



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

A estratégia informativa da RTP1 utilizada depois do aparecimento do 1º canal privado generalista. Análise do debate público

Ana Catarina Pereira Viana Silva

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Professor Doutor José Ricardo Carvalheiro

Covilhã, outubro de 2016

Dedicatória

Aos meus pais e à minha irmã,
a minha razão de viver.

Agradecimentos

Um enorme agradecimento aos meus pais que sempre fizeram tudo o que estava ao seu alcance pela minha felicidade. Tudo o que sou, a eles o devo.

À minha irmã, pela paciência, companheirismo, amor e amizade de mais de 22 anos.

Ao Diogo, pelo constante incentivo e motivação ao longo deste ano.

Um especial agradecimento ao meu orientador, o Professor José Ricardo Carvalheiro pela total disponibilidade durante esta caminhada. Sem os conselhos, a ajuda e constante motivação, este trabalho não seria possível.

A todos os que fazem parte da minha vida por me fazerem feliz todos os dias.

Obrigada a todos.

Resumo

O aparecimento dos canais privados em Portugal foi um marco histórico na informação televisão portuguesa. O anúncio de uma maior diversidade de conteúdos, com novas características de difusão, fez antever que o serviço público de televisão não estava preparado para lidar com a concorrência, depois de mais de 20 anos a ser líder isolado de audiências.

As transformações informativas na RTP, com a chegada da SIC, não deixaram a sociedade indiferente e o debate público em torno do tema começou a surgir. Vários foram os grupos da sociedade que tiveram um contributo importante no debate público. Desde jornalistas, a telespetadores, entre 1992 e 1995, a polémica gerada em torno do aparecimento da SIC e das transformações informativas verificadas na RTP, permitiu aos próprios canais uma maior visibilidade para cada um deles.

Esta dissertação pretende analisar, de um modo quantitativo e qualitativo, qual o debate público presente sobre o tema durante e após o nascimento do primeiro canal privado em Portugal.

Numa primeira instância, é feita uma revisão teórica sobre os principais temas tratados no trabalho, como o nascimento da televisão de serviço público em Portugal, e do canal privado. De seguida, na metodologia de investigação são explicados o tema, a pergunta de partida, os objetivos e hipóteses deste trabalho e os métodos utilizados para conseguir chegar à resposta do problema. Nesta parte são ainda explicados todos os processos que decorreram durante a análise dos conteúdos. Por último são feitas as discussões provenientes dos resultados obtidos durante a investigação e explanadas as principais conclusões do trabalho realizado.

Palavras-chave

jornalismo; televisão; informação; RTP; SIC; concorrência; debate público

Abstract

The appearance of private channels in Portugal was a landmark in Portuguese television information. The announcement of a greater diversity of content, with new diffusion characteristics, did foresee that the public television service was not prepared to deal with competition, after more than 20 years being isolated leader audience.

With the arrival of SIC, RTP informative transformations didn't left society indifferent, the public debate on the subject began to emerge. Several were the social groups that had an important contribution to public debate. Since journalists, to the public, between 1992 and 1995, the controversy generated around the appearing of SIC and informative transformations in RTP, allowed channels greater visibility for each of them.

This thesis aims to analyze, from a quantitative and qualitative manner, the public debate on the subject, during and after the birth of the first private channel in Portugal.

In the first instance, a theoretical review is made on the main themes at work, as the birth of public service television in Portugal and the private one. Then, the research methodology explains the issue addressed, the question of matches, goals and assumptions of this study and the methods used to achieve the response of the problem. In this part is also explained all the processes that took place during the analysis of the contents. For last, discussions are made from the results obtained during the investigation and then are explained the main findings of the work.

Keywords

journalism; television; information; RTP; SIC; competition; public debate

Índice

Dedicatória.....	iii
Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract	ix
Índice	xi
Lista de gráficos e tabelas	xv
Introdução.....	1
Parte I. Enquadramento Teórico	5
Cap. 1. Televisão e jornalismo televisivo	7
1.1. Contextualização histórica	7
1.2. Nascimento da televisão em Portugal	8
1.3. Perspetivas teóricas	10
1.3.1 Wolton: a televisão como conhecimento igualitário	10
1.3.2 Bourdieu: a lógica emocional da televisão	12
Cap. 2. TV pública vs TV privada	15
2.1. Media em contexto social	15
2.1.1 Media e sociedade.....	17
2.1.2. Acesso e consumo dos media	18
2.1.3. Media e o Estado	18
2.2. Serviço público e privado de televisão: da origem à atualidade	20
Cap. 3. A informação televisiva	23
3.1. A importância e condicionantes da informação televisiva.....	23
3.1.1. “Valores-notícia”	25
3.2. Fases de produção de conteúdos informativos	26
3.3. A especificidade do direto e os perigos da “informação-espetáculo”	27
3.4. A importância do telejornal e o papel preponderante do apresentador	30
Cap. 4. História da informação televisiva em Portugal: as debilidades do serviço público	35
4.1. O nascimento da radiotelevisão portuguesa (RTP).....	35
4.2. Primeira fase da RTP: o ditador ausente e a informação propagandística	36
4.3. Segunda fase: a informação televisiva “Marcellista”.....	38
4.4. A chegada da tão esperada mudança.....	41
4.5. O aparecimento dos canais privados em Portugal e a guerra aberta à RTP	42
Parte II. Pesquisa Empírica.....	49
Cap. 1. Metodologia e desenho da investigação	51
1.1. Tema e problema	51
1.2. Objetivos e hipóteses	51
1.3. População e amostra	52

1.4. Metodologia da investigação.....	54
1.4.1. Edições Jornal Público- Análise temática como método qualitativo	54
1.4.2. Entrevistas.....	55
Cap. 2. Análise de resultados.....	57
2.1. Edições “Jornal Público”	57
2.2. Entrevistas	67
Cap. 3. Discussão e conclusões.....	71
3.1. Considerações finais.....	74
Referências	77
Anexos	i
Anexo 1. Edições “Público”	iii
1.1. “Vozes” out. 92	iii
1.1.1. 4 out. 92: “Confronto fatal”	iii
1.1.2. 5 out. 92: “A nova grelha da RTP”	iv
1.1.3. 6 out. 92: “Vamos fazer muito melhor que a RTP”	v
1.1.4. 6 out. 92: “Vantagens e desvantagens de um projecto ambicioso”; Editorial “A pequena diferença”	vi
1.1.5. 6 out. 92: “Estratégias da grelha”	vii
1.1.6. 7 out. 92: “Taco a taco; “Aplausos para equipa de reportagem da RTP”	viii
1.1.7. 8 out. 92: “Longe do Canal 1, melhor que a TV2”; “Moniz responde a Rangel” ..	ix
1.1.8. 8 out. 92: “Uma TV culturalmente moderna”	x
1.1.9. 10 out. 92: “Diz-se”	xi
1.1.10. 11 out. 92: “Semana zero do PAP”	xii
1.1.11. 11 out. 92: “Prova de fogo para RTP e SIC”	xiii
1.1.12. 16 out. 92: “SIC não entra nos estádios”	xiv
1.1.13. 17 out. 92: “Peneira SIC”	xv
1.1.14. 17 out. 92: “SIC e RTP lutam pelas transmissões de futebol”	xvi
1.1.15. 25 out. 92: “Uma certa desilusão”	xviii
1.2. “Vozes” nov. e dez. 92; jan. 93; 6 out. 94 e 95.....	xix
1.2.1. 1 nov. 92: “Essa maldita televisão”	xix
1.2.2. 3 nov. 92: “A mim basta-me a SIC”.....	xx
1.2.3. 6 nov. 92: “SIC confundiu salto à vara com salto em altura”	xxi
1.2.4. 1 dez. 92: “Ó tempo volta para trás”	xxii
1.2.5. 2 dez. 92: “A batalha indonésia SIC/RTP”	xxiii
1.2.6. 6 dez. 92: “Televisões em guerra”	xxiv
1.2.7. 6 dez. 92: “Entrevista a Emídio Rangel”	xxv
1.2.8. 6 dez. 92: “Os equívocos e as expectativas.....	xxvii
1.2.9. 6 out. 94:” 2 anos de televisão fast- food”	xxviii
1.2.10. 6 out. 95: “SIC: 3 anos no ar”	xxx
Anexo 2. Entrevistas.....	xxxi

2.1. Entrevista a Maria Alberta Fernandes	xxxi
2.2. Entrevista a Paulo Nogueira	xxxii
2.3. Entrevista a Maria João Figueiredo	xxxiii

Lista de gráficos e tabelas

Gráfico 1: Levantamento conteúdos jornalísticos	57
Tabela 1: Lista de peças do debate público	58
Tabela 2: Contagem “Vozes” (outubro de 1992)	64
Tabela 3: Contagem “Vozes” (nov. e dez. 1992; jan. e 6 out. 1993; 6 out 1994 e 1995)	64
Tabela 4. Relação Vozes/Temas (out. 92)	65
Tabela 5. Relação Vozes /Temas (nov. dez. 92; jan. e 6 out 93; 6 out.94 e 95).....	66

Introdução

Um canal de televisão assume-se como um importante meio de difusão de todo o tipo de informação, presente no dia -a -dia das pessoas, ao entrar diretamente nos lares de milhares de famílias.

Este trabalho pretende dar a conhecer a forma como o nascimento de um novo canal televisivo, num país onde a escolha televisiva era escassa, vem revolucionar o contexto mediático português.

“A estratégia informativa da RTP1, utilizada depois do aparecimento do 1º canal privado generalista. Análise do debate público”, foi o tema que me propus tratar depois de perceber a importância que uma nova possibilidade de escolha televisiva tem num canal profundamente enraizado nas famílias portuguesas. Este estudo passou por várias fases, desde um enquadramento teórico focado nas mais diversas áreas de televisão, até ao tratamento de arquivos históricos ou das palavras de jornalistas que presenciaram um dos maiores acontecimentos televisivos em Portugal: o nascimento da SIC.

