco aprofundada dos factos e pouco esclarecedora das consequências futuras.

Será este o tipo de construção preferido dos canais portugueses? Ou aposta-se mais em notícias complexas, aprofundadas, devidamente explicadas e contextualizadas? Mais duas perguntas para a segunda parte do trabalho.

Ainda no campo da contextualização, um factor importante é o desenvolvimento da própria notícia. “Un hecho será más noticiable cuando produzca mayor cantidad de consecuencias que, a su vez, también serán noticia. Las consecuencias suponen la expansión de un acontecimiento a escenarios diversos y desencadenan un proceso en el cual cada vez se ven implicados más hechos, más opiniones y más protagonistas, que a su

vez se implican en nuevas situaciones susceptibles de ser objeto de información” (Fontcuberta, 1996, p.46). O acontecimento terá maior amplitude dependendo das consequências que o feito originou. Se as consequências de determinado acontecimento forem significativas, haverá um acompanhamento por parte da comunicação social, que retomará o tema mais vezes, tentando explorar todas as implicações e implicados da ocorrência do primeiro acontecimento, que provoca assim muitas outras notícias sobre o assunto. Na parte prática deste estudo veremos se os canais portugueses RTP, SIC e TVI exploram as consequências dos acontecimentos através da análise do número de notícias que surgem como desenvolvimento de anteriores.

É importante ter em conta a mutabilidade dos valores-notícia, e mesmo dentro de cada estação existem alterações ao longo do tempo. Cada canal pode optar por seguir linhas diferentes em épocas distintas, procurando o que melhor responde aos seus objectivos. “Os valores/notícia apresentam um carácter dinâmico: mudam no tempo e, embora revelem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional – para lá das divisões de ideologias, de geração, de meio de expressão, etc. –, não permanecem sempre os mesmos. [...] Assuntos que simplesmente “não existiam” constituem actualmente, de uma forma geral, notícia, demonstrando a extensão gradual do número e do tipo de temas considerados noticiáveis” (Wolf, 1992, p.175).

A entrada das estações privadas no mercado português alterou alguns dos critérios de noticiabilidade usados até aí pela RTP, e a própria concorrência posterior tem obrigado as estações a efectuarem alterações editoriais. O mesmo acontece com os alinhamentos dos telejornais, que muitas vezes são alterados com o telejornal a decorrer para responder ao alinhamento de um telejornal concorrente.

### 3.2 Alinhamento

O alinhamento dos noticiários é composto pelas notícias que farão parte do jornal. Todo o programa informativo tem de ser previamente estudado e delimitado tendo em conta o tempo disponível para a apresentação das notícias, a duração das entrevistas com os convidados em estúdio, o tempo do directo, contar com o tempo dedicado à publicidade, são vários os parâmetros que compõem um alinhamento do jornal.

A estrutura do alinhamento começa a ser definida na reunião dos responsáveis por cada noticiário. São discutidos quais os temas que devem ser incluídos no noticiário, a ordem e a conjugação dos tempos de cada notícia na construção total do jornal. O número de peças escolhido será sempre superior ao necessário para o caso de haver algum problema ou algum acontecimento de última hora, que altere o que estava programado. Por este facto algumas notícias “caem”, ou seja, já não há tempo disponível para transmitir a notícia até à conclusão do jornal, por vezes, devido à introdução de outras notícias com maior relevância, ou ao prolongamento de um directo, ou de uma entrevista que fazem com que algumas notícias passem para segundo plano. Estas notícias podem ser transmitidas num novo noticiário ou, na pior das hipóteses, cair no esquecimento ou ficar desactualizada, o que a impossibilita de se tornar do conhecimento público.

Em cada alinhamento, tendo por base o caso particular da estação de televisão SIC, é anotado a ordem em que cada notícia vai surgir, o nome da peça, o jornalista que a elaborou, a duração total de cada uma e ainda a soma dos tempos com cada uma das notícias, desde o início do jornal, até ao fim, o que permite prever a duração total do jornal, sendo que, em regra, existem sempre pequenas alterações aos tempos marcados inicialmente.

A escolha do alinhamento das notícias ao longo do jornal televisivo determina a importância, ou seja, o impacto e a visibilidade pública dos acontecimentos. A primeira notícia é tida como a principal informação do dia, pelo que será sempre o assunto mais importante e aquela que pode ser uma marca distintiva em relação à concorrência: Esse facto conduziu-nos a uma das perguntas de investigação: Os telejornais optam por abrir com notícias próprias ou optam pelos assuntos que dominam a opinião pública?

Os jornais compõem-se de blocos temáticos. “Els informatius són programes que s’estructuren a partir de blocs o secciones integrades per peces de naturalesa similar” (Micó, 2007, p.59). Geralmente as notícias são agrupadas por tema, pelo que não acontece assistirmos a uma notícia sobre economia, intercalada com uma notícia sobre desporto, voltando depois ao mesmo assunto. Os temas são agrupados pelo assunto que tratam e só em casos de relativa importância se volta a referir um conteúdo que já foi abordado no bloco temático correspondente.

“A organização por blocos temáticos promove a construção da realidade, através da hierarquização que lhe está subjacente. Isto porque cada noticiário estabelece o seu critério de valoração dos temas, quer através dos blocos ou áreas temáticas que faz incluir, quer nas notícias que aparecem em cada um deles” (Cruz, 2008, p.184). A ordem de surgimento de cada bloco temático está, em regra, relacionada com os critérios de importância que cada órgão de comunicação atribui. Sendo que, por regra, as notícias sobre economia, política, educação, justiça, ocupam os primeiros lugares do jornal, enquanto desporto e cultura são, geralmente, deixados para o fim do noticiário. Porque para além de serem assuntos com menos influencia na vida de cada cidadão permitem que o telespectador alivie e descontraia das notícias menos positivas a que possa ter assistido.

Este “pacote coerente e integrado” (Weaver, 1993) que os noticiários pretendem mostrar só é possível porque as notícias estão organizadas por temas, dentro dos quais se incluem todas as notícias que lhe digam respeito. Por vezes acontece que uma mesma notícia diga respeito a diferentes áreas, daí que “na classificação de notícias dão-se problemas de ubiquidade: uma notícia pode ser factualmente relacionável com mais do que um sector temático. Daí as notícias só alcançarem o seu significado global se integradas no contexto do noticiário” (Cruz, 2008, p.184).

A organização dos produtos noticiosos tem por base uma escala de valores, mas segue outra estrutura ou tipo de organização tendo em conta o nível de audiências. Para não perder o telespectador durante a passagem de publicidade, o alinhamento dos jornais passa a prestar atenção à notícia que fecha e reabre cada um desses blocos.

Criam-se mecanismos que mantenham o interesse do cidadão nas próximas notícias de forma a este não mudar de canal e seguir o jornal até ao seu final. As “promos”, que funcionam como chamadas de atenção, são um dos mecanismos usados para prender a atenção do telespectador. Ao longo do jornal é elaborado um pequeno texto acompanhado de breves imagens que mencionam o assunto que será abordado mais à frente e que inclui, grande parte das vezes, temas sobre os quais o cidadão demonstrará maior interesse e curiosidade. Este facto coloca uma nova questão para este estudo: Sendo a RTP uma televisão pública, utilizará as *promos* – uma forma de manter audiências – tal como o fazem os canais privados?

### **3.3 Processos de produção das notícias**

A informação televisiva passa por diferentes processos de produção, tendo em conta as técnicas utilizadas para produzir notícias bem como todo o trabalho e organização.

Para Herreros (1998) o conceito de produção pode ter uma dupla abrangência: “un sentido abarca todo el proceso de elaboración técnica de la información. El outro se refiere estrictamente a un sector o parte del trabajo, como es el de la organización y distribución de los recursos económicos, técnicos y humanos” (Herreros, 1998, p.73).

García (1992) entende a produção de notícias como um processo técnico-mecânico que se manifesta em duas fases diferenciadas; a primeira relacionada com a captação e registo de imagens e sons e a segunda fase do processo corresponde à elaboração narrativa ou elaboração da forma e formato correspondente às operações comumente conhecidas como montagem e pós-produção.

O sentido do processo técnico de produção engloba desde a captação da notícia até à sua elaboração final e emissão. Durante a produção da notícia televisiva há uma equipa que pode ser apenas constituída pelo jornalista ou então por mais uma pessoa que vai manejar os aparelhos técnicos, devendo o jornalista conhecer, minimamente, o funcionamento e como decorrem as operações.



A produção, como refere Herreros (1998), condiciona a concepção informativa e a noticiabilidade, se os meios necessários para a elaboração da notícia não estiverem reunidos, o acontecimento pode simplesmente não ter existência pública uma vez que não respeita todos, ou pelo menos os critérios necessários, para a correcta elaboração da informação. Em regra, o jornalista está sob a pressão do factor tempo, pois o processo de captação de imagem, elaboração da notícia e conseqüente difusão é muito rápido. É um período muito curto que obriga o jornalista a recorrer a muitas das técnicas a que se vai habituando ao longo dos anos. Actuam, quase de forma automática, relativamente aos conteúdos, tendo em conta a experiência que possuem, em regra não existe muito tempo para preparar notícias com características diferentes que tragam mais valor ao conteúdo informativo (Herreros).

A produção de cada notícia varia e tem de ser elaborada de forma específica e individual. Trabalhar uma notícia depende do tempo disponível para a sua elaboração. Há notícias que têm que ser feitas com pouco tempo até à sua divulgação, enquanto outras terão mais tempo para serem efectuadas antes de serem conhecidas. Estas últimas terão mais oportunidade de serem exploradas e aprofundadas, ao contrário das notícias com pouco tempo que se cingem ao essencial e à apresentação clara e simples da informação.

O tempo disponível entre o acontecimento e a sua divulgação depende do grau de imprevisibilidade com que tenham ocorrido os factos. Quanto mais perto tenha sido da hora de divulgação melhor, sendo que esse facto acarreta uma maior rapidez e pressão na escolha do material a divulgar.

Mauro Wolf refere que “os trabalhos compõem-se de diversas fases e variam segundo o órgão de comunicação. As que são comuns a todos os órgãos de comunicação e que mais incidem na qualidade da informação são: a recolha, a selecção e a apresentação (Wolf, 1992, p.193). Por sua vez, Herreros defende que, “el proceso es algo más complejo y conviene diferenciar entre los aspectos técnicos que hay detrás de cada una de las tres fases, cómo las condiciona y aporta capacidad expresiva y diferencia el trabajo de un medio respecto de otros” (Herreros, 1998, p.77). Todo o processo de produção tem como objectivo último fazer chegar a informação de forma mais rápida e eficaz (Wolf, 1992).

Dentro dos processos de produção de informação Herreros (1998) elabora uma classificação diferente de Wolf e estabelece três fases de produção de notícias: pré-produção, produção e pós-produção. A fase da pré-produção (Herreros, 1998) é classificada como a fase da concepção e decisão dos feitos que se vão converter em notícia. É o período onde são organizados todos os serviços necessários para a divulgação da informação, desde a atribuição de serviços por equipa, ao modo como se organiza a própria redacção e à distribuição de notícias por cada jornalista. Esta fase inclui a organização dos serviços informativos, a criação de fontes próprias, a organização das fontes externas, a planificação das coberturas informativas e ainda a produção externa e a aquisição de direitos (Herreros, 1998).

Do processo de produção fazem parte a recolha de informação, produção em estúdio e produção em exteriores, que abarcam a compilação de informação, o registo, a gravação e as coberturas em estúdio e em exterior. A recolha de informação e a forma como é esta é organizada prende-se com a necessidade de realizar, rapidamente, todos os processos necessários que compõem a rotina de produção de notícias; a produção em estúdios estão relacionados com o facto da maioria dos noticiários serem gravados em estúdio, de forma total ou parcial e a produção em exterior tem, geralmente, equipas mais pequenas para que operem com maior rapidez e mobilidade no local dos acontecimentos.

A fase de pós-produção é o momento da selecção e tratamento definitivos.

“La selección comprende la aceptación y descarte de unos datos, de unas imágenes, de unos sonidos; la selección supone ya una valoración en cuanto se introduce un criterio de discriminación entre unos elementos y otros; el tratamiento se refiere a la ordenación y duración de las imágenes, a su vinculación con los sonidos y escritura, a la incorporación de otras imágenes y sonidos procedentes de otras fuentes como las generadas por ordenador y la integración de efectos especiales; es el trabajo encomendado al montaje final” (Herreros, 1998, p.89).