Numa primeira parte, este trabalho começou por contextualizar o nascimento da televisão, enquanto revolução mediática em todo o mundo, desde o seu nascimento até aos dias de hoje, mas também mais concretamente a importância do seu aparecimento em Portugal e as vantagens e desvantagens que um aparelho noticioso poderia trazer, dado o contexto político do seu nascimento. Em todo o mundo, foram vários os críticos que se pronunciaram abertamente sobre um aparelho que pela sua potencialidade consegue suscitar paixões e ódios perante argumentos válidos para os dois sentimentos. São também pronunciados alguns dos marcos mais importantes transmitidos em televisão, que pela sua espetacularidade (positiva ou negativa) foram um marco na história das transmissões televisivas.

Já no segundo capítulo foram colocados frente-a-frente, os dois modelos de televisão que imperam em todo o mundo: o serviço público de televisão e o serviço privado. Ao longo dos anos os modelos antagónicos sempre se debateram no espaço televisivo. O serviço público foi perdendo forças e o privado aproveitou-se da sua fragilidade para chegar ao topo. Para perceber melhor o nascimento de uma televisão alienada ao Estado foi feito, numa primeira instância, um estudo centrado na economia política da comunicação, onde o seu autor, Richeri, se debruça sobre a relação entre o triângulo: Estado, sociedade e *media*. De seguida foi feita uma análise mais aprofundada sobre as origens dos dois modelos distintos e a maneiras como se encararam ao longo do tempo.

O 3º capítulo da revisão teórica foca-se na informação televisiva, considerada a mais importante “peça” do jornalismo televisivo, com uma pequena intervenção sobre os componentes técnicos, estruturais e os condicionantes que apresenta. Foi dada importância ao processo de criação de conteúdos jornalísticos, mais concretamente as notícias, desde a análise dos factos, à atuação dos critérios jornalísticos e por último é analisado um dos géneros jornalísticos que mais revolucionou a informação televisiva: o direto. Aqui entraram questões como uma possível “informação -espetáculo” estar cada vez mais associada a este género, com objetivos meramente económicos, quem em nada beneficiam o objetivo final da televisão: o de informar.

A encerrar a contextualização deste trabalho, foi realizada uma apreciação sobre a história da informação televisiva em Portugal, praticamente preenchida por um serviço público que ao longo dos anos se foi debilitando, acabando por ser ultrapassado pelos privados. Aqui foi contada a história da RTP 1, passando pela época de Salazar, não muito convencido pelas potencialidades que um serviço de televisão poderia trazer ao país, até ao governo de Marcello Caetano no Estado português, homem que soube como aproveitar as benesses de um aparelho tão poderoso como a televisão.

Depois de derrubada a ditadura em Portugal e passados vários anos com uma televisão totalmente na posse do Estado, o governo do então primeiro ministro Cavaco Silva vem impulsionar a criação da Lei da Televisão. A abertura televisiva ao aparecimento de novos canais acabou por se revelar uma verdadeira revolução na comunicação portuguesa. A 6 de outubro de 1992, iniciam-se as primeiras emissões oficiais da Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e o que se esperava ser uma maior diversidade de conteúdos e um conjunto de novas oportunidades para o jornalismo televisivo português tornou-se numa verdadeira guerra pelas audiências entre os dois canais. O debate público em torno deste tema começou a surgir ainda antes do aparecimento do novo canal, prolongando-se durante os primeiros anos de SIC.

A segunda parte da dissertação foca-se essencialmente na metodologia de investigação utilizada para resolver o problema aliado ao tema: quais as reações presentes no debate público, relativas às alterações dos conteúdos informativos da RTP1, com o aparecimento da SIC? Para responder a esta questão foi utilizado o método de observação indireta em duas análises diferentes: a primeira a partir da análise de edições do Jornal “Público”, entre 1992 e 1995, com datas previamente escolhidas que se adaptassem melhor ao tema; a segunda, através de entrevistas feitas a alguns jornalistas que viveram de perto o nascimento do canal privado e as repercussões trazidas para a informação televisiva. São jornalistas que trabalharam na estação pública ou privada ou até em ambas.

A análise das edições do “Público”, foi feita através do método qualitativo, método bastante utilizado em estudos de jornalismo, que me permitiu estabelecer parâmetros de análise que

me levaram até às conclusões finais. As entrevistas, foram analisadas individualmente, de forma a retirar as perspetivas de cada um dos entrevistados e analisar o seu contributo para o debate público sobre o tema.

Depois de feita a análise, foram apresentadas e discutidas as conclusões retiradas deste estudo, no último capítulo da dissertação.

Parte I. Enquadramento teórico

Cap. 1. Televisão e jornalismo televisivo

Criticada por uns, aplaudida por outros, a televisão assume-se como um elo fulcral de interação na sociedade atual. Ainda que seja vista por alguns críticos como um meio de comunicação em decadência e ultrapassado por novos meios digitais, como a internet, certo é que o jornalismo televisivo promove a coesão social, novas formas de pensamento e de conhecimento.

Este capítulo pretende enumerar algumas visões positivas e negativas da televisão, citando alguns autores que partilham de uma ou de outra posição, não sem antes dar um breve resumo do nascimento e expansão do audiovisual no mundo e em Portugal.

1.1. Contextualização histórica

O nascimento da televisão depressa se tornou num fenómeno ao nível da comunicação, ao tornar-se, poucas décadas depois do seu aparecimento, no meio de comunicação de massas mais utilizado em todo o mundo. A “caixinha mágica”, como ainda hoje é conhecida, depressa se alastrou pelas casas de milhares de pessoas e permitiu os encontros diários em família, ao final do dia.

Tecnicamente foi em Paris, através do transmissor televisivo da torre Eiffel, que surgiram as primeiras transmissões televisivas oficiais, em 1935. Mais tarde, em Londres, acabou por surgir o primeiro programa televisivo, até que apareceu o conceito de “telejornal”.

Com a rápida evolução do aparelho, a televisão já não passava despercebida e começou a ser temida pela concorrência. Teatros, rádios e cinemas sentiam-se ameaçados pelo avançar deste *médium* que ganhava cada vez mais adeptos.

Com a facilidade de chegar a um grande número de pessoas e de transmitir as mais variadas ideias, a televisão começou a ser valorizada socialmente e politicamente. Foi durante as eleições de 1960, nos EUA, que a televisão conheceu um dos episódios mais notáveis do seu poder político. Depois de uma campanha televisiva, feita através de discursos, entrevistas e debates televisivos, John Kennedy saiu vitorioso e tornou-se presidente dos Estados Unidos. A partir daí, todos os políticos procuraram este meio para fazer as suas campanhas eleitorais e chegar ao maior número de pessoas.

As inovações técnicas foram uma constante na história da televisão e em 1975 apareceu o primeiro canal por cabo nos EUA. O HBO transmitia apenas filmes e representava um aumento do poder do telespetador, ao ter a possibilidade de escolher um canal pago. Com os canais por

cabo, o consumidor passou a ter a possibilidade de ver apenas os conteúdos que lhe interessavam e a escolher o seu canal preferido.

Como se não bastasse assumir-se como o gigante da comunicação, a televisão atingiu um novo marco histórico: a era digital. A televisão aliou-se assim à informática e a pouco e pouco conseguiu adquirir as mesmas funcionalidades que um computador. Assistir a filmes, jogar e até ouvir cd's de música. O espetador tinha total liberdade de escolha nas funcionalidades que pretendia usar na televisão.

Ainda que o seu aparecimento remonte quase há um século atrás, a televisão continua a acompanhar outros meios de comunicação através de uma evolução constante. Porém, o progresso contínuo nem sempre é visto com bons olhos. O facto de a televisão permitir a disseminação de conteúdos para um grande número de pessoas, é visto como algo perigoso que pode moldar mentalidades e influenciar negativamente a sociedade.

Com o desenvolvimento da televisão começaram a surgir inúmeras opiniões e perspectivas positivas e negativas sobre os conteúdos televisivos e a forma como são exibidos. Estas “acusações” contra a televisão começam a surgir na década de 60, e prendem-se, principalmente, com fatores que dizem respeito à sua relativa dependência, a sua tendência e gosto excessivo pelo espetáculo, a sua demagogia, a demasia do seu apelo à emoção, o seu desprezo pela cultura, a exposição de múltiplas violências e as suas preferências pelo entretenimento, em detrimento da informação. (Ruivo, p.6 e 7)

1.2. Nascimento da televisão em Portugal

Em Portugal, com a vontade do governo implantar um serviço público de televisão, começaram a fazer-se as primeiras emissões experimentais de televisão nos anos 50 do século passado, através da Radiotelevisão Portuguesa (RTP). Com a ditadura como forma de poder, a televisão assumia -se em território nacional como um poderoso meio de manipulação e de controlo por parte do estado português. O então Ministro da Presidência, Marcello Caetano, foi o principal impulsionador na formação de um organismo de teledifusão. António Salazar, por outro lado, não foi grande utilizador de serviço de radiotelevisão. Com algum receio da implementação de um organismo que permitia estabelecer um novo processo de difusão de informação, o chefe do governo mantinha os programas e as emissões controladas sob formas de censura.

Ainda que o sucesso e a expansão da televisão em larga escala tenham sido visíveis em todo o mundo, em Portugal o processo de difusão do audiovisual demorou-se um pouco mais.

O novo meio de comunicação foi afirmando a partir de 1957, a sua popularidade incomparável entre todos os media. Todavia, os números de televisores registados comprovam também que a influência e a popularidade do médium nas décadas de 1950-60, e mesmo no início da década de 1970, é um mito. (Torres, 2011:47)

Segundo Eduardo Cintra Torres, apenas os portugueses das classes mais altas que viviam em Lisboa, tinham em casa um televisor. Tal facto traduzia-se em baixas audiências, que muitas vezes não podiam ser contabilizadas corretamente, visto que muitas famílias se reuniam na mesma casa para assistir às emissões.

Com a subida ao poder de Marcello Caetano, todo o processo de censura e controlo político à volta da RTP mantinha o seu propósito de orientação da opinião pública e propaganda do governo. O sucessor de Salazar desde sempre reconheceu as potencialidades da radiotelevisão e quando subiu ao poder não pôde deixar de utilizar as ferramentas de uma televisão controlada pelo estado, ao participar no programa “Conversas em Família”.

“A amálgama resultante de uma programação mais ‘aberta’ com uma informação ainda mais controlada e direccionada teria como objectivo supremo (porventura tão ingénuo como absurdo) aumentar a proximidade entre governantes e governados, como tão exemplarmente demonstrou o próprio presidente do Conselho com as suas ‘Conversas em Família’. (Sousa e Santos, 2003:5)

A 25 de abril de 1974, a televisão foi o meio que mostrou aos portugueses os soldados de uma revolução desejada por muitos. Depois da queda do governo fascista, o Movimento das Forças Armadas adotou medidas relativas aos meios de comunicação social com o objetivo da abolição da censura e do exame prévio. A Lei da Imprensa previa uma das aspirações que motivaram o derrube do governo, liberdade de expressão e de pensamento. Todavia, a televisão não foi desde logo equiparada à imprensa e cedo os revolucionários de abril viram nela um poderoso instrumento de manifestação política.

Ainda que sempre direccionada para o poder político, o canal começou a dar cada vez mais importância aos programas de entretenimento, e em 1977 acabou por transmitir a primeira novela. “*A Gabriela*”, um trabalho de Jorge Amado adaptado para televisão, que na época se tornou tão famoso que ainda hoje é conhecido. Outra das emissões que ficou na história da RTP foi “*A Visita da Cornélia*”, por ser um concurso televisivo, bastante diferente dos difundidos antes da revolução, que apelava às capacidades performativas e criativas das pessoas. O teatro de revista, ainda que mais tarde, assumiu também um lugar importante na grelha televisiva da televisão portuguesa por se direccionar não tanto para as classes altas como era próprio do canal, mas para um público mais abrangente.

Dos anos 70 aos anos 90, a RTP atingiu o auge em termos de influência. Se não beliscasse o poder político, tinha liberdade total para programar, sem constrangimentos financeiros e de concorrência. (Torres, 2011:51)

A RTP assegura o seu monopólio televisivo com o aparecimento da televisão a cores. Programas como “*Festival RTP da Canção*” (1980), ou a primeira novela portuguesa, “*Vila Faia*” (1982), prendem os espetadores ao ecrã e fizeram subir as audiências que atingiram um máximo histórico naquela época. No início dos anos 90, a RTP apresentava o monopólio da comunicação audiovisual, com grande capacidade financeira proveniente dos apoios do Estado. e uma maior abertura jornalística. Todavia, o poder político continuava a ser o grande motor do canal, algo que acabou por se revelar fatal com o aparecimento dos privados.

1.3. Perspetivas teóricas

A televisão e os conteúdos televisivos são cada vez mais alvo de duras críticas por parte de sociólogos, psicólogos, historiadores, etc. Por ser um meio de comunicação de massas, o audiovisual suscita receios, mas também aspirações entre os críticos.

O modo como as pessoas se deixam invadir pelo pequeno ecrã em suas casas, voluntária ou involuntariamente, traduz-se em consequências negativas no modo de pensar dos cidadãos que são influenciados pela tecnologia, sem se aperceberem. Por outro lado, os conteúdos televisivos podem impulsionar o conhecimento, a opinião e a coesão social, ao criarem um espaço virtual onde são discutidos os assuntos mais importantes da ordem do dia. Neste capítulo, pretende-se dar a conhecer os dois lados da moeda. As críticas mais positivas em relação ao que se faz em televisão e as visões mais pessimistas sobre como funciona o audiovisual e aquilo que por ele é transmitido.

1.3.1. Wolton: a televisão como conhecimento igualitário

Torna-se importante, ainda antes de enumerar algumas das diferentes perspetivas sobre a televisão, perceber porque razão ela é considerada um dos meios de comunicação mais poderosos do mundo, alcançando as massas. Dominique Wolton enuncia quatro razões que apontam a televisão como um meio de massas. São elas, económica, técnica, jurídica e política. “Os gastos em televisão, mais concretamente nos equipamentos usados e na produção de programas, são indubitavelmente muito altos. É necessário que haja o retorno financeiro desses investimentos e por essa razão, “a televisão entra diretamente numa economia de massas” (Wolton, 1994:81e82).

Do ponto de vista técnico,” a televisão é um médium de massas que está ligado ao efeito multiplicador assegurado pela difusão (hertziana, cabo, satélite)” (Wolton, 1994:81), o que possibilita a transmissão de imagens para milhões de aparelhos em todo o mundo, sabendo que cada um pode conter mais que um recetor.

Sendo a televisão o meio que melhor consegue chegar às pessoas, e mesmo estando presente em regimes democráticos, desenvolveram-se ao longo da história projetos para sua politização, fomentação da “coesão social e cultural”. Todavia, o controlo político da televisão em regimes democráticos não é alcançável.

Por último, existem leis jurídicas que garantem a todos os cidadãos o direito à informação televisiva, seja ela pública ou privada, como um meio de comunicação imprescindível em sociedade.

Dada a sua complexidade no mundo das comunicações, alguns críticos tentam ao longo dos anos estudá-la e perceber quais as suas consequências em sociedade. Em primeiro lugar, as visões mais positivas - de que Dominique Wolton é um dos expoentes- centram-se na teoria de que através da televisão, o cidadão cria conhecimento e desenvolve-o através da crítica e análise dos conteúdos televisivos, sejam eles de informação ou de entretenimento.

Ela é [a televisão] (...) uma formidável abertura para o mundo, o principal instrumento de informação e de diversão para a maior parte da população, e provavelmente o mais igualitário e o mais democrático. É também um instrumento de liberdade pois todos a ela têm acesso como o desejam, sem terem de prestar contas a ninguém: esta participação à distância, livre e sem imposições, reforça a sensação de igualdade que ela produz e ilustra o seu papel de vínculo social. (Wolton, 1994:69)

Também a teoria do agendamento, criada para perceber de que forma a televisão determina a agenda pública, prevê o poder dos media em colocar assuntos na ordem do dia, ou seja, a sua capacidade de impor temas que promovem a discussão e a partilha de opiniões entre as pessoas. Sendo a televisão um meio de comunicação de peso, através dos conteúdos que partilha, direciona positivamente o público para questões importantes.

Muitos autores partilham a opinião de que a televisão aproxima pessoas. Num mundo tão diferente, o audiovisual aproxima realidades, cria um elo invisível entre pessoas e cria pontos de referência para que elas se possam orientar em sociedade.

(...) os telespetadores encontram na televisão um elo social que lhes pode devolver alguma segurança numa sociedade dispersa e individualizada; que pode celebrar um quotidiano fragmentado; e que pode liga-los a outros iguais a si, embora essas semelhanças nem sempre sejam evidentes. (Lopes, 2011: 62)

A título de exemplo, a novela é algo que cada vez mais reflete acontecimentos ou formas de vida, nos quais a sociedade se revê. As pessoas deixam de se sentir sozinhas no mundo, ao verem o seu modo de vida refletido em televisão e conseguem integrar-se em sociedade.

Voltando-me para algo mais real, existem acontecimentos marcantes na história, transmitidos em televisão, que foram vistos por milhões de pessoas ao mesmo tempo. O 11 de setembro é talvez dos acontecimentos que melhor descrevem a função estabilizadora da televisão. Naquele dia, a televisão permitiu à sociedade compreender o que se estava a passar no mundo, ao transmitir em todas as casas o que estava a acontecer. Os autores Dayan e Katz (1994) definem este tipo de acontecimentos como "cerimónias mediáticas", capazes de promover a coesão social, dada a sua magnitude.

Se a televisão cria conhecimento, promove a opinião e a crítica e impulsiona a coesão social, é também através dela que se desenvolvem novas formas de vida. Nenhum outro meio consegue, em simultâneo, através do som e da imagem, reproduzir conteúdos para as pessoas. Com este poder tecnológico, o recetor das mensagens cria uma nova ligação com o meio de comunicação. Uma relação mais próxima onde o espetador se revê muitas vezes. Os conteúdos televisivos apresentam muitas vezes algo novo, nunca ou raramente visto. Em milhões de pessoas, algumas vão relacionar-se com o que assistiram e vão descobrir que têm algo em comum com outras pessoas, ajudando a criar novos hábitos e novos padrões de vida.

As mudanças provocadas pela televisão também se fazem sentir no que diz respeito ao espaço público e privado. As pessoas já não precisam de locais comuns para se relacionar entre si ou debater temas. As mensagens audiovisuais ajudam a criar espaços virtuais que permitem à sociedade novas formas de interação. Os espaços que outrora eram de carácter privado vão ser substituídos por espaços públicos, abertos a todas as pessoas.

(...) os cidadãos já não precisam de locais físicos para se encontrarem e discutirem assuntos de interesse público, na medida em que o pequeno ecrã instala, em espaços domésticos, tecnologias que criam *ágoras* que nos aproximam de múltiplos e longínquos cenários. (Lopes, 2008: 59)

1.3.2. Bourdieu: a lógica emocional da televisão

Ainda que seja o principal meio responsável por várias transformações positivas para a sociedade, a sua difusão não é muitas vezes vista com bons olhos. Pierre Bourdieu é um dos severos críticos da televisão e dos efeitos desta sobre a sociedade.

Penso, com efeito, que a televisão (...) faz correr um perigo muito grande às diferentes esferas da produção cultural, arte, literatura, ciência, filosofia, direito; creio até que (...) a televisão faz correr um não menor risco à vida política e à democracia. (Bourdieu, 2011: vii)

Segundo o sociólogo, ainda antes de ser iniciada qualquer emissão televisiva, as questões técnicas impõem um determinado conjunto de regras que limitam a atuação de todos aqueles que se exprimem em televisão, sejam eles comentadores, convidados ou jornalistas. Limites de tempo, simplificação do vocabulário usado, escolha de determinados temas em detrimento de outros, são algumas das imposições que Bourdieu enumera criticamente na forma de atuação da televisão.

Quanto à tecnologia associada ao pequeno ecrã, é necessário analisar o poder de manipulação das imagens e da maneira como elas podem muitas vezes distorcer a realidade. Com a imagem, muitas vezes o recetor das mensagens audiovisuais não tem tempo de perceber e formar uma opinião pessoal sobre aquilo que está a ver. As imagens apelam às emoções, aos sentimentos, sem que o espetador se aperceba. É notável que, muitas vezes, aquilo que vemos na televisão não corresponde à realidade.