García (1992) define o subsistema de produção e realização como um conjunto de elementos (instrumentos) e procedimentos técnicos e de operação, assim como de intervenção intelectual, necessários à elaboração da mensagem audiovisual. “Distinguiremos un proceso intelectual, creativo o de interpretación de la realidad y un proceso técnico-mecánico que posibilitará la obtención de imágenes audiovisuales, o de cualquier otro tipo, y su manipulación de acuerdo a los códigos técnicos y expresivos que faciliten la inteligibilidad de lo transmitido” (García, 1992, p.43). Este autor vê o processo de elaboração de notícias como uma consequência da escassez de tempo e de meios para a elaboração da notícia, mas acima de tudo como um resultado do modelo produtivo das empresas e das suas formas de organização que priorizam a obtenção de benefícios económicos num mercado competitivo para o qual é imprescindível a racionalização do trabalho, a redução de custos e a aplicação de critérios de noticiabilidade rigorosos e concretos, assumidos por todos os profissionais que intervêm no processo de forma a permitir a redução de controlos (*gatekeepers*) com a consequente agilização do processo.

Admite, concordando com Wolf (1992), as três principais fases do processo de produção de notícias como a recolha, selecção e apresentação. A recolha de informação está ligada “al modo y los procedimientos mediante los cuales el medio hace acopio de informaciones, siempre procurará que sean muchas más las necesarias, y las vías o canales más habituales: las fuentes, las agencias e la agenda de previsiones son, hoy, las tres afluencias principales” (García, 1992, p.149). Já a selecção das notícias é o “momento en que la información decide convertirse en noticia” (García, 1992, p.149), com o autor a salientar que esta é a fase crítica da aplicação dos critérios de valor-notícia e da actuação dos *gatekeepers*. A terceira e última fase, a apresentação da notícia “es el ámbito propio del informador, del periodista, y del equipo técnico (García, 1992, p.150).

Em qualquer uma destas fases, o processo não deve ser desligado do que García (1992) define como a intervenção intelectual, para o autor a fase de pós-produção ou de elaboração da notícia final corresponde

“a las operaciones de selección de las imágenes útiles (técnica y significativamente), montaje físico (que comporta decisiones de modo, circunstancia y determinación de la duración del plano), configuración narrativa (articulación del espacio, el tiempo y el ritmo) y procesos de titulación, efectos visuales y sonoros; una vez más exigirá la intervención intelectual por cuanto continúan exigiendo decisiones que afectan de forma directa al (tratamiento informativo) sentido del mensaje” (García, 1992, p.45).

Todos estes processos são necessários para a elaboração total de uma notícia. Só depois de finalizadas as várias fases a notícia está pronta para se tornar do conhecimento público e ser divulgada no principal serviço de informação diário, os noticiários das 20 h. A notícia constrói-se através de um processo complexo e elaborado, em que a importância de seguir as técnicas aplicadas se prende muito com a rapidez com que será possível tornar um acontecimento, ocorrido algures, em algo concreto para o cidadão, com uma explicação inteligível, acompanhada de toda uma técnica de captação e tratamento de imagens que só assim tornam possível fazer com que a notícia televisiva possua o estatuto e a importância adquiridos.

### **3.4 Organização e estrutura das notícias televisivas**

A meta de todo o processo produtivo é colocar a mensagem em contacto com o público (García, 1992). Todos os aspectos formais para a elaboração das notícias estão relacionados e serão questionados tendo em conta a maior ou menor facilidade com que o telespectador vai perceber a mensagem. A contextualização, os valores-notícia classificados, são factores que permitem a elaboração de uma notícia televisiva com a organização e estrutura de uma mensagem simples, objectiva e concisa e que seja perceptível pela maioria da população.

As notícias televisivas são elaboradas individualmente e cada uma possui autonomia relativamente às restantes. A sua estrutura deve ser breve, precisa e responder às perguntas quem, o quê, quando, onde, como e porquê.

Herreros refere que a notícia televisiva “por un lado, es concebida como interpretación o relato de hechos y, por otro, como género, en cuanto tiene una organización y una estructura” (Herreros, 1998, p.185).

O noticiário é composto pelas mais variadas notícias, agrupadas em blocos temáticos. Cada uma tem um princípio e um fim bem definidos para que se distinga de todas as outras notícias e não se confunda com mais nenhum conteúdo (Herreros, 1998). As notícias televisivas reúnem características dos vários sistemas expressivos, a imagem pode incluir, como refere Herreros (1998), gráficos, fotografias, animações e imagens em movimento, além disso, o som, que inclui a expressão oral, música, som ambiente ou mesmo silêncio e a escrita. As notícias ordenam os feitos, as opiniões recolhidas, de acordo com os critérios de selecção e valorização, a ordem de importância deve estar de acordo com as imagens recolhidas (Herreros, 1998).

García (1992) define a estrutura básica da notícia que corresponde a

“una entradilla (lid o titular), desde el estudio, que comunica lo sustancial de la noticia, el tema (a veces los datos de última hora que no han podido llegar a incluirse en el desarrollo) y a continuación el desarrollo de la noticia respondiendo al modelo convencional: desarrollo del tema (qué, quién, dónde, el cuándo se sobreentiende –hoy- salvo la que la precisión del dato cronológico sea sustancial o elemento de incremento de la importancia); datos del contexto o entorno (por qué); opiniones o puntos de vista (el relato de los sujetos implicados: el comentario) que con frecuencia – cada vez mayor- forman parte y llegan a constituir la totalidad del desarrollo del tema (del cuerpo de la noticia), y como final nuevos datos sobre el tema (complementarios, de contextualización)” (p.430).

A estrutura das notícias elaboradas desta maneira permite que, de forma fácil e rápida, se possa proceder a um ajuste na estrutura da notícia, alterar a duração final e o próprio formato, retirando algumas informações ou acrescentando outras, seja através de cortes das últimas informações ou mesmo dos “vivos” ao longo da notícia (García, 1992).

Herreros elabora uma distinção na estrutura das notícias dependendo se estas são o que o autor classifica como simples ou complexas. Herreros (1998) defende que em ambos os casos a entrada da notícia deve ser feita por uma frase breve e que revele interesse, que diz o assunto. No desenvolvimento, o conteúdo está organizado segundo a ordem de importância, os feitos podem estar por ordem cronológica ou não, com ênfase no choque. Nas notícias simples existe apenas uma entrada e um desenvolvimento, no caso das notícias mais complexas, com determinada amplitude pode haver mais do que uma entrada e desenvolvimento. O que acontece quando se apresenta primeiro uma notícia, seguida de um contacto em directo. Em nenhum dos casos a informação deve dizer logo todo o essencial da informação ao início, mas sim ir desenvolvendo a ideia até ao fim da notícia (Herreros, 1998).

Em geral, a notícia televisiva é assim composta por imagens em movimento, “voz off” do jornalista, tudo isto intercalado com declarações de pessoas envolvidas no assunto em questão. Todos estes elementos são conjugados em cada notícia, de modo a produzir um efeito que permita uma compreensão clara de cada notícia, do ocorrido, num ritmo informativo mais lento do que, por exemplo, na rádio, que permita assim a visualização e acompanhamento da informação oral com as imagens. “La información televisiva trata de dejar una impresión, una imagen de lo ocurrido. Los detalles, las palabras se pierden pronto. La memoria auditiva es más floja que la visual. De ahí la importancia que tiene en televisión la búsqueda de las imágenes de impacto, indelebles, de tatuaje para que persistan en el telespectador” (Herreros, 1998, p.185).

A construção da notícia passa por várias fases. Quando se cobre um acontecimento há que ter em conta tudo o que acontece à volta, perceber todos os pormenores que produziram o feito. Só depois o jornalista pode analisar toda a complexidade de informação que possui, de modo a seleccionar o mais importante, ordenar os factos por ordem de importância e construir um discurso claro, preciso, sobre o sucedido, acompanhado das imagens que melhor traduzem o feito.

Depois de elaborado o conteúdo da notícia há que seleccionar as imagens que a vão acompanhar. Serão incluídas as que melhor representam o acontecimento. É uma tarefa difícil, mas que deve ser exclusivamente jornalística. Devem ser escolhidas as

imagens que transmitem o essencial da informação e não as mais espectaculares apenas por chamarem mais a atenção do telespectador. As imagens seguem determinados parâmetros de qualidade: uma má imagem só acompanhará uma notícia se não houver outra alternativa. Princípios como o de pluralismo, equilíbrio e igualdade no tratamento das partes implicadas na notícia, devem ser respeitados (Herrerros, 1998).

Cada estação de televisão escolherá as imagens que melhor julga representarem o acontecimento, a ordem de cada imagem na notícia pode sofrer alterações. As imagens seleccionadas podem ter diferentes origens, podem ser imagens externas provenientes de agências; imagens próprias, capturadas no local do feito; imagens obtidas pelos correspondentes locais, nacionais e internacionais, ou intercâmbios com outros canais; imagens de vídeoaficionados, videovigilância de bancos, hotéis, hipermercados e ainda imagens de arquivo. As imagens pretendem mostrar pontos de vista sempre com uma ligação do anterior ao seguinte.

Com uma duração muito curta, as notícias têm de eliminar todo o acessório para se concentrar apenas no essencial da informação. É importante fazer ouvir as várias partes implicadas no acontecimento. Tudo isto com a maior qualidade que permite ao telespectador perceber toda a notícia de forma simples e atraente.

Todo este processo de tratamento e organização dos acontecimentos é feito em muito pouco tempo, o que se manifesta na visualização das notícias onde umas se sucedem às outras, com bastante rapidez. Cada notícia é elaborada com um tempo médio de um a dois minutos, este é considerado o tempo necessário para que haja a compreensão e assimilação dos factos e o visionamento das imagens. Como já foi referido, uma duração inferior pressupõe menor importância do conteúdo, com informação pouco relevante. Pelo contrário, os temas com maior duração são considerados mais importantes, pois mais tempo significa que a informação carece de uma abordagem profunda (Herrerros, 1998).

Os sons são outro elemento importante a seleccionar na elaboração das notícias. Podem ser incluídos sons do próprio acontecimento ou outro tipo de sons, como música, que tenta dinamizar a apresentação da informação ao público. “El sonido de los hechos, sea de protagonistas y testigos que declaran algo, o sea del ambiente que envuelve las

acciones, es un elemento integrante de la realidad. Por tanto, la información televisiva trata de captarlo como un componente más con su correspondiente valoración” (Herrerros, 1998, p.190).

No final, a notícia tem de possuir todos estes elementos devidamente ordenados. Depois de seleccionados, os aspectos mais importantes têm de ser colocados segundo determinada ordem de acções, com os dados e opiniões que constituem a notícia. É na parte final da edição que imagens e o relato oral do jornalista devem estar em sintonia. Define-se o modo de expressão oral, a ordem e a duração dos planos e a sequência pela qual vão surgir. Juntam-se todas as selecções feitas nas diferentes etapas.

Geralmente, o processo técnico é elaborado por um montador, mas o texto, que vai dar origem ao relato é feito pelo próprio jornalista “el periodista trabaja lo mismo con las imágenes que con el lenguaje escrito. Estamos ante noticias audiovisuales, de plena integración de todos los sistemas expresivos” (Herrerros, 1998, p.190).

O discurso oral que relata os factos deve ser precisamente feito tendo por base o discurso oral e não a linguagem escrita. O discurso oral tem como base um texto escrito, no entanto, este é lido depois em voz alta, escreve-se para o telespectador ouvir e não para ser lido em silêncio. O texto escrito obedece, geralmente, à mesma máxima da pirâmide invertida, no entanto, pode haver excepções, dependendo da importância dos dados. A notícia deve possuir pontos altos e baixos: os pontos altos são vincados com frases importantes ou com mais expressividade na colocação de voz.

Dependendo dos canais, o tipo de enfoque em cada notícia pode ser diferente, apesar de todos terem ao dispor o mesmo material. Os valores-notícia considerados mais importantes por um jornalista, podem não o ser pelo colega, daí que cada um saliente coisas diferentes. Com os mesmos resultados cada um ressalta aspectos diferentes segundo os interesses e posições que detém no mercado televisivo. Uns podem focar, privilegiar determinadas regiões, pessoas, situações, etc. Sendo que, na grande maioria “La noticias televisivas aparecen además dentro de otros dos enfoques; el de espectáculo y el de eficacia” (Herrerros, 1998, p.197).



### 3.5 Constituição /Formato dos noticiários

O noticiário televisivo das 20h é, como já dissemos anteriormente, o principal bloco informativo da televisão e o que possui maior número de espectadores. É a forma mais fácil e involuntária do cidadão receber informação.

O noticiário obedece a toda uma estrutura que lhe permite em cada dia que passa colocar disponíveis ao cidadão todas as principais notícias que aconteceram nas últimas 24 horas. Há toda uma série de normas e regras que são constituídas de forma a melhorar toda a apresentação da informação do dia.

Cada telejornal pode ter um formato próprio determinado pela estação de televisão que o emite, tendo em conta a sua personalidade e o público que deseja atingir. Deve ter em conta a resposta às necessidades, exigências, preferências que o público manifesta. Dependendo da região, da faixa etária, das profissões, entre outros factores, determinadas notícias irão corresponder mais a umas pessoas que a outras.