Muitas vezes, o real não é suficiente. É necessário acrescentar qualquer coisa para se atingir o espetacular, aquilo que choca e que provoca curiosidade. Nesse sentido, Bourdieu critica também o modo de atuação da televisão na luta pelas audiências. É necessário que o canal seja o primeiro a relatar determinado tema, todas as informações contam para acrescentar à peça jornalística, para que ela se torne mais completa em comparação com a concorrência. O desporto ou as catástrofes naturais assumem lugar de destaque em detrimento das questões sociais, algo banal, a menos que se relaciona com alguma tragédia humana. O entretenimento ocupa o lugar da informação porque vende mais. O sensacionalismo aparece de todos os lados sem nos darmos conta.

Algo que também se esconde por detrás dos panos da televisão é a censura, nas suas mais variadas formas. É praticada subtilmente na produção dos conteúdos e, apesar de muitos se aperceberem da sua presença, aceitam-na de boa vontade, aliados ao conformismo e à segurança do seu emprego. Exemplos que Bourdieu enumera, dão conta da nomeação de altos cargos em direções de jornais, ofertas de emprego a jornalistas, que desde logo têm como objetivo ser recompensados. A par das pressões económicas, chegam as políticas, feitas por quem tem poder económico e social.

Questões estruturais, manipulações tecnológicas, económicas e políticas, são alguns dos problemas apontados em televisão. Com consequências positivas e negativas em sociedade, o que é certo é que a televisão continua a registar altos níveis de audiência em todo o mundo, sendo um dos meios de comunicação mais utilizado.

Cap.2. TV pública vs TV privada

Neste capítulo é importante fazer-se uma distinção entre o modelo de televisão pública generalista e o modelo de televisão privada. Da origem até à atualidade dos dois modelos, várias transformações ditaram quem ganharia o duelo entre público e privado.

É precisamente sobre o poder da sociedade nos meios de comunicação e vice-versa que este capítulo assenta a sua base teórica, ao analisar a “Economia Política da Comunicação”. Giuseppe Richeri é um dos autores que se concentra neste estudo e por isso ajuda a perceber as relações entre a sociedade, as empresas mediáticas e o Estado.

Nesta primeira parte são percebidas as razões que levaram o Estado a regulamentar os meios de comunicação e o poder que as empresas mediáticas têm sobre a criação e difusão de conteúdos informativos. Percebe-se também que o acesso e consumo de produtos mediáticos não depende apenas do Estado, mas também do contexto social em que cada um está inserido. Com a globalização verificada nas últimas décadas, a vertente sociedade modificou-se e o Estado e as empresas deveriam saber acompanhar essas mudanças.

A segunda parte do capítulo refere-se mais especificamente à televisão e à forma como os estados europeus não souberam renovar e revitalizar a televisão pública, deixando-a em ruínas. As empresas privadas aproveitaram o facto para proporcionar aos consumidores mais e melhores opções, o que lhes permitiu chegar ao “reinado” da indústria televisiva, desde os anos 90.

2.1. Media em contexto social

O carácter e funcionamento dos media são aspetos cruciais pois é através deles que se desenvolvem importantes contributos para o funcionamento e estrutura da sociedade.

They have an impact on the functioning of democracy and public institutions, on individuals' work and living conditions, on the construction of identity, on the inclusion and the social participation of every citizen in his or her own community of reference, and the inequalities and the imbalances of its components. (Richeri, 2014: 129)

Torna-se, no entanto, um desafio cada vez maior estudar a relação dos media com a sociedade, e o indivíduo em particular, dadas as constantes mudanças verificadas nos processos mediáticos, provocadas por vários domínios da sociedade.

Trata-se de um ciclo vicioso que é analisado através do estudo sobre a relação entre a indústria dos meios de comunicação com a sociedade, as formas de acesso e consumo dos produtos e serviços mediáticos e a forma de regulamentação do Estado e das instituições estatais feita nestes serviços.

Giuseppe Richeri (2014) define “media” como “a sector of activity made up of two distinct components, which can be managed by different subjects but are functionally integrated.” Um desses componentes traduz-se nas atividades que permitem a criação de conteúdos informativos, destinados para os mais variados setores da sociedade. Por outro lado, o autor também considera media como o veículo responsável por divulgar os conteúdos informativos.

O primeiro componente é assegurado por valores económicos e culturais que influenciam significativamente a produção de informação. O segundo, depende do desenvolvimento tecnológico que permite uma distribuição e partilha de informação através de suportes de transmissão cada vez mais desenvolvidos.

The two components, both the content and the vehicle, have distinct financial-productive characteristics and functions, which are in constant evolution and which also influence each other, but have to be presented in an integrated manner, so as to constitute a single product service at the point of consumer use. (Richeri 2014: 130)

Ao longo das duas últimas décadas, vários fenómenos de considerável importância modificaram a relação dos media com a sociedade. (Richeri, 2014) A globalização veio provocar mudanças económicas, políticas, culturais e sociais em todo o mundo. Com a vaga massiva de migrações, novas noções de território foram adquiridas, foram adotadas novas formas de partilha de experiências, instauradas por novas formas de sociabilidade.

Economicamente, as empresas debateram-se com novos desafios, riscos e oportunidades. Os novos mercados alteraram o funcionamento dos media e concederam-lhe novas formas de difusão, consumo e partilha. As formas de regulamentação dos media sofreram também alterações a nível mundial.

This outline is sufficient to show the renewed relevance of research into the evolution of the relationships between the media system and the social system, and in particular, the relationships between processes of production, distribution, and consumption of media, the processes and reproduction and transformation of social relationships, and the role of the state. (Richeri, 2014: 131)

Estas relações de influência merecem particular interesse por parte de uma corrente de estudos, a “Economia Política dos Media”, dentro da qual o professor Giuseppe Richeri deu

especial destaque às relações entre empresas mediáticas, o público e o Estado, vistas não só como elementos singulares, mas como frações que interagem entre si.

No seu contributo para a “Economia Política dos Media”, Richeri destaca três importantes assuntos que devem ser estudados para perceber a relação entre a sociedade e os media. São eles, o contributo das empresas no processo de difusão e criação de informação, a forma como esses produtos são consumidos pelo público, tendo em conta as condições de acessibilidade, influenciadas por questões sociais e, por último a regulamentação e suporte dos media por parte do Estado e das empresas, tendo em conta princípios de governamentação democráticos.

2.1.1. Media e sociedade

A indústria mediática tem sofrido significativas alterações, provenientes de um crescimento acentuado das empresas e de uma tendência evidente de contínuo crescimento.

The constant growth of the media market corresponds to a constant growth in the size of enterprises through an intense flurry of acquisition and mergers, leading to the formation of some large groups capable of exercising great influence on domestic and international markets. (Richeri, 2014:131)

A vaga de aquisições e fusões de grandes empresas iniciou-se nos anos 90, nos Estados Unidos, com a fusão da empresa “Time Inc.” com a empresa “Warner Communication” por 14 biliões de dólares. (Richeri, 2014)

Com vários setores de atividade inseridos na mesma empresa, ela passa a controlar os meios de produção, difusão e consumo em vários meios de comunicação, o que lhe concede o monopólio no mercado mediático.

O autor dá como exemplo algumas empresas ou grupos empresariais que controlam mais de metade da indústria mediática. É o caso da indústria cinematográfica, que é controlada em, mais de 65% por Hollywood e o caso da indústria musical, controlada em 70% por quatro empresas: as americanas *Warner* e *Universal*, a britânica *EMI* e a japonesa- alemã *Song-BM6*. (Richeri, 2014, cit. Miller et al. 2001, Wasko 2003).

Com este crescimento, torna-se importante analisar as transformações que o desenvolvimento da indústria mediática trouxe para a produção, difusão e consumo dos produtos.

2.1.2 Acesso e consumo dos media

O acesso e consumo dos media não pode ser visto uniformemente em sociedade. É notório que nos países mais desenvolvidos as condições são bem diferentes do que aquelas existentes nos países em desenvolvimento. Richeri destaca três condições para um consumo e acesso plenos de informação. A primeira condição diz respeito ao nível intelectual. É necessário que o utilizador tenha competências linguísticas, literárias e tecnológicas para conseguir compreender a informação recebida. Por exemplo, no caso dos jornais, é necessário conhecer e dominar a língua materna de um determinado país, para conseguir ler as notícias exibidas. A segunda premissa baseia-se nas condições tecnológicas em que está inserido o consumidor. É necessário que o utilizador tenha acesso a uma rede hertziana ou de fibra para que possa consumir a informação. Por último, a condição económica que pode condicionar as anteriores. No caso da informação digital, é indispensável o acesso à internet, o que implica muitas vezes o pagamento desse serviço.

Estas condições são muitas vezes um entrave aos cidadãos mais desfavorecidos ou que vivem em países em desenvolvimento. Uma vez mais, a sociedade influencia significativamente estas condições e mesmo em países desenvolvidos estes requisitos não estão distribuídos uniformemente.

Media consumption is socially conditioned because it comprises an activity or “work”, based, among other thing, on the attitudes and skills of an individual (Bordieu1979, citado por Richeri, 2014), which are, to a large extent, socially determined. (Richeri, 2014)

2.1.3 Media e Estado

Todos os governos democráticos reconhecem a importância que os meios de comunicação exercem, em sociedade. Com tal relevância, é necessário criar mecanismos que garantam a regulamentação das indústrias mediáticas de cada país, de forma a assegurar legalmente uma distribuição justa de informação livre e ao alcance de todos, bem como uma garantia da qualidade dos produtos informativos. Todavia, com a constante evolução social, nem sempre é fácil assegurar os objetivos do Estado no que concerne aos meios de comunicação. As necessidades alteram-se e as empresas vêem-se cada vez mais envolvidas num mercado em constante expansão, onde se torna difícil combater a concorrência.

Considering the ongoing concentration processes, the state should update its regulation instruments in two areas in particular. The first one concerns the ownership of media and its influence on content, since the concentration of ownership can lead to abuses in the financial and political fields. The other is market concentration, which can limit pluralism of information, of viewpoints, of cultural types and expressions. (Richeri, 2014:135)

O autor acaba por enumerar mais duas áreas sobre as quais o Estado deve atuar. Uma terceira área, respeitante aos suportes da indústria mediática, como por exemplo jornais, revistas, ou televisões, com o objetivo de serem regulamentados pelo Estado ou por um conjunto de países, como a União Europeia. Por último, uma atuação que permita reunir um conjunto de condições de acesso aos vários meios de comunicação.

Pela necessidade de estar sempre a par das modificações na sociedade e as alterações das necessidades dos cidadãos, o Estado é alvo de várias análises e críticas relativas ao seu procedimento enquanto “protetor” dos media. Um dos julgamentos mais conhecidos baseia-se no facto do Estado apenas atuar no sentido de obter metas económicas positivas, estimulando a concorrência entre as empresas. Tal situação vem complicar-se quando não são atingidos os níveis propostos em empresas locais ou nacionais, muitas vezes devido à internacionalização dos media. As empresas locais não conseguem competir com empresas multinacionais nos mercados internacionais, o que se verifica principalmente com a rádio e televisão estatais europeias.

Mais especificamente em televisão, alguns canais representados pelo Estado são cada vez mais alvo de críticas por se assemelharem a canais de empresas privadas. Devido às dificuldades económicas as empresas públicas direcionam cada vez mais os conteúdos com um objetivo comercial que traga bons retornos financeiros. A publicidade torna-se cada vez mais uma fonte de rendimento, bem como os direitos de autor. Contudo, esta crise emergente deve-se também às transformações tecnológicas que marcaram os últimos anos. A digitalização tornou possível uma multiplicação acentuada de canais de televisão, o que aumenta a concorrência entre canais privados e canais públicos, bem como uma divisão acentuada dos consumidores. Tal facto vem modificar a atuação do Estado na indústria mediática, mais concretamente na televisiva e radiofónica, tal como em alguns princípios base na regulamentação desses serviços.

Segundo Richeri, para a resolução destes problemas é necessária uma análise continuada das relações entre a indústria mediática, a sociedade e o Estado, de forma a tentar perceber se os passos a seguir serão os mais acertados para no futuro alguns problemas e crises poderem ser evitados.

2.2. Serviço público e privado de televisão: da origem à atualidade

Dadas as importantes influências do Estado nos meios de comunicação, referidas no ponto anterior, torna-se agora relevante focar o estudo dessas influências, especificamente em televisão, contrastando com o modelo privado que se foi afirmando ao longo dos anos.

Já se conhecem algumas das fragilidades que a televisão pública atravessa atualmente, mas é necessário ir ao fundo da questão para perceber como é que o serviço privado conquistou os espetadores e deixou para trás uma televisão pública destruída e esquecida.

Um pouco por todo o lado, o modelo de televisão pública esboroou-se, desvitalizou-se, para não dizer desmoronou-se, em proveito de um entusiasmo angélico pela televisão privada, subitamente tornada de todos os encantos perdidos pela televisão pública. (Wolton, 1994:22)

Na origem do serviço público de televisão, predominante na Europa do pós-guerra, haviam estado o medo, a negação do domínio comercial e a democratização. Um meio de comunicação tão poderoso, influenciável e tão perto do povo, provoca o medo daqueles que se encontram no poder e por isso havia a necessidade de criar um mecanismo que pudesse seguir de perto a televisão e servisse os interesses dos governos de alguns países. Ao consumirem os produtos do Estado, as classes médias mantinham-se controladas politicamente e ideologicamente, o que era menos um problema para o Estado. (Torres, 2011). Outros, não viram com bons olhos a privatização de canais na América do Norte e por isso recusaram-se a aderir a um modelo centrado principalmente no mercado e na obtenção de lucro. Por último, o objetivo de democratizar a sociedade, ao informar segundo ideais culturais igualitários e sem custos, o que apenas era conseguido através do modelo de televisão pública, neste caso defendido por historiadores, escritores e outros intelectuais, que hoje continuam a manter estes argumentos, como é o caso de Goulart Brandão em Portugal.

Deste modo, a televisão generalista pública deve garantir, através das suas programações, o pluralismo e o acesso da diversidade ao ecrã, garantir a língua, a cultura e a coesão nacional. Deve assim ser um ponto de referência para todos os membros do público e um factor de coesão social e de integração de todos os indivíduos, grupos e comunidades, dando uma enorme importância na formação, informação e até no entretenimento das pessoas, em que a qualidade das suas emissões é determinante. (Brandão, 2002:20)

A televisão pública europeia apresenta valores direccionados sobretudo para o cidadão, para que ele tenha acesso a toda a informação. Na América do Norte, mais concretamente, os objetivos passam por obter os melhores retornos económicos, através de uma política de mercado.

Na Europa, a televisão pública baseia-se na necessidade de várias opções para satisfazer as necessidades de todos os consumidores, a fim de fomentar a diversidade de oferta, a cultura nacional e internacional e o desenvolvimento das relações sociais. Contudo, a diferença que mais se destaca entre os dois modelos é o modo de regulamentação de um e outro. A política, mais especificamente o Estado, são os grandes mentores e impulsionadores do serviço público televisivo europeu. A televisão americana pública (PBS), mais recente que os canais privados, depende apenas das oscilações de mercado. Na Europa, à exceção da Inglaterra (que abriu um canal privado logo em 1954), todos os países servem o modelo da televisão pública regulamentada pelo Estado e dirigida para todos os cidadãos.

A partir dos anos 50, é notável o poder que a televisão pública detém no panorama audiovisual. Em vários países europeus, o serviço público de televisão controlava cada aparelho televisivo nacional e por isso detinha também sobre a população o poder de “educar-informar-entreter”. (Torres, 2011)

Em “Elogio do Grande Público”, Dominique Wolton enumera três épocas cruciais da história do serviço público de televisão. Na primeira época, “1950-1970: O domínio do modelo de serviço público” é notável a vontade do Estado controlar o meio de comunicação mais poderoso da época e as orientações culturais e sociais que ditaram uma fase de ouro para o serviço.

O período segundo é, na visão de Wolton 1970-1980, o que ele considera de “confronto dos dois modelos”. Nesta época, a evolução técnica trouxe, tanto para a televisão, como para os restantes meios de comunicação, um vasto leque de novas oportunidades de difusão e partilha de informação. O êxito da televisão pública, aliado a novas oportunidades televisivas aumentou a necessidade de novas ofertas para o público, que ansiava por mais e melhor. A televisão pública não foi capaz de responder a essas necessidades e mantinha-se atrasada em relação ao avanço da sociedade.

(...) perante a reticência da televisão pública em se abrir e renovar, é que o público, inicialmente bastante fiel, começou a sonhar com o fruto proibido. A consequência disso foi a crispação ainda mais forte do controlo político sobre a televisão e uma transformação do discurso sobre a televisão de serviço público numa retórica oca, desligada do real. (Wolton, 1994:27)

A progressiva falta de atuação da televisão pública provoca a última fase. “1980-1990: A reviravolta.” Em 30 anos, a opinião pública foi mudando e a televisão pública não conseguiu acompanhar essas mudanças. As empresas privadas aproveitaram tal facto para investir no audiovisual com o objetivo de agradar aos consumidores. Numa tentativa desesperada de combater o avanço dos canais privados, a televisão pública procurou desenvolver uma política idêntica à dos canais privados, assente na publicidade e nos lucros financeiros.

(...) a mesma obsessão pela audiência, a mesma redução da diversidade de programação, a mesma diminuição dos documentários científicos, culturais e sociais; o mesmo aumento da dimensão de “espetáculo” da política...” (Wolton, 1994:29)

Na década de 1990, o serviço público de televisão europeu encontrava-se em ruínas. Em países como a França, os problemas financeiros levam a televisão pública a subsistir através de uma taxa paga pelos franceses e através da publicidade. A programação está completamente desviada dos princípios que orientam a televisão pública e focada no combate à concorrência.

Perspetivando globalmente a situação dos operadores públicos de televisão, confrontamo-nos com um panorama audiovisual confrangedor. Acumulação de dívidas, uma grelha de programação que mais parece um clone dos canais privados, parcialidade no tratamento de assuntos políticos- eis um retrato que poderia aplicar-se à RTP, à RTVE, à RAI, à ARD, à France 2 e 3 e até mesmo à, por tradição, intocável BBC. (Lopes, 1999:1)

Para se ultrapassarem as dificuldades que ainda se mantêm atuais, devem ser criadas medidas no domínio da tecnologia, dos conteúdos e principalmente ao nível económico, para que o serviço público de televisão não desapareça completamente daqui a poucos anos.

Cap.3. A informação televisiva

Este capítulo centra-se no estudo da informação televisiva, com as suas condicionantes, técnicas, componentes e estruturas. Numa primeira fase é descrita a importância da informação em contexto televisivo, passando pelas várias condicionantes a que esta está sujeita, técnicas e humanas, e pelas manipulações que, voluntária ou involuntariamente, são feitas e que culminam na construção de uma nova realidade. São também estudadas as formas e mecanismos utilizados na criação dos conteúdos e as fases que se apresentam até à exibição das notícias, dando destaque aos critérios jornalísticos utilizados na hora de decidir quais os acontecimentos que devem ser noticiados.

Mais tarde, é feita uma apreciação sobre a importância do direto e as potencialidades que este pode oferecer na criação de uma informação-espetáculo, motivada por questões comerciais e económicas.

Por último, e mais concretamente, é feita uma análise geral do telejornal, a sua estrutura, as técnicas mais utilizadas de organização, e o papel preponderante do apresentador, ao ser o principal rosto da informação exibida.

3.1. A importância e condicionantes da informação televisiva

A televisão tem por excelência o poder de exhibir, num formato audiovisual, factos ou acontecimentos, que são escolhidos por jornalistas, mediante vários critérios. A informação televisiva é assim o conjunto de acontecimentos que, pela sua importância, são exibidos em televisão.

A informação televisiva assume extrema importância, pois a partir dela é criada uma nova realidade sobre o que se passou, pela maneira como é transmitido aos olhos da televisão e pelo conjunto de técnicas utilizadas na sua exibição.

La información es un proceso de análisis, valoración, interpretación y tratamiento de la realidad constituida por hechos, ideas y datos cuyo resultado puede ser transmitido o almacenado. La realidad se presenta com unos signos perceptibles sensorialmente. Requiere una lectura que interrelacione los diversos sistemas significantes que aparecen en torno al suceso. Sólo después de este paso se podrá elaborar una versión fehaciente de lo ocurrido, o mejor dicho, de lo que el informador ha leído de la realidad. (Herreros, 1998:39)

O jornalista, a imagem, o som, o cenário, tudo isso contribui, ainda que muitas vezes involuntariamente, para a construção de uma nova realidade sobre o ocorrido.