Herreros classifica os noticiários como “programas que encierran diversas unidades, noticias o piezas, que tienen significado parcial por sí solas – se trata de narraciones breves de hechos de interés general – y que se integran en conjuntos más amplios o bloques y estos, a su vez, en la unidad global que integra el noticiario” (Herreros, 1998, p.474).

Herreros (1998) divide a estrutura do telejornal em Abertura (cabecera), Títulos (titulares), Desenvolvimento (desarrollo) e Final (cierre). A abertura inclui a apresentação do telejornal e a divulgação da primeira notícia. As *promos* são definidas como uma antecipação dos conteúdos que mais destaque merecem no programa. Tenta suscitar interesse da audiência. São chamadas de atenção para as notícias que vão, posteriormente, ser divulgadas.

No desenvolvimento, as notícias são agrupadas em blocos, cada uma com autonomia em relação às restantes. Ao incluir na estrutura do noticiário todos os blocos para manter o equilíbrio, deixam-se de lado algumas notícias que seriam até mais importantes que outras, mas para as quais já não há espaço dentro do bloco temático.

O final do telejornal tem a função de despedida e em alguns casos de um breve sumário sobre os temas principais que compuseram o telejornal.

Depois de seleccionadas e elaboradas as notícias são “encaixadas” no noticiário tendo em conta a importância do assunto que determina a ordem de aparição. Notícias estas que aparecem, por sua vez, inseridas em blocos temáticos, criados para que o noticiário tenha uma estrutura mais facilmente perceptível e para que não se confundam entre si.

Existe entre cada notícia e cada bloco temático uma “vinculação informativa”, mas não uma relação directa. “La noticia se presenta como un discurso autónomo (por su contenido e por su forma) pero sin embargo su formato la relega a la condición de microdiscurso configurador del discurso informativo que constituye el noticiario” (García, 1992, p.438). Herreros (1992) observa assim o noticiário como uma concepção organizada, ordenada e hierarquizada da realidade diária, fragmentada por tempos. “Es un noticiario, un programa de televisión, una visión parcial de la vida social, no la realidad vital del mundo. El sesgo hacia unos aspectos u otros dará la mejor o peor aproximación a lo realmente representativo del momento vivido por la sociedad” (Herreros, 1998, p.474).

O telejornal passa por um processo de elaboração que engloba a preparação, produção e pós-produção. Cada notícia passa por diferentes fases desde a selecção, recolha de dados, até à pós-produção, onde se realiza a edição final, a selecção do número de notícias, valoração, classificação e ordem ou sequência que vão integrar no noticiário.

Depois de concluída, a notícia é entregue ao editor para que tudo esteja pronto para a hora de emissão. Todos os dados referentes a uma determinada notícia são seguidos até que a informação seja divulgada, o que acarreta, muitas vezes, várias versões da mesma notícia, que vai sendo alterada com a inclusão de novas informações (Herreros, 1998).

A equipa que participa na organização do jornal inclui o pivot, o subdirector, os editores de cada área informativa, o produtor e o realizador. As notícias são organizadas no interior do programa tendo em conta a duração de cada uma, pode optar-se por colocar poucas notícias, mas com maior profundidade e explicação dos factos ou então muitas notícias com um tratamento mais rápido, ou ainda, uma combinação das duas, algumas

notícias com maior profundidade e outras mais leves. A duração da primeira notícia é, regra geral, um pouco maior, visto ser considerado o tema de maior importância do dia informativo. A duração de cada notícia e de cada bloco vai definir a valorização atribuída ao tema em questão. Quanto menos tempo tiver uma notícia, menor será a sua importância. É importante que cada bloco informativo tenha, em média, o mesmo tempo dedicado. Isto conduz-nos a mais uma pergunta de investigação: Todas as editorias (economia, política ou desporto, sociedade, etc) têm, em média, o mesmo tempo de antena nos telejornais. Caso assim não seja, quais serão as editorias mais valorizadas?

A luta por maiores audiências, como sinónimo de mais publicidade e maiores receitas económicas, levou a uma estruturação do noticiário pensado para manter a audiência. A estrutura do jornal segue tendo em conta a ordem de importância e a classificação em blocos temáticos, no entanto a competitividade entre canais levou a que a estrutura da organização por blocos fosse ligeiramente quebrada. Há algumas notícias que “saem” dos blocos para servirem de destaque para prender a atenção do telespectador para depois da publicidade “se há pasado de las concepciones clásicas de pirâmide invertida a estructuras de suspense, próprias de la ficción en las se anuncia la noticia de máximo interés y se pospone su exposición hasta después de la difusión de la publicidad” (Herrerros, 1998, p.475).

Herrerros (1998) afirma que as divergências entre canais privados e públicos tornam-se cada vez mais evidentes “los canales privados tratan de seleccionar noticias que puedan tener mayor atractivo para el espectador, mientras que los canales públicos siguen todavía pendientes de lo que más interese y mayor servicio preste a la audiencia” (Herrerros, 1998, p.475). Será que o mesmo se verifica na televisão portuguesa? Estará a televisão pública, RTP mais preocupada, de facto, em divulgar mais informação de interesse público deixando para os canais privados a satisfação do interesse do público? Mais uma pergunta para o estudo empírico.

Herrerros entende também que os noticiários estão cada vez mais desenvolvidos, com mais notícias realizadas por conta própria e com grandes reportagens “Se tiende a unos noticiarios cada vez más elaborados, con noticias propias y con reportajes de ampliación y análisis de mayor profundidad” (Herrerros, 1998, p.475). Será de facto esta a

situação real de hoje? Teremos mais notícias elaboradas de forma complexa, mais amplas e com maior profundidade? E as notícias apresentadas como resultado da própria investigação do canal serão já uma percentagem significativa?

A organização dos noticiários prende-se muito com o facto dos horários dos telejornais serem cumpridos rigorosamente, a audiência sabe que àquela hora exacta se inicia o principal programa informativo do dia e perder a primeira notícia é perder o principal acontecimento que marca a actualidade, daí que os noticiários sejam, porventura, o único programa português que respeita sempre o mesmo horário. O principal noticiário do dia decorre no designado horário nobre, é o horário que tem mais audiência por ser a uma hora em que grande número da população já está em casa e em família e tem maior disponibilidade para prestar atenção ao programa.

O tempo de duração de cada noticiário depende de cada estação televisiva, ao contrário do início, não existe nenhuma regra para a duração total do bloco informativo. No estudo empírico deste trabalho veremos como se dividem os tempos de duração pelos três canais televisivos.

O enfoque expressivo que o jornalista apresentador do jornal emite pode ter várias fórmulas, mas é na grande parte das vezes um discurso sério, rigoroso que mantém algum distanciamento com o público e não um discurso coloquial, muito familiar que pode levar a falta de credibilidade. E evita criar qualquer tipo de parcialidade, simpatia para com determinado assunto, que poderia manifestar uma valorização do feito. Os ritmos estão muito ligados com a capacidade de manter a atenção e curiosidade do cidadão. A aposta de jornalistas considerados atractivos pelo público também segue nesta lógica da concorrência. É possível escolher um telejornal pela empatia criada com o jornalista. Aposta-se nos homens e nas mulheres para criar identificação com os dois géneros. Acima de tudo, exige-se ao profissional do programa informativo, rigor, transparência, fluidez expressiva e clareza.

Depois de tratadas todas as regras relativas à organização e estrutura que os noticiários devem possuir, tudo o que sai para o ar é responsabilidade do realizador. É ele que dá todas as indicações sobre as posições das câmaras, os planos a utilizar, a sequência

de imagens, a ligação com outros locais, o som, iluminação, tudo o que chegue a sair no produto final do noticiário.

### **3.6 Considerações sobre o directo e o diferido**

O noticiário televisivo é um programa misto, pode ter notícias em directo, enquanto outras são previamente gravadas e editadas.

Entende-se por relato em directo quando este é transmitido pela televisão ao mesmo tempo em que ocorre o feito, a partir do local onde este se desenrola. Tudo o resto é considerado relato em diferido.

“La conexión en directo para transmitir la información del acto mientras este ocurre otorga la máxima valoración del hecho; es la información televisiva en su grado máximo” (Herreros, 1998, p.489). A utilização do directo prevê uma acrescentada valorização do acontecimento. Só algo com elevada importância justifica o uso do directo e todos os custos e meios necessários à sua concretização. Se o directo se refere a um acontecimento programado, geralmente assistimos a uma peça informativa no noticiário, seguida depois de um contacto em directo para o local dos acontecimentos e neste caso existe toda uma preparação anterior. Nos casos em que acontece o grau máximo de imprevisibilidade o directo é realizado sem grande preparação. Assim que o jornalista chega ao local tenta, de imediato, colocar todos os telespectadores ao corrente do sucedido, sejam acidentes, incêndios, etc.

O recurso ao directo é cada vez mais usado pela televisão portuguesa com vista a surpreender e alertar o telespectador que assiste a acontecimentos que ocorrem nesse preciso momento. “Cuanto mayor es la competitividad más aparecen las conexiones en directo, cada canal quiere ser el primero en anunciar el último detalle, el que se produce en ese instante” (Herreros, 1998, p.489).

A necessidade da televisão mostrar o local, o que acontece nos lugares mais distantes, torna-a num meio de difusão à distância de um acontecimento que está a ocorrer. A televisão consegue romper com os obstáculos do tempo e espaço “consigue,

además, la posibilidad de la multiplicación del mensaje en millones de lugares. Esta es precisamente la técnica y el lenguaje del directo de la televisión” (Herrerros, 1998, p.293).

A possibilidade de registo electrónico de imagens e sons, veio permitir que em qualquer horário se pudesse vislumbrar um acontecimento já ocorrido há algum tempo, a estas notícias chama-se relato em diferido. Assistimos ao acontecimento algum tempo depois de este ter ocorrido. O que permite, por vezes, que cada notícia tenha um tratamento mais elaborado. Assistimos não ao acontecimento em si, mas antes a uma construção da realidade feita pelo jornalista. O relato jornalístico de tudo o que acontece, na realidade, apenas menciona o essencial da informação.

Elaborar notícias que serão transmitidas só algum tempo depois permite seleccionar e hierarquizar a informação a divulgar com maior clareza para o telespectador. Por razões óbvias relacionadas com o processo de produção, o diferido é a forma de transmissão mais utilizada nos telejornais.

O relato em directo prima pela instantaneidade, o telespectador está em contacto com o sucedido “el relato en directo es un presente continuo e ininterrumpido” (Herrerros, 1998, p.294). “El lugar lejano del acontecimiento y la vista y el oído del espectador están en un aquí y ahora conectados por via directa” (Herrerros, 1998, p.294). O telespectador pode, quase mesmo, presenciar os acontecimentos no preciso momento sem ser necessário qualquer comentário do jornalista como a queda de bombas, tiros, derrocadas, etc, é suficiente a imagem que chega através da câmara e o som captado pelo microfone. “La simulación de la simultaneidad (de tiempos), directo, refuerza en el espectador la conexión con la realidad de forma que cualquier discurso por el hecho debe ser percibido como simultáneo (no ha de serlo necesariamente, sólo parecerlo) se torna más verosímil, más real y por consiguiente más creíble” (García, 1992, p.396).

Existem duas características fundamentais do relato directo mencionadas por Herrerros (1998): o imediato e a imprevisibilidade. O imediato implica que não haja manipulação durante os acontecimentos, pelo que o desfecho dos acontecimentos não é previsível. A imprevisibilidade é total, uma vez que nem o telespectador nem o realizador sabem qual será o final de determinado acontecimento. É esta dúvida sobre o

acontecimento, esta tensão permanente, que desperta enorme curiosidade no cidadão e o prende ao pequeno ecrã.

No caso do relato em diferido, o tempo em que se desenrola o acontecimento e o tempo de elaboração coincidem, mas não o tempo da difusão nem da posterior leitura pelo telespectador.

Os relatos em directo podem ser previsíveis, ou seja, acontecimentos marcados em agenda, num lugar, numa dada hora; feitos imprevisíveis, onde nada é conhecido, não está nada preparado, quando se trata de incêndios, terremotos, acidentes, mortes etc. e ainda actos organizados pela emissora. São acontecimentos preparados pelas próprias emissoras, em estúdio ou em exteriores, onde tudo está previsto, os tempos, os entrevistados etc. Quando são acontecimentos marcados com alguma antecedência existe uma maior preparação prévia por parte do jornalista que vai para o local, com toda a documentação que pode ser útil. No caso de um acontecimento imprevisível, o jornal segue para o local com pouca informação, sendo esta depois actualizada através de contactos telefónicos com a redacção, que lhe transmite as últimas informações disponíveis (García, 1992).