(...) qualquer processo de comunicação, sobretudo quando é mediatizado, é caracterizado por interpretações várias, resultantes das valorações pessoais dos emissores e dos recetores. No caso concreto da televisão essa distorção interpretativa é exponencialmente maior, na medida que é um meio que recorre a um discurso tríptico, denominado por áudio-scripto-visual sujeito ainda a operações técnicas que interferem na sua significação. (Cruz, 2008:140 e 150)

Cé Brian Herreros, afirma que os processos técnicos utilizados alteram, naturalmente ou artificialmente, o significado da realidade. Esta passa assim a ter três visões: “una realidad natural, una realidad percibida y una realidad informativa” (Herreros, 1998:41) Esta manipulação nem sempre é feita despercebidamente, mas há quem sustente a ideia de que as manipulações naturais, causadas pelos suportes técnicos utilizados, são muitas vezes uma desculpa para as manipulações voluntárias.

Todo o processo, natural ou involuntário, técnico ou humano, afeta diretamente os recetores e a questão que se coloca baseia-se na possibilidade destas manipulações afetarem positivamente ou negativamente a sociedade. Por um lado, a tecnologia presente na informação televisiva permite uma maior quantidade e diversidade dos conteúdos, o que por vezes se traduz num atrofio de informação, onde muitas vezes se torna difícil para o espetador assimilar tanta informação existente. Por outro lado, uma maior diversidade de conteúdos expõe vários setores da sociedade, o que permite a troca de experiências e o desenvolvimento social.

La técnica de la información televisiva no sólo es espejo, sino también motor del cambio. La información televisiva, obstructora a veces de concepciones realistas o dinamizadora de la sociedad, cumple una función de instrumento de integración, desarrollo social, y de vivificación de la comunicación social, para una mayor participación en el desarrollo colectivo. (Herreros, 1998:41 e 42)

Noutro ângulo, não da perspetiva do espetador, mas sim do jornalista, importa perceber quais as condicionantes do profissional e as influências a que este está sujeito. A vida profissional e muitas vezes aspetos pessoais do jornalista afetam a atuação do mesmo.

Do ponto de vista profissional, o jornalista está sujeito a critérios jornalísticos que o obrigam a fazer uma escolha de notícias em detrimento de outras. Também a ética profissional e deontológica, intervêm no seu trabalho e na forma como são produzidos os conteúdos. Do ponto de vista pessoal, questões como “edad, sexo, educación, classe social, vinculaciones o inclinaciones politicas y religiosas, situación económica, entorno cultural.” (Herreros, 1998:43) podem afetar o modo de atuação do jornalista.

Cébrían Herreros formulou um conjunto de níveis de “hierarquização profissional” que vão também condicionar a produção informativa.

Num primeiro nível, encontram-se os “controladores del medio”. No topo da pirâmide predominam as entidades reguladoras da televisão ou do jornalismo em geral, para onde são enviadas muitas vezes queixas relacionadas com conteúdos exibidos ou com a infração de pontos do código deontológico do jornalista ou da lei televisiva. Neste nível, estão também inseridos os diretores-gerais de um programa informativo, responsáveis pelas decisões mais importantes na linha editorial do programa.

“Un segundo nivel formado por los especialistas, técnicos y por los propiamente profesionales del periodismo” (Herreros, 1998:44). É a este nível que são concebidos os programas, através dos repórteres de imagem, jornalistas, equipa de realização, produção e execução do programa.

Por último, encontram-se os apresentadores responsáveis por “fazer a ponte” entre a notícia e o espetador. São eles que, através do som e da imagem levam a informação ao recetor. “Los mediadores presentadores se convierten en los plasmadores directos de la imagen publica o corporativa que ofrece cada medio audiovisual. Precisamente son elegidos en función de este planeamiento” (Herreros, 1998:44)

3.1.1. Valores-notícia

Sabe-se que nem todos os acontecimentos são dignos de ser noticiados. Canavilhas (2001) afirma que não são apenas os condicionantes técnicos e humanos que afetam a criação de notícias. Existe um conjunto de valores/notícia que vão determinar se um acontecimento apresenta uma determinada característica que o permite transformar-se em notícia:

“o momento do acontecimento” - A instantaneidade e a rapidez são critérios principais do jornalismo informativo televisivo. Quanto mais rápida chega a informação, maior é a probabilidade de esta ser noticiada.

“intensidade” - Se é algo estrondoso, que afeta vários níveis da sociedade e não só, deve com certeza ser noticiado.

“clareza” - Para algo ser noticiado não devem existir dúvidas acerca da veracidade do acontecimento.

“proximidade” - Se o acontecimento é próximo da área territorial do canal televisivo, tem o direito e dever de ser noticiado.

“surpresa” - Os conteúdos que causam maior surpresa nos espetadores são aqueles que lhes suscitam também maior interesse.

“continuidade” - Se algo é noticiado anteriormente, as suas repercussões têm uma grande probabilidade de serem também noticiadas.

“composição” - Se o acontecimento não é algo que habitualmente é exibido num programa informativo, há uma maior probabilidade de ser transmitido.

“valores culturais” - Muitas vezes os valores culturais são o que determina se algo é noticiado ou não.

“previsibilidade” - Os acontecimentos previstos pelos jornalistas têm maior hipótese de ser noticiados, pois a equipa de cobertura está previamente preparada para o trabalho de campo ou para o relato dos acontecimentos.

“valor das imagens” - Em televisão, o que sobressai mais numa notícia são as imagens. Muitas vezes, o jornalista tem acesso à descrição dos acontecimentos, mas não tem imagens que acompanhem a notícia. Para algo ser bem noticiado é necessário um conjunto de imagens do acontecimento que completem a informação.

“custos” - Os custos de cobertura do acontecimento são muitas vezes elevados, o que muitas vezes impede o canal televisivo de o noticiar.

3.2. Fases de produção dos conteúdos informativos

Depois de vista a importância da informação televisiva, o modo como é estruturada, os fatores condicionantes e a maneira como afeta os espetadores, importa agora perceber de que forma os conteúdos são criados.

Na hora de produzir informação, os conteúdos informativos passam por quatro fases essenciais: pré-produção, produção, pós-produção e integração nas emissões. (Herreros, 1998)

Na pré-produção, são escolhidos os conteúdos a ser tratados, dependendo da escolha do jornalista, do tempo, de questões técnicas...etc. Nesta fase são também organizadas as redações jornalísticas, onde se distribuem as funções pelos jornalistas, quais os acontecimentos que vão ser alvo de cobertura jornalística ou os ângulos a ser tratados. É importante que a esta altura se comprove a veracidade das fontes para se prosseguir com a notícia. No caso da redação se servir de fontes próprias, é mais fácil comprovar se as fontes são fidedignas, o que possibilita à redação uma maior liberdade de atuação. No caso de informações provenientes, por exemplo de agências noticiosas, ou de outros meios de comunicação, é necessária uma confirmação prévia da veracidade do conteúdo informativo.

Outro procedimento a ser inserido na fase da pré-produção envolve a candidatura do canal televisivo aos direitos exclusivos de certos conteúdos, como por exemplo a exibição dos jogos da liga de futebol, ou as emissões dos jogos olímpicos.

A fase de produção “Abarca la recopilación informativa, el registro, grabación, coberturas en estudio y en exteriores.” (Herreros, 1998:85). Aqui os jornalistas dirigem-se aos locais onde vão recolher o material necessário para a peça jornalística. É feito o levantamento dos dados, as entrevistas, e é também nesta fase que se decide onde são gravados os conteúdos. Em estúdio, ou no exterior, é feito o reconhecimento dos factos, são entrevistadas testemunhas, oradores, personalidades, etc.

Depois de gravadas todas as peças jornalísticas, passamos para a fase de pós-produção, onde a equipa de produção se encarrega de utilizar todos os processos técnicos necessários para a edição dos conteúdos. Depois de recolhidos todos os sons e imagens da notícia, chega a altura de fazer os retoques necessários para finalizar a peça. Retiram-se alguns sons, editam-se imagens que se relacionam melhor com o texto e descartam-se outras. Nesta fase, a peça fica pronta ser exibida.

Por último, depois de concluídas as peças pelos jornalistas e editadas pela equipa de produção, cabe aos realizadores incorporar o conteúdo final no programa, ou na programação do canal. No que diz respeito às notícias, é necessário ordená-las por ordem de exibição e decidir através de qual ângulo vai ser exibida.

“Esta fase comprende las decisiones sobre el lugar que la noticia debe ocupar en el programa y cómo se va a ofrecer: en directo, desde un centro regional, mediante grabación, com presentadores en el estudio, com intervención de uno o dos presentadores generales, com la imagen del informador en pantalla” (Herreros, 1998:93)

A partir deste conjunto de decisões é feito o alinhamento e guião do programa que abarcam por exemplo a ordem e duração das notícias, indicações técnicas ou as falas dos apresentadores.

3.3. A especificidade do direto e os perigos da “informação-espetáculo”

“Para el estudio del relato en directo hay que partir de unas bases claras. Se entiende por tal aquele que es transmitido por televisión en el mismo momento en que se produce el hecho y desde el lugar donde se desarrolla. Esto, sin paliativos. Todo lo demas será relato en diferido. Se trata, pues, de un relato vivo. Realidad y espectador se ponen “en contacto” mediante la televisión. Por tanto, la televisión rompe todas las barreras de espacio y tiempo.” (Herreros, 1998: 294)

Segundo a definição feita por Herreros, o direto tem a capacidade de aproximar o público à informação, como nenhum outro formato televisivo consegue fazer. Fala-se muitas vezes como

os conteúdos televisivos gravados são alvo de manipulações técnicas que alteram a realidade dos acontecimentos. Os programas de televisão em direto apresentam características específicas que permitem que o espetador não apresente tantas desconfianças em relação ao que é transmitido.

Nuno Brandão, afirma que “(...) quanto mais a informação é convertida em directo, mais ela se torna credível e autêntica para o telespectador. (2002:90). Todavia, Herreros demonstra que até o direto apresenta ângulos de manipulação, muitas vezes passados despercebidos pelo público.