O relato em diferido pode ser de dois tipos: relato em directo emitido em diferido, onde o tempo de emissão não coincide com o tempo em que se desenvolve o acontecimento, daí que já se conheçam as consequências, o desfecho final desse feito. Ou relato em directo sintetizado, tem as mesmas características que o anterior sendo que foi trabalhado, ou seja, foi submetido a manipulações, cortes, redução de tempo, seleccionando as partes mais importantes e que melhor resumem o acontecimento.

O relato misto foi a denominação encontrada para definir a combinação de relato directo com o relato diferido. O que acontece é a transmissão de um programa em directo com inserção de partes de programa já gravadas anteriormente que são elaboradas em diferido.

O directo cria uma incerteza em relação ao desfecho final (Herrerros, 1998). O directo sobrevaloriza o acontecimento e acrescenta, para além dos valores de informação, elementos que apelam à emoção, ao dramatismo e ao espectáculo. Esta é umas das razões apontadas pelo maior recurso ao directo. Veremos se este recurso é usado de igual forma

na televisão portuguesa, comparando a frequência com que a televisão do Estado RTP, SIC e TVI, recorrem ao directo.



## **Capítulo IV**

### **Hipóteses e Metodologia**

#### **4.1. Objectivos e hipóteses de investigação**

Dos capítulos anteriores ressalta a importância que a informação televisiva tem na vida dos cidadãos, mas destaca-se também o facto de os noticiários deixarem muitas vezes de lado o mais importante e significativo para se debruçarem sobre acontecimentos com menos interesse público, mas bastante mais espectaculares e emocionais. Se este facto é compreensível nas estações privadas, onde a procura do lucro muitas vezes se sobrepõe à qualidade de informação, no caso da estação pública, RTP, é inaceitável (Lopes, 1999).

Neste estudo foram analisados os alinhamentos dos telejornais das 20 horas com a finalidade de verificar se existiam diferenças entre estes serviços informativos, nomeadamente no que concerne aos seguintes aspectos:

- Tempo dedicado a cada categoria temática (editorias).
- Critérios de noticiabilidade
- Peso relativo dos conteúdos de interesse público e dos de interesse do público
- Tendência dominante nas notícias transmitidas (positivas/negativas)
- Construção da notícia (simples ou complexa)
- Marcas de espectacularidade (promos, directos e exclusivos)
- Personagens que mais aparecem como centro das notícias.
- Notícias de abertura dos jornais.

Os programas em estudo são os principais blocos informativos de cada estação televisiva generalista em Portugal, que ocorrem em horário nobre. Na RTP, será analisado o “Telejornal”, na SIC, o “Jornal da Noite” e na TVI o “Jornal Nacional”. Analisaremos as opções noticiosas de cada jornal televisivo, de modo a confrontar os dados dos três noticiários.

## **4.2. Constituição e descrição do corpus de análise**

Os telejornais dos três canais foram gravados nos meses de Novembro e Dezembro, com a análise a incidir em dias da semana alternados. Na primeira semana foram analisados os informativos de segunda-feira, quarta-feira, sexta-feira e domingo. Na semana seguinte os restantes dias, ou seja, terça-feira, quinta-feira e sábado. O processo foi repetido durante as oito semanas do estudo. Dos 183 noticiários emitidos, 93 foram gravados em DVD, tendo sido visionadas, analisadas e classificadas 2401 peças informativas que totalizaram 61h 40m 08s.

## **4.3 Categorização dos dados**

Para saber as diferenças e semelhanças entre os principais serviços noticiosos, foram estabelecidas algumas variáveis de análise, que depois de relacionadas, permitiram verificar características ao nível dos conteúdos de cada noticiário televisivo.

### **4.3.1 Tempo**

Na variável tempo tivemos em conta a duração de cada peça, calculada em horas, minutos e segundos. Este foi um dado central uma vez que foi a partir desta variável que soubemos quais as categorias temáticas mais importantes em cada canal

### **4.3.2 Categorias Temáticas**

Esta variável permitiu a classificação temática das peças exibidas nos três noticiários. Geralmente as peças são agrupadas em função do tema sobre o qual falam. Definimos estas categorias por ser desta forma que os responsáveis pela agenda das televisões agrupam os temas. A opção por estas categorias prende-se com as classificações temáticas que foram observadas na redacção da SIC, tendo sido acrescentada a categoria “Outras”, uma classificação atribuída por Langer (2000) que contempla os chamados *fait-divers*.

A integração das notícias nas respectivas categorias foi efectuada sempre que apresentavam as seguintes características:

**Política** – Todos os assuntos relacionados com Estado, Governo, medidas governamentais, assuntos parlamentares etc. Todas as actividades que os políticos portugueses desenvolveram dentro e fora do país.

**Economia** – Assuntos relacionados com indústria, comércio, serviços e todo o tipo de acções com influência na estrutura económica

**Cultura** – Arte, Literatura, Cinema, Teatro, Música, exposições, museus, etc.

**Desporto** – Todas as notícias sobre os clubes, jogos, conferências de imprensa com jogadores e/ou dirigentes; reuniões com dirigentes desportivos; eleições para os clubes etc.

**“Outras notícias”** – De acordo com Langer (2000), dentro das “outras notícias” existem os seguintes subgrupos: **“especialmente destacáveis”**, notícias que dizem respeito, especificamente, à “actualização” do ir e vir, os actos, os discursos e o modo de vida das elites institucionais e as celebridades, ou com a apresentação de “trunfos” e logros das pessoas correntes; **“Vítimas”**, notícias relativas a indivíduos em situações adversas e incontroláveis que criam uma deslocação radical dos processos rotineiros da vida diária; **“Comunidades em perigo”**, notícias baseadas em reportagens onde as formas de transtorno e desordem jogam um papel colectivo em vez do individual. O impacto é rápido, a preparação é mínima e os resultados produzem uma confusão imprevista e muitas vezes inexplicável; **“Rituais, tradição e passado”**, são notícias centradas nas comemorações que respeitam à comunidade e de maneira mais geral, às noções de memória sociais manifestadas na rememoração de acontecimentos históricos do passado.

**Sociedade** – Estabelecemos a categoria Sociedade para abarcar assuntos que dizem respeito ao dia-a-dia da sociedade civil, actividades de lazer, eventos. A categoria Sociedade inclui outras subcategorias como a **saúde**, que diz respeito a todos os avanços na medicina, os medicamentos, doenças, greves de médicos ou enfermeiros. **Educação** é a segunda subcategoria incluída em Sociedade e que engloba todos os assuntos relacionados com professores, alunos, auxiliares, escolas, greves, discussões sobre a

situação do ensino. **Justiça** é a categoria que diz respeito a assuntos de tribunais, julgamentos, sentenças, etc. **Segurança** refere-se a rusgas, apreensões, assaltos, controlo da ordem pública, sempre que entrem em actividade as forças de segurança pública. **Ciência e tecnologia** é a categoria que aborda os assuntos sobre os avanços, pesquisas, relacionados com tecnologia, como seja computadores, telemóveis, e ainda todos as pesquisas e descobertas científicas sobre os mais variados assuntos. Na subcategoria **religião** estão assuntos que digam respeito a padres, igrejas e cerimónias.

**Internacional** – Nesta categoria incluem-se os acontecimentos que ocorrerem em território internacional, sejam eles de índole económica, política, desportiva ou cultural.

#### **4.3.3 Notícia de abertura**

A primeira notícia constitui o tema mais importante de cada noticiário, pelo que a sua análise é relevante. No cruzamento desta variável com as categorias temáticas foi possível identificar quais as notícias que mais vezes apareceram como primeira notícia.

#### **4.3.4 Forma**

Nesta variável incluímos o directo (quando a emissão é feita desde o local onde ocorrem os acontecimentos) e o diferido (quando a notícia é vista após os acontecimentos). Esta variável é importante porque é muitas vezes utilizada com fins espectaculares.

#### **4.3.5 “Promos”**

A “Promo” (diminutivo de promoção) é uma chamada de atenção e serve essencialmente para destacar os assuntos mais importantes que serão apresentados mais à frente no telejornal. O recurso às “promos” tem como finalidade manter os telespectadores ligados a esse canal.

#### **4.3.6 Exclusivos**

A variável “exclusivos” contempla as notícias que cada canal apresentou exclusivo do seu canal.

#### **4.3.7 Desenvolvimento de notícias anteriores**

“Desenvolvimento de notícias anteriores” é a variável que vai permitir saber a que assuntos a RTP, SIC e TVI dão mais continuidade.

#### **4.3.8 Conteúdo de interesse público**

Com esta categoria temática pretendemos identificar o número de notícias com implicações, directas ou indirectas, na vida de cada cidadão.

#### **4.3.9 Abordagem positiva ou negativa**

Neste ponto teremos em conta se o acontecimento tem implicações positivas ou negativas para as pessoas directamente envolvidas no assunto. Com esta variável procurou-se encontrar uma tendência em cada canal.

#### **4.3.10 Notícia simplificada ou contextualizada**

Dizemos que uma notícia é simplificada ou contextualizada seguindo a definição de Herreros (1998). De acordo com o autor, o início das notícias deve ser com uma frase breve que desperte interesse. No entanto, enquanto a notícia simples tem apenas um ataque e um desenvolvimento, a complexa tem maior amplitude, podendo haver mais do que um ataque e vários desenvolvimentos. Esta variável, cruzada com a categoria temática, dá-nos ideia da importância atribuída a cada tema, uma vez que maior amplitude significa que se lhe dedica mais tempo, que é mais explicada e contextualizada.

#### **4.3.11 Personagens da notícia**

Com a variável personagens da notícia pretendia saber-se quais as pessoas que mais se destacam em cada uma das categorias temáticas. Foram criadas categorias para as personagens que fossem surgindo: políticos; cidadão comum; empresários; intelectuais; desportistas/dirigentes; artistas; médicos; forças militares e paramilitares e religiosos.

#### **4.4 Tratamento dos dados**

Os dados foram compilados para cada canal, somando os totais diários em cada um dos tópicos analisados e, só depois confrontados os vários resultados da RTP, SIC e TVI. Através da análise detalhada dos noticiários em estudo conseguimos perceber as características específicas de cada canal e o modo como procedem à cobertura dos mais variados assuntos.

## Capítulo V

### Estudo empírico e conclusões

#### 5.1 Resultados e análise

A análise dos noticiários e de cada peça em particular, permitiu-nos responder às várias questões que fomos colocando ao longo da revisão teórica.

Seguidamente apresentamos os resultados obtidos nos vários tópicos, efectuando ainda uma análise desses mesmos dados.

##### 5.1.1 Categorias temáticas dominantes nos noticiários da noite

Os Jornais da Noite são uma grande fonte de informação para grande parte dos portugueses e como tal os conteúdos noticiados revestem-se de relativa importância. As categorias temáticas, elaboradas com base no funcionamento das redacções, permitem saber a que assuntos cada canal dá maior destaque.

*Quadro I – Categorias temáticas*

Total de peças nos três canais						
Categorias Temáticas	Novembro e Dezembro					
	RTP 814	Percentagem	SIC 788	Percentagem	TVI 799	Percentagem
POLÍTICA	196	24,08%	124	15,74%	147	18,40%
ECONOMIA	90	11,06%	99	12,56%	113	14,14%
CULTURA	13	1,60%	31	3,93%	11	1,38%
DESPORTO	77	9,46%	73	9,26%	102	12,76%
"OUTRAS"	64	7,86%	80	10,15%	88	11,01%
SOCIEDADE	216	26,53%	209	26,52%	214	26,78%
INTERNACIONAL	158	19,41%	172	21,83%	124	15,52%

O tema dominante nos noticiários dos meses de Novembro e Dezembro, nos três canais televisivos, foi “Sociedade”.

A RTP foi a estação televisiva que mais notícias elaborou sobre este temática, contabilizando um total de 216 peças. A categoria Sociedade abarca diferentes temas, como definimos inicialmente, assim, do total de 216 peças, 29 dizem respeito ao assunto justiça, e o mesmo número de notícias sobre a área da saúde. O tema educação foi abordado em 21 notícias, 14 foram sobre segurança e temas como tecnologia e religião somaram duas notícias cada. A soma de notícias sobre estes assuntos dá um total de 97 peças, o que permite concluir que, das 216 notícias sobre Sociedade, 119 são sobre modos de vida, situações sociais, gastos ou opiniões da sociedade em geral.

Importa lembrar que foi criada uma categoria que não é habitual neste tipo de classificações: as “Outras” notícias. Esta categoria refere-se a casos, *fait-divers* que estão habitualmente classificados na categoria de Sociedade. Tendo em conta este facto, se tivéssemos colocado as “Outras” notícias na categoria de Sociedade, o número desta temática passaria de 216 para 280 notícias, no caso da RTP. Este número é bem mais elevado do que a segunda temática mais abordada, Política, com 196 peças. O mesmo aconteceria para cada um dos canais privados, o que reforça a ideia de que Sociedade é a editoria com mais peso nos alinhamentos.