“El directo es admitido como más natural, más objetivo y, consecuentemente, como menos manipulable. Sucede lo mismo que con el resto de la técnica. Se piensa que la técnica, al carecer de ideas, de sentimientos, no manipula, no tergiversa. El directo es una careta, una coartada de la carencia de manipulaciones, pero la manipulación se produce antes y durante la emisión.” (Herreros, 1998: 311)

O autor enumera alguns aspetos segundo os quais se identificam ângulos de manipulação, antes e depois da emissão do programa. No que respeita à fase que antecede a exibição do mesmo, são feitas escolhas acerca dos conteúdos a ser tratados e em que fase da programação em que são inseridos. “Cerimonias oficiales”; “Competiciones deportivas”; “Acontecimientos políticos”; “Tribunas, debates”; “Programas con público” são o tipo de conteúdos mais aspirante ao direto. Além da escolha do tipo de programa a ser exibido em direto, importa também escolher os melhores profissionais para o dirigir, os convidados mais apelativos em televisão ou os profissionais mais emblemáticos do tema a ser discutido em direto.

Depois da pré-escolha do programa, introduzem-se fatores manipuladores durante a criação e transmissão do mesmo, por vezes relacionados com o enfoque dado a determinado assunto durante o programa ou com a forma como os recursos técnicos atuam durante a transmissão (planos que se obtêm em detrimento de outros, o foco que a câmara proporciona a terminada pessoa, o uso de sons que apelam aos sentimentos, por exemplo o uso de uma música que emociona o espetador enquanto determinada história está a ser contada, ou algum convidado partilha uma opinião).

O direto aproxima as pessoas da realidade exibida pela televisão e cria laços entre um e outro. Neste sentido, é importante que a informação televisiva abarque acontecimentos atuais e instantâneos que prendam o espetador à televisão. Com a crescente concorrência jornalística já não bastam estes critérios para manter as audiências e prosperar no mundo da televisão.

“Com o advento da informação-espetáculo, mais do que a novidade, a atualidade ou a brevidade como critérios e características do produto informativo, os responsáveis pela informação televisiva procuram sobretudo emoções. Assim, ao mexerem com os sentimentos do espectador, em busca de maiores audiências face à concorrência, ficam subordinados ao mercado”. (Brandão, 2002: 84)

Através das emoções, o jornalista consegue captar a atenção do público, manter as audiências num bom nível e o canal consegue manter-se num lugar de destaque no mercado. É aqui que reside o perigo. A lógica mercantil do jornalismo aliada a uma informação que procura chocar, entreter, “espetacularizar”, através do uso de programas em direto, pela sua aproximação temporal e espacial.

São várias as formas de obter conteúdos informativos que provocam emoções e sentimentos ao espetador. A utilização de imagens chocantes, vídeos ocultos que captam assaltos violentos, chamadas telefónicas de quem está em desespero. O apelo do lado humano do espetador que não o deixa ficar indiferente a este tipo de conteúdos.

Leblanc, citado por Nuno Brandão, “define três grandes ordens de catástrofes que coexistem e interagem no interior dos telejornais: “As catástrofes da natureza (erupções vulcânicas, incêndios, inundações, seca em África, etc.), as catástrofes da história (guerras, revoluções, golpes de Estado, etc.), as catástrofes de natureza humana (crimes, escândalos, etc.)”.” (Leblanc, cit. Brandão, 2002: 85)

São cada vez mais as imagens e eventos chocantes a tomar um lugar de preferência nas programações televisivas. Herreros utiliza a definição de “docudrama” para este tipo de acontecimentos, em que é dada preferência aos factos que desencadeiam emoções por parte dos espetadores e por isso despertam mais o interesse.

Lo docudrama intenta reflejar informativamente unos sucesos en los que introduce la técnica dramática de la ficción. La realidad es tratada con la artificialidade y convencionalismo de lo puramente dramático. Se busca el lado de mayor interés de las cosas, como si éstas carecieran de garra suficiente para el telespectador. (Herreros, 1998:173)

A guerra pelas audiências e a busca desenfreada de resultados positivos no mercado exigem medidas drásticas na exibição de informação. Torna-se fácil resolver estes problemas através do poder da imagem e da capacidade que esta tem para agarrar o espetador ao ecrã. Mas será que vale a pena correr o risco de “sacrificar” os conteúdos verdadeiramente informativos e dignos de exibição, por melhores resultados televisivos?

“(…) esta “informação-espetáculo” visa sobretudo criar um maior envolvimento com o espectador, em que o recurso ao “directo” multiplica-se, cada vez mais, de modo exagerado, sem que na maior parte dos casos isso traga maior compreensão. (Brandão, 2002:89)

A informação-espetáculo vem muitas vezes baralhar o pensamento e a opinião do espectador sobre aquilo a que está a assistir. A instantaneidade e o embate da exibição, muitas vezes causado pelo choque daquilo a que assistiu, não lhe permite ter tempo de assimilar os conteúdos. Além de tudo isto, vem retirar poder ao jornalista que fica em segundo plano na “espetacularidade” da informação e do dever de informar corretamente os espetadores com informação detalhada e previamente estudada.

3.4. A importância do telejornal e o papel preponderante do apresentador

Os noticiários afirmam-se habitualmente como os maiores veículos de informação de um canal televisivo. É através deles que as notícias são exibidas para os espetadores, dando conta dos principais acontecimentos da agenda noticiosa.

O telejornal destaca-se dos outros programas informativos e afirma-se como o noticiário mais importante por ser um fio condutor das notícias relatadas. Posto isto, é necessária uma organização prévia das notícias segundo o assunto a que se referem. Economia, política, sociedade, internacional são os principais blocos informativos onde são inseridas as notícias, de modo a existir uma organização na exibição das mesmas.

Atualmente existem quatro momentos principais de exibição do telejornal. Com diferentes destinatários, e uma conseqüente oscilação de audiências, é necessário um ajustamento do programa para as diferentes horas do dia. São eles a manhã, a hora de almoço e a hora de jantar. Numa conceção espanhola dos anos 90, Herreros explica quais as especificidades de cada um dos momentos informativos.

O telejornal matinal destina-se a um público mais adulto e que não tem a possibilidade de perder tempo a assistir ao telejornal. Trata-se uma audiência fugaz, devido às responsabilidades diárias, que tem de se apressar para sair de casa e por isso o programa apresenta notícias curtas para fácil compreensão e apresenta-as várias vezes ao longo do programa. Além disso, é feito um resumo das notícias do dia passado e dos principais pontos informativos do presente dia.

O telejornal do meio-dia apresenta dois conjuntos distintos de público-alvo: trabalhadores, que não podem assistir muito tempo ao programa e uma audiência fixa que já terminou o seu dia de trabalho ou não tem emprego (desempregados, reformados, jovens, etc.). Neste momento

do dia é dada importância à cobertura de notícias através do direto, e devido à junção das notícias da manhã, com as que se vão desenrolando durante o dia, não há espaço para a comentadores ou analistas.

O telejornal da noite, aquele que está mais sujeito à competitividade de outros canais, é aquele que mais integra outras formas de informação e discussão. É visto em horário nobre e por isso apresenta uma maior audiência do que nos outros momentos do dia. Todos os grupos sociais estão disponíveis para ter acesso às principais notícias e por isso são novamente exibidas as notícias do programa da manhã e do meio dia para informar aqueles que ainda não tiveram oportunidade de assistir a um dos telejornais. É o noticiário com maior duração e incorpora muitas vezes espaços de análise de factos e comentário.

Por último, os telejornais exibidos na madrugada têm a especificidade de ser “muy personales, explicativos e interpretativos”. Como se dirigem a uma pequena percentagem de espetadores, a aproximação do jornalista com a audiência é maior. É dada especial importância ao comentário e análise dos assuntos, que são um pequeno resumo das principais notícias do dia.

Existem ainda outras razões para estruturar e organizar os noticiários. Mais uma vez, Herreros enumera as principais premissas a ter em conta na organização e estruturação dos telejornais.

Um dos pontos a ter em conta é a disponibilidade das audiências, que varia consoante as horas e a altura da semana. O fator que mais condiciona a produção do telejornal traduz-se na questão laboral. Por exemplo, durante a semana é mais fácil produzir informação. Politicamente a sociedade encontra-se mais ativa do que ao fim de semana. Economicamente, as decisões mais importantes sobre, por exemplo questões financeiras, são feitas também durante a semana. Socialmente, os espetadores têm uma vida mais rotineira durante a semana, devido às questões de emprego ou estudo, o que possibilita um maior conhecimento da possível audiência do público ao programa de televisão.

A segunda questão a ter em conta é o “enfoque informativo”. Segundo este ângulo, os telejornais podem dividir-se em quatro tipos principais: Telejornais noticiosos, que se dedicam exclusivamente à transmissão de notícias; telejornais analíticos, que, além de divulgarem a notícia, possuem um tempo de opinião e análise da mesma, feito por especialistas que se dirigem ao programa para esse efeito; Por último, Herreros (1994) englobava os “Telediarios de profundización, (que) se realiza mediante entrevistas en estudio que permiten ampliar la noticia, crearla o contextualizarla en un marco más general”.

Os telejornais são também organizados segundo estruturas feitas particularmente com o objetivo de provocar o interesse das audiências sobre aquilo que estão a ver, e para que possam reter-se as informações mais importantes ao longo do telejornal. Segundo o autor, existem cinco principais:

- “Pirâmide invertida” - As notícias são organizadas segundo uma forma decrescente de interesse, ou seja, em primeiro são exibidas as notícias mais importantes e ao longo do programa vão sendo conhecidas as menos importantes. Tem o defeito de ser talvez a técnica que menos desperta o interesse do espetador ao longo do programa, porque depois de vistos os conteúdos mais importantes, o interesse vai se perdendo.
- “Fórmula rígida” - é uma fórmula que se destina aos espetadores mais assíduos, que já conhecem a organização dos blocos e por isso já estão à espera da hora daquele grupo de notícias, acabando por conseguir ver apenas aquilo que lhes interessa.
- “Fórmula mixta” - como o próprio nome indica, mistura a fórmula da pirâmide invertida, com algo que marca a diferença por suscitar o interesse do público ao longo do programa. Tratam-se de notícias menos rígidas, que buscam prender o espetador ao ecrã, mas não se destacam pela sua importância jornalística.
- “Estructura flexible” - varia de telejornal para telejornal, segundo a informação que existe naquele dia e segundo a organização dos blocos.
- “Exposición informativa de suspense” - tem como principal objetivo prender o espetador, desde o início do programa até ao final, com uma notícia que vai causando o suspense ao longo do telejornal. Vai sendo anunciada, mas só será exibida no final, para que o espetador ceda ao suspense e espera até ser exibida.