Na SIC, das 209 peças da categoria Sociedade, 23 pertencem à subcategoria justiça, 19 a educação, 13 a saúde, 16 a segurança e 5 notícias sobre ciência e tecnologia. O que significa que sobre assuntos relacionados com a vida social foram contabilizadas 133 notícias. Ao contrário da RTP, a SIC tem como a segunda categoria mais noticiada Internacional, com 172 notícias.

A TVI transmitiu 214 peças de Sociedade, 31 foram sobre justiça, 34 sobre educação, saúde contou com 15 notícias e ciência e tecnologia com apenas 1. Esta estação segue a tendência da RTP e, em segundo lugar, aborda os temas políticos.

Apesar de a SIC ser a estação de televisão que passou menos notícias sobre Sociedade, o tempo dedicado a esta categoria foi maior, com um total de 6 horas, 41



minutos e 56 segundos. Por sua vez, a RTP somou 6 horas, 12 minutos e 55 segundos e a TVI dedicou 6 horas, 4 minutos e 6 segundos.

Constatamos que as notícias da editoria Sociedade aumentaram significativamente à medida que se aproximaram o Natal e a passagem de ano.

Confirma-se assim, as teorias abordadas na parte teórica quando referimos que os noticiários seguem uma tendência por temas mais leves, de fácil compreensão, que sejam susceptíveis de interessar todos os telespectadores sem que necessitem de grande contextualização. Também a percentagem de “Outras” notícias confirma a crescente opção por temas que apelam aos sentimentos das pessoas, casos pessoais, acidentes, a denominada informação-espectáculo. Neste âmbito, não se distingue o canal público dos privados.

A categoria de Política assume o segundo lugar das categorias temáticas mais abordadas nos noticiários da TVI e da RTP. Dentro da categoria Política dividimos os assuntos em dois grupos: Governo e Oposição. Em “outros” considerámos todos os que estão ligados à política, comentadores políticos ou ex - políticos que tecem comentários, sem estar, no entanto, ligados, na actualidade, a nenhum partido.

No quadro em baixo vemos a percentagem de notícias sobre Política e como se dividem em termos de Governo e Oposição.

*Quadro II – Classificação da categoria de política*

<b>Subcategorias de Política</b>						
	<b>RTP 196</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC 124</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI 147</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Governo</b>	72	36,73%	50	40,32%	78	53,06%
<b>Oposição</b>	78	39,79%	38	30,64%	47	31,97%
<b>Outros</b>	17	8,67%	17	13,71%	12	8,16%

Ao contrário do que é voz corrente, a televisão pública não favorece o espaço das notícias relacionadas com o Governo: a Oposição surge com mais 6 notícias que o

Governo, incluindo aqui os membros do Governo e os membros do partido que o representam, neste caso o PS.

Os “outros”, como já referimos anteriormente, dizem respeito a políticos, mas que não pertencem nem ao Governo nem aos partidos da oposição. Exemplos disso são presidentes de Câmaras Municipais, comentadores políticos, etc.

No total, a categoria de Política ocupou o tempo de 4 horas 35 minutos e 50 segundos, na RTP. Já na SIC, a mesma categoria teve a duração de 3 horas, 28 minutos e 11 segundos e na TVI, o tema de política, ocupou um total de 3 horas, 33 minutos e 9 segundos nos noticiários de Novembro e Dezembro.

A Política continua a ser um dos temas mais abordado pelos três canais televisivos, o que demonstra preocupação em dar a conhecer as principais decisões e medidas que afectam o país. Essa preocupação é notória principalmente na RTP: a estação de serviço público dedicou quase mais uma hora de emissão que as estações privadas a esta categoria.

Como já se referiu, a RTP não é a estação que emite mais notícias sobre o Governo. Curiosamente, até é a única estação em que a Oposição ultrapassa o Governo em tempo de antena.

### **5.1.2 Personagens mais referenciadas nas notícias**

As notícias têm, regra geral, declarações de determinadas pessoas relacionadas com o tema em questão, sobre o qual estão informadas ou que nele estão implicadas.

Em cada notícia é identificada a personagem central, ou seja, a pessoa sobre a qual o assunto se desenrola, ou quem se pronuncia sobre ele. Analisar esta variável serve para identificar variedade e pluralidade de opiniões nos três canais de televisão.

Estas personagens foram classificadas em diferentes categorias: políticos, (todas as pessoas relacionadas com o mundo da política), cidadão comum (“populares” consultados sobre os mais variados temas), empresários (proprietários de empresas, pessoas ligadas a negócios), intelectuais (investigadores, escritores, etc), desportistas (praticantes, treinadores e dirigentes), forças militares e paramilitares (forças de autoridade e segurança pública), religiosos, médicos e artistas (actores, cantores, etc).

Quadro III – Principais personagens das notícias

<b>Personagens mais referenciadas nas notícias</b>						
Personagens	<b>RTP 632</b>	Percentagem	<b>SIC 532</b>	Percentagem	<b>TVI 500</b>	Percentagem
Políticos	<b>167</b>	26,42%	<b>106</b>	19,92%	<b>137</b>	27,40%
Cidadão comum	<b>234</b>	37,02%	<b>227</b>	42,67%	<b>189</b>	37,80%
Empresários	<b>61</b>	9,65%	<b>38</b>	7,14%	<b>35</b>	7,00%
Intelectuais	<b>37</b>	5,85%	<b>40</b>	7,52%	<b>43</b>	8,60%
Desportistas/Dirigentes	<b>89</b>	14,08%	<b>81</b>	15,22%	<b>65</b>	13,00%
Forças militares e paramilitares	<b>13</b>	2,06%	<b>13</b>	2,44%	<b>15</b>	3,00%
Religiosos	<b>5</b>	0,79%	<b>2</b>	0,37%	<b>6</b>	1,20%
Médicos	<b>12</b>	1,90%	<b>1</b>	0,19%	<b>0</b>	0,00%
Arte e Espectáculo	<b>14</b>	2,21%	<b>24</b>	4,51%	<b>10</b>	2,00%

As personagens que mais vezes aparecem nas notícias dos três principais noticiários da noite são cidadãos comuns, sendo a SIC o canal que apresenta maior percentagem, 42,67%. Em segundo lugar surgem os políticos, principalmente em notícias da TVI que somam um total de 27,40% do total de intervenientes das notícias deste canal.

O facto de cidadãos comuns e políticos serem os principais intervenientes nas notícias portuguesas está directamente ligado com as temáticas mais abordadas nos noticiários, que analisámos anteriormente. Sociedade foi o tema mais noticiado e é, acima de tudo, uma temática onde a personagem principal é o cidadão comum que se pronuncia sobre casos de justiça, saúde, Natal, passagem de ano, iniciativas solidárias, entre outros assuntos.

Tal como acontece com a categoria de Política, que surge no segundo lugar das temáticas mais abordadas, também aqui os políticos são os segundos com maior participação activa na construção de notícias. Geralmente, quando o assunto diz respeito a Política, são consultadas pessoas da respectiva área.

### 5.1.3 A primeira notícia nos noticiários da noite

A primeira notícia é o acontecimento mais relevante do dia para a equipa que coordena o telejornal. A análise destas notícias é um indicador importante na definição da linha editorial dos diferentes canais.

*Quadro IV – Aberturas do jornal*

<b>Primeira Notícia</b>			
<b>Categorias Temáticas</b>	<b>RTP 31</b>	<b>SIC 31</b>	<b>TVI 31</b>
POLÍTICA	12	10	9
ECONOMIA	3	4	7
CULTURA	0	0	0
DESPORTO	0	1	1
"OUTRAS"	5	3	6
SOCIEDADE	9	6	6
INTERNACIONAL	2	7	2

Política foi a categoria temática dominante nas aberturas dos jornais dos meses de Novembro e Dezembro. Esta categoria abriu o telejornal da RTP 12 vezes ao longo das 31 emissões em análise. Na SIC, o mesmo tema foi abertura do Jornal da Noite por 10 vezes e na TVI foi dado maior destaque à política em 9 emissões do Jornal Nacional.

Sociedade foi a segunda temática com mais notícias de abertura na RTP. Já a SIC noticiou por 7 vezes a temática Internacional como primeira notícia, o que manifesta a significativa importância que agenda da SIC atribuiu aos conflitos terroristas vividos um pouco por todo o mundo. Na TVI, Economia foi a segunda temática que mais vezes abriu o Jornal Nacional, abordando geralmente o tema da crise mundial.

São sobretudo assuntos de interesse público que abrem, habitualmente, os noticiários portugueses, não existindo grandes diferenças nas escolhas entre os três canais.

#### 5.1.4 Características das notícias

As notícias são construídas de acordo com um conjunto de regras enunciadas no capítulo III, que apesar de relativamente recentes, são a referência em todas as redacções. Como se disse, a concorrência entre canais fez com que as linhas editoriais sofressem alterações, com uma notória convergência no sentido de espectacularizar cada vez mais a informação. Uma das características da espectacularização é a enfatização do drama, o que empresta às notícias uma carga negativa.

*Quadro V – Notícias positiva e negativas*

	Total Notícias Positivas e Negativas			
	Positivas	Percentagem	Negativas	Percentagem
RTP	348	42,75%	466	57,25%
SIC	355	45,05%	432	54,82%
TVI	317	39,67%	468	58,57%

Nos três canais de televisão predominam as notícias negativas. A RTP transmitiu 466 notícias negativas, 57,25% do total de notícias transmitidas. A SIC emitiu 432 notícias negativas (54,82%) e a TVI lidera as percentagens de notícias negativas com 468 (58,57%).

No caso da RTP, as notícias negativas pertencem, sobretudo, às editorias de Política (133) e Sociedade (113). Já na estação privada SIC foi a Sociedade a registar mais abordagens negativas (107), seguida de Internacional (104). O mesmo acontece na TVI, com 125 peças negativas de Sociedade e 93 de Política.

Política obtém uma grande carga de notícias negativas, principalmente na RTP. Muitos dos intervenientes/personagens das notícias são membros de partidos da Oposição que, na maioria das vezes, apontam falhas ao Governo. O envolvimento do Governo no caso BPN e os problemas com o modelo de avaliação dos professores foram temas predominantes nas agendas televisivas durante este período.

Sociedade foi a temática mais abordada nos três canais, sendo por isso justificável que tenha reunido uma grande percentagem de notícias negativas nos três canais. Julgamentos, casos de saúde, problemas na educação, foram sobretudo temas com abordagens negativas.

De salientar o facto de a SIC não ter Política como uma das categorias com mais notícias negativas, lugar que é ocupado pela editoria de Internacional. Os assuntos noticiados prendem-se com ataques de bombistas e países com situações instáveis, pelo que a abordagem negativa impera nesta categoria. Existe uma tendência deste canal para destacar o drama, as situações trágicas vividas a nível Internacional, a segunda editoria em termos de importância nos alinhamentos da SIC.

### 5.1.5 Notícias simples ou complexas

Apelar à espectacularidade das imagens e ao dramatismo dos sons faz com muitas vezes a informação seja tratada com excessiva ligeireza, de forma rápida e essencialmente simples de entender. Assuntos mais complexos, como Política ou Economia, exigem mais tempo de antena, no entanto, o que o próximo quadro nos mostra é que a maioria das notícias aposta na simplificação. São, em regra, peças curtas restringidas ao essencial da informação, com pouca aposta na contextualização dos acontecimentos anteriores e nas consequências futuras de determinado facto.

*Quadro VI – Notícias simples e complexas*

	<b>Total de Notícias Simples e Complexas</b>			
	<b>Simples</b>	<b>Percentagem</b>	<b>Complexas</b>	<b>Percentagem</b>
<b>RTP</b>	759	93,24%	55	6,76%
<b>SIC</b>	686	87,05%	85	10,79%
<b>TVI</b>	735	91,99%	60	7,51%

Nas três estações de televisão, a esmagadora maioria das peças é feita de forma simples. A televisão do Estado produziu 759 notícias simples e apenas 55 notícias complexas. A categoria temática que reuniu mais notícias positivas foi Sociedade, com 197 notícias simples, seguida de Política, com 186 notícias. Elaboradas de forma complexa foram principalmente notícias da categoria Internacional com 24 notícias. Este facto pode explicar-se porque a análise coincidiu com o período em que decorreram as eleições presidenciais norte-americanas, tendo a RTP destacado uma grande equipa de correspondentes para acompanhar este acontecimento.

Na SIC regista-se a mesma tendência, com 686 notícias simples (87,05% do total dos noticiários) e 85 notícias complexas. As notícias simples são sobretudo de Sociedade (161), o que representa uma percentagem de 77,03%. A categoria temática de notícias

Internacionais ganha, tal como na RTP, como a categoria em que se usaram mais notícias complexas, com um total de 16 notícias, igualmente justificado pela cobertura das presidenciais norte-americanas.

Por último, a TVI apresenta 735 notícias simples e 60 notícias complexas. A maioria das notícias simples é de Sociedade (194 notícias). Ao contrário dos dois canais anteriores não foi na categoria Internacional onde se realizaram mais notícias complexas, mas antes na categoria de Sociedade, com um total de 19 notícias complexas sobre esta temática. Abordou, de forma mais elaborada, temas ligados à justiça, com apreensões e julgamentos mediáticos e as manifestações relacionadas com a educação.

Comprova-se assim a preferência dos três canais por notícias simples e de fácil compreensão. A rapidez necessária para a elaboração de notícias e a tentativa de incluir o maior número possível de peças leva a que a maioria dos assuntos seja tratada de forma leve e sem grande contextualização. São acima de tudo notícias que permanecem pouco tempo no centro das atenções mediáticas, que não merecem um trabalho de investigação muito aprofundado.

Tal como foi mencionado na parte teórica, a informação televisiva rege-se, cada vez mais, pela tirania do factor tempo e pela pretensão de uma eficácia comunicativa, em que a informação deve conter apenas o essencial dos factos e as melhores imagens para ser transmitida e percebida rapidamente pelo maior número de pessoas. Só em situações pontuais um tema merece especial destaque para ser abordado de forma mais aprofundada e serem devidamente explicados e contextualizados todos os factos, abordando as implicações e consequências futuras.



### 5.1.6 Notícias com recurso a directos

O directo é usado quando um assunto tem especial relevância. A emissão segue do estúdio para o local dos acontecimentos como forma de transmitir ao telespectador os últimos desenvolvimentos, o que é uma forma de destacar a importância do acontecimento. O uso do directo tem sido apontado (Herreros, 1998) como um recurso cada vez mais usado em prol da luta pelas audiências de forma a cativar o telespectador.

*Quadro VII - Directos*

Total de Directos por temática em cada canal						
Categorias Temáticas	RTP 42	Percentagem	SIC 39	Percentagem	TVI 32	Percentagem
POLÍTICA	10	23,81%	11	28,20%	4	12,50%
ECONOMIA	0	0%	3	7,69%	2	6,25%
CULTURA	1	2,38%	3	7,69%	0	0,00%
DESPORTO	2	4,76%	3	7,69%	5	15,62%
"OUTRAS"	4	9,52%	1	2,56%	3	9,37%
SOCIEDADE	14	33,33%	10	25,64%	13	40,62%
INTERNACIONAL	11	26,19%	8	21,51%	5	15,62%

A RTP foi a estação que fez mais uso dos directos, tendo seguido 14 acontecimentos de Sociedade e 11 de Internacional. Os protestos dos professores e o caso BPN foram assuntos que mereceram várias ligações em directo para acompanhar os desenvolvimentos. Na categoria Internacional as presidências norte-americanas mereceram especial destaque. Já no caso da SIC foi a Política a merecer mais directos (11), seguida da Sociedade (10) do total de 39 directos utilizados por esta estação de televisão. Por fim, a TVI usou mais directos na categoria de Sociedade (13) num total de 32 directos efectuados no período em análise.

A TVI foi a estação de televisão que recorreu menos ao directo. Existem grandes diferenças de números no que respeita às categorias de Política e Internacional, quando

comparado com o número de directos da RTP e da SIC. O facto de a TVI ter significativamente menos directos na categoria internacional pode ser explicado pela intensa cobertura das presidenciais norte-americanas que, tanto a RTP como a SIC realizaram. O mesmo acontece na Política, onde se realizaram muitos directos, tanto na RTP como na SIC, para saber a posição e as intervenções do Governo no caso BPN onde a TVI não recorreu ao directo.

### 5.1.7 Promos utilizadas ao longo dos jornais

Como foi referido anteriormente, as *promos* são chamadas de atenção para determinado assunto. As *promos* emitidas durante o telejornal são ferramentas que permitem dizer ao cidadão que algo interessante lhe vai ser mostrado mais à frente, o que muitas vezes acontece precisamente na última notícia. É uma forma do telespectador continuar atento à informação.

Quadro VIII - Promoções

Total de Promos por temática em cada canal						
Categorias temáticas	RTP 169	Percentagem	SIC 199	Percentagem	TVI 89	Percentagem
POLÍTICA	29	17,16%	31	15,58%	5	5,62%
ECONOMIA	20	11,83%	14	7,03%	5	5,62%
CULTURA	3	1,77%	12	6,03%	5	5,62%
DESPORTO	16	9,47%	15	7,54%	9	10,11%
"OUTRAS"	15	8,87%	31	15,58%	15	16,85%
SOCIEDADE	56	33,13%	63	31,66%	35	39,32%
INTERNACIONAL	30	17,75%	33	16,58%	15	16,85%

Os dados recolhidos permitem dizer que a SIC é a estação de televisão que mais *promos* coloca nos alinhamentos. No período em análise foram emitidas 199 *promos*, sendo que a grande maioria aconteceu na categoria temática de Sociedade (63). A RTP emitiu um total 169 *promos* e a maioria foi também na categoria de Sociedade. O mesmo

acontece na TVI onde Sociedade conta com 35 *promos* num total de 89 que este canal transmitiu ao longo do tempo de estudo.

A TVI surge com um número de *promos* bastante reduzido em relação à RTP e à SIC uma vez que não utiliza o formato de destaques no início do noticiário. Quando o faz, menciona apenas um ou dois temas e ainda antes do horário do jornal, não sendo portanto contabilizados, daí ser a estação televisiva que utilizou menos *promos*. Na RTP e SIC, para além das *promos* emitidas durante o noticiário, figura um alinhamento onde, antes de iniciar o jornal, são sempre anunciados os principais destaques do dia, que são posteriormente repetidos durante a emissão.

Os números apresentados dizem unicamente respeito às notícias que tiveram *promo*, não sendo contabilizado o número de vezes que a mesma passa durante o jornal.

A concorrência obriga cada canal a utilizar os principais “trunfos” para manter a atenção do telespectador ao longo de todo o jornal, principalmente nos intervalos. Há uma constante preocupação, por parte dos responsáveis do jornal, em fazer chamadas de atenção para os temas mais importantes. Se as *promos* do início do jornal dizem respeito a temas da ordem do dia, quase sempre de interesse público, como vimos anteriormente, já as *promos* ao longo do jornal têm apenas como fundamento manter a atenção e o interesse do telespectador até ao fim do noticiário. Os temas destacados várias vezes ao longo do jornal são noticiados no final do noticiário e são, na maior parte das vezes, assuntos mais leves, positivos e que suscitam curiosidade. Neste aspecto, os três canais actuam, sensivelmente, da mesma maneira.

### 5.1.8 Notícias apresentadas como exclusivos

Cada estação de televisão tem as suas próprias fontes e são elas que dão origem aos exclusivos, uma demonstração da capacidade de cada canal produzir informação em primeira-mão.

Para este estudo considerámos como exclusivo as notícias assim classificadas por cada canal televisivo e não quando uma notícia aparece apenas num dos canais.

*Quadro IX – Exclusivos*

Exclusivos				
Categorias Temáticas	RTP 3	SIC 9	TVI 32	Total 44
POLÍTICA	0	2	2	4
ECONOMIA	0	2	8	10
CULTURA	0	0	1	1
DESPORTO	1	1	1	3
"OUTRAS"	2	4	7	13
SOCIEDADE	0	0	7	7
INTERNACIONAL	0	0	6	6

A TVI destaca-se dos restantes canais com 32 notícias sinalizadas como exclusivo da estação. A SIC tem 9 exclusivos e a RTP apenas transmitiu como exclusivo, ao longo de 31 emissões, 3 notícias.

Estes dados indiciam que a TVI tem maior preocupação com a investigação enquanto a RTP, com apenas 3 exclusivos, se limita a noticiar o que está agendado. A preocupação com o exclusivo é, por vezes, motivada por factores económicos. Divulgar uma notícia que mais ninguém tem, vai chamar mais a atenção do telespectador, que se mantém atento para saber a notícia que aquele canal descobriu. No caso da RTP, o baixo número de exclusivos anunciados pelo canal, pode ser justificada pelo facto de ser uma estação de televisão financiada pelo Estado.

### 5.1.9 Notícias de interesse público

O estudo desta variável pretendia identificar o noticiário das 20 horas que mais se preocupa em criar cidadãos bem informados e esclarecidos, em vez de divulgar assuntos menos pertinentes, mas que são do agrado do público.

*Quadro X – Interesse público*

<b>Conteúdo de Interesse Público</b>			
<b>Categorias Temáticas</b>	<b>RTP</b> <b>571</b>	<b>SIC</b> <b>458</b>	<b>TVI</b> <b>503</b>
POLÍTICA	191	114	126
ECONOMIA	87	86	98
CULTURA	11	22	8
DESPORTO	71	62	94
"OUTRAS"	28	32	21
SOCIEDADE	184	142	155
INTERNACIONAL	-	-	-

A estação de televisão que mais notícias de “interesse público” transmitiu foi a RTP, com 572 (do total de 814), o que representa 70,27%. A SIC é o canal que emitiu menos peças de interesse público, 458 de um total de 788, que representa 58,12%. Por fim, a TVI emitiu 503 notícias em 799, o que representa uma percentagem de 62,95%.

Na RTP, a editoria mais representada nas notícias de interesse público foi Política, com 191 notícias de interesse público do total de 196 notícias nesta categoria. Também na SIC se verifica que é Política a editoria com maior percentagem de notícias de interesse público: 114 notícias em 124 desta categoria. Na TVI, a categoria de Economia tem a maior percentagem de notícias com interesse público: do total de 113 notícias desta categoria, 98 são de interesse público, o que representa 86,72%.

Nesta variável não considerámos a categoria Internacional por ser discutível avaliar se os assuntos internacionais são interesse público para a maioria dos portugueses,

na medida em que, em primeira instância, estes são acontecimentos distantes que no imediato podem não trazer implicações a nível nacional.

A RTP cumpre assim as obrigações de uma estação pública, transmitindo informação importante para a formação dos cidadãos. Sendo financiada pelo Estado, a RTP tem obrigações que parece estar a cumprir, incluindo no seu telejornal notícias de interesse público.

### 5.1.10 Notícias de desenvolvimento

Alguns acontecimentos prolongam-se no tempo e, caso sejam relevantes, obriga os *media* a acompanharem os desenvolvimentos, com o assunto a ser retomado nos noticiários posteriores. A análise destes desenvolvimentos permite saber quais as temáticas mais valorizadas pelos canais.

*Quadro XI – Notícias de desenvolvimento*

<b>Desenvolvimento de notícias anteriores</b>			
<b>Categorias Temáticas</b>	<b>RTP 254</b>	<b>SIC 203</b>	<b>TVI 240</b>
POLÍTICA	108	58	73
ECONOMIA	22	30	47
CULTURA	0	0	0
DESPORTO	9	6	11
"OUTRAS"	14	15	17
SOCIEDADE	57	61	56
INTERNACIONAL	44	33	36

Das 814 notícias divulgadas pela RTP nos meses de Novembro e Dezembro, 254 foram desenvolvimentos de notícias anteriores, com uma percentagem de 31,20% o que manifesta considerável preocupação como o evoluir dos acontecimentos noticiados. A categoria que mais notícias com desenvolvimento apresentou, foi Política.

A SIC somou 203 desenvolvimentos de notícias anteriores, sendo a categoria de Política, tal como na RTP, a que atinge maior percentagem, 46,77% do total de notícias desta categoria. Das 124 notícias de Política, 58 foram desenvolvimentos de acontecimentos anteriores. Do total de notícias que a SIC divulgou ao longo do estudo, 25,76% foram consideradas como desenvolvimento de notícias já apresentadas anteriormente, o que representa a percentagem mais baixa dos três canais televisivos em estudo.

Já a TVI surge com 240 desenvolvimentos de notícias anteriores, o que representa 30,04% do total de 799 notícias transmitidas por este canal. O tema que mereceu mais desenvolvimentos foi Política, com 73 das 147 notícias transmitidas.

Mais uma vez a televisão do Estado demonstra ser o canal que mais importância dá ao desenvolvimento de uma situação já noticiada. A grande maioria dos temas continua a ser noticiado apenas uma vez, no entanto, a RTP revela maior preocupação com o acompanhamento dos acontecimentos.

A TVI surge logo atrás da RTP, acompanhando 30,04% dos assuntos já noticiados anteriormente. Já a SIC surge como o canal que menos importância dá aos desenvolvimentos de um facto noticiado. Estes aspectos comprovam a teoria de que os temas estão no espaço público durante um tempo mínimo, pois o que demora muito tempo, cansa e deixa de prender a atenção (Wolton, 1995) de tal modo que um acontecimento surge apenas num único jornal.

### 5.1.11 Tempo dedicado a cada temática

O facto de uma editoria ter mais notícias no alinhamento pode não significar que o noticiário lhe tenha dedicado mais tempo. Pode haver uma temática com mais notícias, mas de curta duração.

A duração de cada notícia é, como vimos anteriormente, um factor muito importante para determinar a sua importância. No próximo quadro vemos o tempo dedicado a cada editoria ao longo dos meses de Novembro e Dezembro.

*Quadro XII – Tempo das temáticas*

<b>Tempo dedicado a cada categoria temática</b>			
<b>Categoria temática</b>	<b>RTP</b>	<b>SIC</b>	<b>TVI</b>
<b>Política</b>	4h 35m 50s	3h 28m 11s	3h 33m 09s
<b>Economia</b>	1h 51m 59s	2h 13m 21s	2h 37m 05s
<b>Cultura</b>	23m 37s	1h 15m 41s	16m 20s
<b>Desporto</b>	1h 37m 18s	1h 09m 04s	1h 53m 53s
<b>"Outras"</b>	1h 35m 50s	2h 59m 37s	2h 45m 22s
<b>Sociedade</b>	6h 12m 55s	6h 41m 56s	6h 04m 06s
<b>Internacional</b>	4h 07m 13s	3h 41m 15s	2h 35m 45s
<b>Total</b>	20h 24m 42s	21h 29m 05s	19h 45m 44s

Tal como sucedia com a categoria que mais surgiu nos noticiários da noite, também aqui foi Sociedade a categoria temática a que todos os canais dedicaram mais tempo. Durante o tempo em que decorreu o estudo, as estações dedicaram mais de 6 horas a esta categoria. A segunda categoria com mais tempo de antena, na RTP e na TVI, foi Política, o mesmo acontece relativamente ao número de notícias da área.

No conjunto dos três noticiários, a SIC é quem dedica mais tempo às notícias: o seu jornal da noite soma um total de 21h 29m 05s.



Não existem assim grandes discrepâncias entre o número de temáticas e o tempo dedicado a cada uma. A área privilegiada em cada canal com mais notícias é também a que reúne mais tempo de antena e que merece, portanto, mais atenção do jornal.

### **5.1.12 Tempo total do jornal**

Os noticiários são, como já referimos anteriormente, um programa de referência para os canais de televisão. A atenção dedicada pelos telespectadores ao noticiário televisivo pode prolongar o horário de modo a concentrar audiências no maior tempo possível.

*Quadro XIII – Tempo global dos noticiários*

<b>Tempo total dos noticiários</b>	
<b>RTP</b>	27h 10m 0s
<b>SIC</b>	32h 30m 0s
<b>TVI</b>	29h 16m 0s

O canal com maior tempo de emissão do Jornal das 20 h foi a SIC, com 32 horas e 32 minutos de emissão. Foram contabilizados 31 Jornais, pelo que a média de duração do Jornal da Noite da SIC é de 1 hora e 3 minutos. De seguida ficou a TVI com 29 horas e 16 minutos de emissão e em último lugar, com menos tempo de emissão registado, surge a RTP, com 27 horas e 10 minutos de emissão, em 31 noticiários.

A televisão do Estado é a que apresenta telejornais mais curtos (média de 55 minutos), mas ainda assim excede os padrões habituais neste tipo de programas: cerca de 30 minutos. A RTP, divulga assim, no menor tempo total, um maior número de notícias, visto ser o canal de televisão que mais notícias emite (814), mas que em média totalizou menos tempo de emissão informativa.

## Conclusões

Embora a qualidade da informação televisiva seja um tema recorrente na opinião pública, existem poucos estudos portugueses sobre este assunto. Isso obrigou a um trabalho de recuperação e adaptação de instrumentos de pesquisa que permitissem responder às nossas perguntas de investigação. Apesar de todo o cuidado com que procedemos à elaboração e classificação das categorias de análise, reconhecemos que a construção de grelhas e a classificação de unidades noticiosas implica sempre alguma subjectividade. Apesar disso, os dados recolhidos permitem-nos traçar um quadro geral da forma como se processa a informação televisiva nos principais noticiários das 20 horas.

A primeira conclusão deste trabalho é que entre os três noticiários objecto de estudo existe um equilíbrio quanto aos temas noticiados. Tanto a televisão pública como os canais privados optaram por noticiar mais assuntos da área Sociedade, dedicando, aproximadamente, o mesmo tempo de antena a esta temática. O mesmo acontece com a escolha do tema da notícia de abertura, onde RTP, SIC e TVI, privilegiaram o assunto Política.

A editoria de Cultura é a que ocupa menos espaço nas grelhas. O canal que mais tempo dedicou a este tema foi a SIC, nomeadamente nas últimas notícias do jornal. A RTP regista aqui uma falha no cumprimento do verdadeiro serviço público: durante o período de análise, o canal público exibiu apenas 13 notícias contra 31 da SIC.

O tema de interesse público mais noticiado pelas estações de televisão foi a categoria Política, com cerca de 20% do total dos noticiários. No estudo desta variável salienta-se uma das conclusões mais importantes deste trabalho: ao contrário do que é normalmente defendido, a RTP não privilegia as notícias sobre o Governo. No período em análise, a RTP foi mesmo a única estação que dedicou mais tempo à Oposição.

Quanto aos actores sociais que mais intervêm nas notícias constatámos que existe também um equilíbrio. Os principais intervenientes são cidadãos comuns, o que decorre do facto da editoria Sociedade dominar as grelhas. Cada vez mais a informação dá voz ao cidadão, mostrando acrescentada preocupação em ouvir as suas opiniões.

A construção das notícias também obedece a um padrão uniforme nos três canais: todos produzem mais notícias simples e de abordagem negativa. De facto, os assuntos que rompem com a normalidade e que por isso se tornam notícia continuam a ser, maioritariamente, negativos. Procura-se, desta forma, emocionar o telespectador recorrendo ao sensacionalismo fácil através da abordagem, da temática e da imagem. As notícias negativas ocupam mais de 50% do total do noticiário e a velocidade com que se processa a informação faz com que cerca de 90% dos noticiários sejam compostos por notícias simples. Seguem-se assim fórmulas que permitem a construção da notícia de forma rápida, privilegiando a eficácia comunicativa.

Tendo em conta os resultados obtidos, podemos dizer que o noticiário da SIC é o que apresenta mais marcas de espectacularidade. Para além das características já mencionadas, comuns aos três canais, esta estação alia ainda o facto de ser o canal que faz mais uso de *promos*, que menos tempo dedica a notícias de interesse público e que menos preocupação demonstrou com o desenvolvimento de notícias anteriores, sendo ainda a estação que apresenta um noticiário com maior duração.

A TVI, por sua vez, distingue-se pelo recurso aos exclusivos. Jornalismo de investigação é sinónimo de jornalismo de qualidade e a direcção da estação parece apostada em melhorar a imagem junto das classes A e B, apostando no sector da informação. Porém, uma leitura atenta dos resultados permite concluir que a maioria das notícias exclusivas (14) pertence às categorias de Sociedade “Outras” o que significa que a grande maioria dos exclusivos apresentados por esta estação de televisão têm pouco interesse público. São, acima de tudo, informações que despertam a curiosidade do cidadão, assuntos relacionados com a vida privada de actores sociais, envolvidos em assuntos mediáticos. Situações de denúncias de vítimas ou situações irregulares, que pouco valor têm para a formação e desenvolvimento dos cidadãos.

A RTP é o canal que manifesta mais preocupação em transmitir notícias de interesse público, o que é comprovado com o número de notícias de desenvolvimento. A televisão pública mostra, em relação aos canais privados, mais preocupação em noticiar assuntos relevantes, com implicações para o cidadão, o que a leva a acompanhar o desenvolvimento dessas mesmas notícias, colocando o telespectador ao corrente dos

novos desenvolvimentos. Foi também o canal que mais explorou o uso do directo, em especial na cobertura das eleições norte americanas, fornecendo aos cidadãos a actualização dos acontecimentos a partir do local pelos enviados especiais.

Sem grandes diferenças nas opções noticiosas dos três canais televisivos, a RTP mostra ser o canal que pratica uma informação voltada para o “serviço público”. Os operadores privados, nomeadamente a SIC, têm maior preocupação com o “interesse do público”, exibindo notícias menos pertinentes para a vida e desenvolvimento do cidadão em prol de uma informação que satisfaça as curiosidades do público. A necessidade de ser líder de audiências leva os canais privados a seguir caminhos que mais facilmente conduzem ao lucro.

A informação televisiva é a fonte de informação privilegiada para a maioria da população. Apesar dessa importância, os três canais portugueses seguem fórmulas semelhantes que valorizam os interesses económicos em detrimento da preocupação com formação dos cidadãos. Esta uniformização da informação televisiva faz com que os canais utilizem padrões qualitativos que ficam aquém das potencialidades educativas do meio e longe das reais necessidades dos cidadãos.

## **Bibliografia**

- Bourdieu, P. (2001). *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta.
- Brandão, N. G. (2002). *A televisão generalista e a abertura dos telejornais. O espectáculo das notícias*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Canavilhas, J. (1996). *Televisão. O domínio da Informação-espectáculo*. UBI: BOCC.
- Casetti, F, y Chio, F. (1999). *Análisis de la Televisión*. Barcelona: Paidós.
- Correia, F. (1997). *Os jornalistas e as notícias*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Crato, N. (1992). *A imprensa: Iniciação ao Jornalismo*. Lisboa: Presença.
- Cruz, C. (2008). *A telerealidade. Uma abordagem hermenêutica Social da Realidade pela Informação Televisiva de Actualidade*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- García, J. B. (1992). *Proceso de la informacion de actualidad en television*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión RTVE.
- Giordano, E., y Zeller, C. (1999). *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*. Barcelona: Icaria.
- Herreros, M. C. (1998). *Información Audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis.
- Herreros, M. C. (1998.) *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Síntesis.
- Jespers, J. J. (1998). *Jornalismo televisivo*. Coimbra: Minerva. (CA, 457, JES)
- Langer, J. (2000). *La televisión sensacionalista. El periodismo popular y las “otras noticias”*. Barcelona: Paidós.
- Lopes, F. (1999). *O telejornal e o serviço Público*. Coimbra: Minerva.
- Micó, J. L. (2007). *Informar a la TDT: noticies, reportatges i documentals a la nova televisó*. Barcelona: Trípodos.
- Perales, E. B. (1999). *Ética de la comunicación audiovisual*. Madrid: Editorial Tecnos.

- Ramonet, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Editorial Debate.
- Rebelo, J. (1993). *No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal*. *Análise Social*, vol. XXVIII (3º), 122, pp. 653-677.
- Rodrigues, A. D. (1994). *Comunicação e Cultura. A experiência cultural na era da informação*. Lisboa: Presença.
- Sousa, M. H. (1997). *Serviço Público, Televisão Comercial, e a Implementação da Lei: Alguns elementos para o debate*. Universidade do Minho.
- Sousa, J. P. (2000). *As notícias e os seus efeitos*. Coimbra: Minerva.
- Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Teves, V. H. (1998). *História da televisão em Portugal*. Lisboa: TV Guia Editora, vol.1.
- Traquina, N. (ed). (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Vega.
- \_\_\_\_\_ (2000). *O poder do jornalismo. Análise de Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva.
- \_\_\_\_\_ (2002). *O que é - Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Traquina, N., Cabrera, A., Ponte, C., e Santos, R. (2001). *O jornalismo Português em análise de casos*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Wolf, M. (1992). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.

## **Relatórios**

Relatório de Regulação 2006 – Monitorização dos Noticiários Televisivos, consultado dia 10/07/2009 em:

<http://www.erc.pt/index.php?op=conteudo&lang=pt&id=12&mainLevel=12>

Relatório de Regulação 2007 – Monitorização dos Noticiários Televisivos, consultado no dia 10/07/2009 em:

<http://www.erc.pt/index.php?op=conteudo&lang=pt&id=12&mainLevel=12>

## Anexo 1

<b>Total de peças nos três canais</b>						
<b>Categorias</b>	<b>Novembro e Dezembro</b>					
	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	196	<b>24,07%</b>	124	<b>15,73%</b>	147	<b>18,39%</b>
<b>Economia</b>	90	<b>11,05%</b>	99	<b>12,56%</b>	113	<b>14,14%</b>
<b>Cultura</b>	13	<b>1,59%</b>	31	<b>3,93%</b>	11	<b>1,37%</b>
<b>Desporto</b>	77	<b>9,45%</b>	73	<b>9,26%</b>	102	<b>12,76%</b>
<b>"Outras"</b>	64	<b>7,86%</b>	80	<b>10,15%</b>	88	<b>11,01%</b>
<b>Sociedade</b>	216	<b>26,53%</b>	209	<b>26,52%</b>	214	<b>26,78%</b>
<b>Internacional</b>	158	<b>19,41%</b>	172	<b>21,82%</b>	124	<b>15,51%</b>
<b>Total</b>	<b>814</b>		<b>788</b>		<b>799</b>	

<b>Total de Notícias dentro da Categoria de Política</b>						
	<b>RTP</b>	<b>Percentagens</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagens</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagens</b>
<b>Governo</b>	72	36,73%	50	40,32%	78	53,06%
<b>Oposição</b>	78	39,79%	38	30,64%	47	31,97%
<b>Outros</b>	46	23,46%	36	29,03%	22	14,96%
<b>Total</b>	196		124		147	



<b>Total de notícias referentes à categoria "Outras"</b>						
<b>"Outras"</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagens</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagens</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagens</b>
<b>Vítimas</b>	32	50%	37	57%	52	60%
<b>Esp Destacáveis</b>	27	42,18%	28	43,07%	28	32,55%
<b>Comunidades em perigo</b>	2	3,12%	0	0,00%	1	1,16%
<b>Rituais, Tradição e Passado</b>	3	4,68%	0	0,00%	5	5,81%
<b>Total</b>	64		65		86	

<b>Total notícias referentes às categorias em Sociedade</b>						
<b>Temas de Sociedade</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagens</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagens</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagens</b>
<b>Justiça</b>	29	13,42%	23	11,00%	31	27,67%
<b>Educação</b>	21	9,72%	19	9,09%	34	30,35%
<b>Segurança</b>	14	6,48%	16	7,65%	15	13,39%
<b>Saúde</b>	29	13,42%	13	6,22%	31	27,67%
<b>Tecnologia</b>	2	0,92%	5	2,39%	0	0,00%
<b>Religião</b>	2	0,92%	0	0,00%	1	0,89%
<b>Outras</b>	119	55,09%	133	63,63%	112	0,00%
<b>Total</b>	216		209		214	

<b>Personagens mais referenciadas nas notícias</b>						
<b>Personagens</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Políticos</b>	<b>79</b>	14,60%	<b>52</b>	10,72%	<b>65</b>	15,36%
<b>Cidadão comum</b>	<b>231</b>	42,69%	<b>227</b>	46,80%	<b>189</b>	44,68%
<b>Empresários</b>	<b>61</b>	11,27%	<b>38</b>	7,67%	<b>35</b>	8,27%
<b>Intelectuais</b>	<b>37</b>	6,83%	<b>40</b>	8,24%	<b>43</b>	10,16%
<b>Desportistas/Dirigentes</b>	<b>89</b>	16,45%	<b>81</b>	16,70%	<b>65</b>	15,36%
<b>Forças militares e paramilitares</b>	<b>13</b>	2,40%	<b>13</b>	2,68%	<b>15</b>	3,54%
<b>Religiosos</b>	<b>5</b>	0,92%	<b>2</b>	0,41%	<b>6</b>	1,41%
<b>Médicos</b>	<b>12</b>	2,21%	<b>1</b>	0,20%	<b>0</b>	0%
<b>Arte e Espectáculo</b>	<b>14</b>	2,58%	<b>24</b>	4,94%	<b>5</b>	1%
<b>Total</b>	<b>541</b>		<b>485</b>		<b>423</b>	

<b>Primeiras Notícias</b>			
	<b>RTP</b>	<b>SIC</b>	<b>TVI</b>
<b>Política</b>	9	10	9
<b>Economia</b>	3	4	7
<b>Cultura</b>	0	0	0
<b>Desporto</b>	0	1	1
<b>"Outras"</b>	5	3	6
<b>Sociedade</b>	12	6	6
<b>Internacional</b>	2	7	2
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>31</b>

<b>Notícias Positivas</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	62	31,63%	51	41,12%	50	34,01%
<b>Economia</b>	25	27,77%	33	33,33%	24	21,23%
<b>Cultura</b>	12	92,30%	27	87,09%	9	81,81%
<b>Desporto</b>	54	70,12%	51	69,86%	81	79,41%
<b>"Outras"</b>	26	40,62%	35	43,75%	31	35,22%
<b>Sociedade</b>	102	47,22%	101	48,32%	88	41,12%
<b>Internacional</b>	63	39,87%	57	33,13%	34	27,41%
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>42,75%</b>	<b>355</b>	<b>45,05%</b>	<b>317</b>	<b>39,67%</b>

<b>Notícias Negativas</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	133	67,85%	70	56,45%	93	63,26%
<b>Economia</b>	67	74,44%	73	73,73%	89	78,76%
<b>Cultura</b>	1	7,69%	8	25,80%	0	0,00%
<b>Desporto</b>	24	31,16%	26	35,61%	21	20,58%
<b>"Outras"</b>	40	62,50%	44	55,00%	57	64,77%
<b>Sociedade</b>	113	52,31%	107	51,19%	125	58,41%
<b>Internacional</b>	89	56,32%	104	60,46%	83	66,93%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>57,24%</b>	<b>432</b>	<b>54,82%</b>	<b>468</b>	<b>58,57%</b>

<b>Notícias Simples</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	186	94,89%	114	91,93%	142	96,59%
<b>Economia</b>	88	97,77%	95	95,95%	108	95,57%
<b>Cultura</b>	12	92,30%	25	80,64%	9	81,81%
<b>Desporto</b>	75	97,40%	65	89,04%	96	94,11%
<b>"Outras"</b>	64	100,00%	72	90,00%	75	85,22%
<b>Sociedade</b>	196	90,74%	161	77,03%	194	90,65%
<b>Internacional</b>	138	87,34%	154	89,53%	111	89,51%
<b>Total</b>	<b>759</b>	<b>93,24%</b>	<b>686</b>	<b>87,05%</b>	<b>735</b>	<b>91,98%</b>

<b>Notícias Complexas</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	9	4,59%	11	8,87%	5	3,40%
<b>Economia</b>	2	2,22%	1	1,01%	5	4,42%
<b>Cultura</b>	1	7,69%	4	12,90%	0	0,00%
<b>Desporto</b>	2	2,59%	4	5,47%	6	5,88%
<b>"Outras"</b>	2	3,12%	8	10,00%	13	14,77%
<b>Sociedade</b>	17	7,87%	41	19,61%	19	8,87%
<b>Internacional</b>	22	13,92%	16	9,30%	12	9,67%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>6,75%</b>	<b>85</b>	<b>10,78%</b>	<b>60</b>	<b>7,50%</b>

<b>Total de Directos por temática em cada canal</b>						
<b>Categorias Temáticas</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	10	5,10%	11	28,20%	4	12,50%
<b>Economia</b>	0	0%	3	8%	2	6%
<b>Cultura</b>	1	7,69%	3	7,69%	0	0,00%
<b>Desporto</b>	2	2,59%	3	7,69%	5	15,62%
<b>"Outras"</b>	4	6,25%	1	2,56%	3	9,37%
<b>Sociedade</b>	14	6,48%	10	25,64%	13	40,62%
<b>Internacional</b>	11	6,96%	8	21,51%	5	15,62%
<b>Total</b>	<b>42</b>	<b>5,15%</b>	<b>39</b>		<b>32</b>	

<b>Total de Promos por temática em cada canal</b>						
<b>Categorias temáticas</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	29	17,15%	31	15,57%	5	5,61%
<b>Economia</b>	20	11,83%	14	7,03%	5	5,61%
<b>Cultura</b>	3	1,77%	12	6,03%	5	5,61%
<b>Desporto</b>	16	9,46%	15	7,53%	9	10,11%
<b>"Outras"</b>	15	8,87%	31	15,57%	15	16,85%
<b>Sociedade</b>	56	33,13%	63	31,65%	35	39,32%
<b>Internacional</b>	30	17,75%	33	16,58%	15	16,85%
<b>Total</b>	<b>169</b>	<b>20,76%</b>	<b>199</b>		<b>89</b>	

<b>Exclusivos</b>				
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>SIC</b>	<b>TVI</b>	<b>Total</b>
<b>Política</b>	0	2	2	4
<b>Economia</b>	0	2	8	10
<b>Cultura</b>	0	0	1	1
<b>Desporto</b>	1	1	1	3
<b>"Outras"</b>	2	4	7	13
<b>Sociedade</b>	0	0	7	7
<b>Internacional</b>	0	0	6	6
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>32</b>	<b>44</b>

<b>Conteúdo de Interesse Público</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	191	97,44%	114	91,93%	126	85,71%
<b>Economia</b>	87	96,66%	86	86,86%	98	86,72%
<b>Cultura</b>	11	84,61%	22	70,96%	8	72,72%
<b>Desporto</b>	71	92,20%	62	84,93%	94	92,15%
<b>"Outras"</b>	28	43,75%	32	40,00%	21	23,86%
<b>Sociedade</b>	184	85,18%	142	67,94%	155	72,42%
<b>Internacional</b>	-	-	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>572</b>	<b>70,27%</b>	<b>458</b>	<b>58,12%</b>	<b>503</b>	<b>62,95%</b>

<b>Desenvolvimento de notícias anteriores</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	108	55,10%	58	46,77%	73	49,65%
<b>Economia</b>	22	24,44%	30	30,30%	47	41,59%
<b>Cultura</b>	0	0%	0	0%	0	0%
<b>Desporto</b>	9	11,68%	6	8,21%	11	10,78%
<b>"Outras"</b>	14	21,87	15	18,75%	17	19,31%
<b>Sociedade</b>	57	26,38%	61	29,18%	56	26,16%
<b>Internacional</b>	44	27,84%	33	19,18%	36	29,03%
<b>Total</b>	<b>254</b>	<b>31,20%</b>	<b>203</b>	<b>25,76%</b>	<b>240</b>	<b>30,03%</b>

<b>Últimas Notícias</b>			
	<b>RTP</b>	<b>SIC</b>	<b>TVI</b>
<b>Política</b>	1	0	2
<b>Economia</b>	0	0	2
<b>Cultura</b>	8	16	4
<b>Desporto</b>	5	0	3
<b>"Outras"</b>	5	1	4
<b>Sociedade</b>	8	10	10
<b>Internacional</b>	4	4	5
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>30</b>

<b>Notícias Positivas</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	62	31,63%	51	41,12%	50	34,01%
<b>Economia</b>	25	27,77%	33	33,33%	24	21,23%
<b>Cultura</b>	12	92,30%	27	87,09%	9	81,81%
<b>Desporto</b>	54	70,12%	51	69,86%	81	79,41%
<b>"Outras"</b>	26	40,62%	35	43,75%	31	35,22%
<b>Sociedade</b>	102	47,22%	101	48,32%	88	41,12%
<b>Internacional</b>	63	39,87%	57	33,13%	34	27,41%
<b>Total</b>	<b>348</b>	<b>42,75%</b>	<b>355</b>	<b>45,05%</b>	<b>317</b>	<b>39,67%</b>

<b>Notícias Negativas</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	133	67,85%	70	56,45%	93	63,26%
<b>Economia</b>	67	74,44%	73	73,73%	89	78,76%
<b>Cultura</b>	1	7,69%	8	25,80%	0	0,00%
<b>Desporto</b>	24	31,16%	26	35,61%	21	20,58%
<b>"Outras"</b>	40	62,50%	44	55,00%	57	64,77%
<b>Sociedade</b>	113	52,31%	107	51,19%	125	58,41%
<b>Internacional</b>	89	56,32%	104	60,46%	83	66,93%
<b>Total</b>	<b>466</b>	<b>57,24%</b>	<b>432</b>	<b>54,82%</b>	<b>468</b>	<b>58,57%</b>

<b>Notícias Simples</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	186	94,89%	114	91,93%	142	96,59%
<b>Economia</b>	88	97,77%	95	95,95%	108	95,57%
<b>Cultura</b>	12	92,30%	25	80,64%	9	81,81%
<b>Desporto</b>	75	97,40%	65	89,04%	96	94,11%
<b>"Outras"</b>	64	100,00%	72	90,00%	75	85,22%
<b>Sociedade</b>	196	90,74%	161	77,03%	194	90,65%
<b>Internacional</b>	138	87,34%	154	89,53%	111	89,51%
<b>Total</b>	<b>759</b>	<b>93,24%</b>	<b>686</b>	<b>87,05%</b>	<b>735</b>	<b>91,98%</b>

<b>Notícias Complexas</b>						
<b>Categorias</b>	<b>RTP</b>	<b>Percentagem</b>	<b>SIC</b>	<b>Percentagem</b>	<b>TVI</b>	<b>Percentagem</b>
<b>Política</b>	9	4,59%	11	8,87%	5	3,40%
<b>Economia</b>	2	2,22%	1	1,01%	5	4,42%
<b>Cultura</b>	1	7,69%	4	12,90%	0	0,00%
<b>Desporto</b>	2	2,59%	4	5,47%	6	5,88%
<b>"Outras"</b>	2	3,12%	8	10,00%	13	14,77%
<b>Sociedade</b>	17	7,87%	41	19,61%	19	8,87%
<b>Internacional</b>	22	13,92%	16	9,30%	12	9,67%
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>6,75%</b>	<b>85</b>	<b>10,78%</b>	<b>60</b>	<b>7,50%</b>