O principal conteúdo do telejornal é sem dúvida a notícia. É a partir dela que é feito o programa informativo no seu todo. O principal veículo de exibição das notícias é o apresentador do telejornal. É ele o principal fio condutor entre a informação e o público.

“O pivô tem assim um papel importante em todo o processo informativo, apresentando -se como um actor cujo objectivo é conseguir que os telespectadores acreditem na informação por ele transmitida.” (Canavilhas, 2001: 6)

O apresentador não se limita a relatar os factos, como se de uma *voz-off* se tratasse. O aspeto humano do pivô sobressai no relato das notícias para que o público possa confiar nele, ainda que não deva nunca demonstrar alguma opinião pessoal perante os fatos relatados, seja através de expressões faciais ou corporais. “El presentador presenta, no interpreta o da su versión personal. Es un narrador, un expositor con su personalidad, fiabilidad y credibilidad.” (Herreros, 1998: 353)

O apresentador deve estar familiarizado com os conteúdos que vai relatar, sendo necessário uma leitura prévia do lançamento das notícias, para que se sinta mais à vontade na hora de

exibição e transmitir segurança e confiança para os espetadores. Deve também ter uma voz bastante perceptível, confiante e uma presença forte em televisão. É por isso que é feita uma seleção rigorosa entre os candidatos mais fotogénicos.

O pivô é sem dúvida um dos componentes mais importantes do telejornal, porque é ele que “dá a cara” pelo programa, representa o trabalho feito por toda a equipa e tem a responsabilidade de agir com normalidade com algo corre mal.

Cap.4. História da informação televisiva em Portugal: as debilidades do serviço público

Este capítulo pretende dar a conhecer o nascimento do primeiro canal televisivo em Portugal, o seu percurso como motor de divulgação para o governo de Salazar e posteriormente de Marcello Caetano, a apropriação das forças liberais de 74 de um serviço que só na teoria fora liberalizado e a forma como se foi desmoronando com o aparecimento do primeiro canal privado.

4.1. O nascimento da Radiotelevisão portuguesa (RTP)

As primeiras emissões televisivas experimentais da Radiotelevisão Portuguesa (RTP), na Feira Popular em Lisboa, marcaram o início das exibições informativas televisivas em Portugal, a 4 de setembro de 1956.

Os conteúdos eram assistidos por grandes aglomerados de pessoas, que se concentravam em cafés ou outras instalações coletivas, os únicos locais onde se podia ter acesso um aparelho televisivo. “(...) onde quer que houvesse um televisor, aglomeravam-se magotes de pessoas que não queriam perder um tal momento histórico.” (Cádima, 1996:31)

Um dos primeiros rostos da televisão portuguesa foi Raúl Feio, na altura presidente da Assembleia Geral da RTP, ao apresentar um comentário de abertura do canal. Seguiram--se várias personalidades, como Maria Armada Falcão, Domingos Lança Moreira e o entrevistado Alves Barbosa, o primeiro convidado da “Revista Desportiva”. Para além da rúbrica dedicada ao desporto, e uma outra sobre música erudita, o canal contava ainda com um espaço dedicado a reportagens, no qual era dado a conhecer os estúdios de trabalho dos jornalistas convidados. Para finalizar a grelha informativa, seguia-se um espaço de comentário pelo então diretor do jornal Diário da Manhã, Barradas de Oliveira e Raúl Feio terminaria então a anunciar a programação do dia seguinte. (Cádima, 1996)

Depois de uma interrupção, de alguns meses, das emissões experimentais, devido à falta de equipamentos e ao fecho das instalações da Feira Popular, a RTP regressou num novo espaço, no Lumiar. A 15 de fevereiro de 1957 é pela primeira vez exibido o Jornal das Atualidades, um

programa dedicado exclusivamente à informação televisiva, dando conta das principais notícias nacionais e internacionais. Todavia, o ponto alto das emissões experimentais da RTP começaria dois dias depois, com a visita da rainha Isabel II a Portugal. Durante mais de 60 horas foi exibido, passo a passo, o decorrer desse grande acontecimento, o que contribuiu, em muito, para a legitimação do canal e das emissões experimentais, que não tiveram mais interrupções até ao início das exibições oficiais.

4.2. Primeira fase da RTP: o ditador ausente e a informação propagandística

A 7 de março de 1957, mais precisamente às 21h30m, vai para o ar o primeiro bloco informativo oficial, o Jornal das Atualidades, apresentado por Gomes Ferreira e Luís A. Monteiro. Era ainda exibida uma outra edição, mais tarde, pelas 23h, chamada “As Últimas Notícias”. Era através destes blocos informativos que Marcello Caetano discursava sobre os principais acontecimentos da atualidade, como o 10º Aniversário do Plano Marshall, ou o Congresso Internacional de Chefes de Redação. Era o ministro da presidência que via na informação televisiva uma ótima oportunidade de propaganda dos valores do regime, perante um presidente do conselho (António Salazar), que raramente utilizava as potencialidades da televisão como instrumento político.

A informação televisiva era assim, em geral, já nesta altura, uma autêntica agenda interministerial, um acumular de telegramas governamentais, com um discurso assumidamente oficioso e protocolar, onde o desporto e o fait-divers tinham ainda uma quota parte significativa. E pouco mais. Os próprios telexes e material das agências, provenientes do estrangeiro, eram rigorosamente analisados e sempre que necessário censurados. Assuntos fundamentais na informação televisiva, nesse ano, que constituíram sem dúvida as mais extensas reportagens dos noticiários foram a visita da Rainha, com trabalhos que ultrapassavam os vinte minutos diários (JA de 19 de fevereiro); as partidas e chegadas de contingentes militares para a Índia e os comunicados do MNE (Abril, Agosto e Setembro); a chegada do Governador Geral da África do Sul (10m18s, em 7 de Agosto); e a realização das “eleições de deputados à Assembleia Nacional” com a respetiva sessão inaugural da VII Legislatura (JA de 3 e 29 de Novembro, respectivamente). (Cádima, 1996:44)

O formato do Telejornal apareceria mais tarde, a 19 de outubro de 1959, com propósitos claros de propaganda ao governo de Salazar e com uma orientação política bem visível nos alinhamentos dos programas. O programa era essencialmente utilizado para descrever a agenda política e protocolar do governo, dando ênfase aos principais “atores” políticos, como o ministro da presidência ou o presidente da república. “(..) a burocratização da informação e as

aberturas dos alinhamentos através da agenda e do protocolo constituíram o traço marcante deste primeiro conjunto de séries de telejornais produzidos, no entanto, com uma estratégia clara, com uma orientação política e propagandística patentes desde os primeiros noticiários da RTP”. (Cádima, 1996:52)

As ordens eram claras. O protocolo continha uma série de “instruções” que deveriam ser seguidas. Exemplo disso é a forma como foi lida a mensagem de Ano Novo de 1960 pelo locutor Gomes Ferreira. Na edição principal do telejornal, as 20 e 30, deveria ser citada a mensagem pelo apresentador, de pé, e ressaltada a importância do conteúdo que estava a ser lido.

Com a chegada de Manuel Múrias à televisão portuguesa, a informação tornou-se ainda mais “ideológica e opinativa”. Depois do relato dos acontecimentos, era dada a opinião do responsável de informação, com fortes indícios de orientação política. Rui Cádima dá como exemplo o comentário feito por Múrias depois da exibição de imagens chocantes da guerra no Congo: “Para que Portugal saiba defender de exemplo semelhante os portugueses de África”. Perante as notícias exibidas no Telejornal, na maior parte das vezes, e ao estilo de Múrias, era dada a sua opinião pessoal, aliada à forte admiração que tinha por António Salazar e pela sua orientação política.

No regime do Estado Novo, a televisão foi especialmente importante para esmiuçar a questão da guerra colonial portuguesa. Através dos relatos tendenciosos de várias notícias ao longo dos anos, o aparelho televisivo foi o maior e melhor instrumento político para moldar a opinião social, no que refere aos motivos de uma guerra travada no ultramar.

A informação televisiva na década de 1960 pautou-se pela propaganda, pela censura, mas principalmente pelo silêncio e pela omissão. Era sabido o poder que o telejornal detinha sobre os espetadores, e por isso, muitas vezes eram omitidos acontecimentos e casos que poriam em causa o regime e a submissão da população. Um dos casos onde se revê com maior exatidão uma “conta-informação” feita pelo canal português, é o da morte do general Humberto Delgado, assassinado a 13 de fevereiro de 1965, pela PIDE.

A 7 de setembro de 1968, o acontecimento de maior importância relatado no telejornal, anunciava a emergência de uma nova fase política, e também televisiva para Portugal. “(...) Em consequência de uma queda, na sua residência de Verão no Estoril, o Sr. Presidente do Conselho apresentou sintomas que levaram o seu médico assistente a recorrer à colaboração de dois colegas neurocirurgiões. Sua Excelência foi operado esta noite de um hematoma sob anestesia local, encontrando-se bem.” (cit. Cádima, 1996:201).

As edições dos telejornais passaram a dar exclusiva importância ao estado de saúde de António Salazar. Eram relatados boletins clínicos ao longo dos dias para ser acompanhada a situação médica do Presidente do Conselho, e reforçada a ideia da melhoria do estado de saúde do

mesmo, que em breve regressaria às suas funções com normalidade. Todavia, no dia 16 do mesmo mês é anunciada em televisão a recaída do Presidente, e logo no dia seguinte é noticiada a convocação do Conselho de Estado, pelo Presidente da República.

4.3. Segunda fase: a informação televisiva “Marcellista”

O telejornal do horário nobre da RTP1 de 26 de setembro de 1968 anuncia a substituição de António Oliveira Salazar por Marcello Caetano e com ela o início de uma nova fase na informação televisiva portuguesa.

Dir-se-ia que a campanha mais evidente dos anos pós-Salazar se centralizará na figura de Marcello Caetano, um político radicalmente diferente do seu antecessor no que diz respeito à predisposição e disponibilidade explícita para a instrumentalização da televisão, e bem assim às qualidades inatas para um bom “desempenho mediático.” (Cádima, 1996: 207)

Depois de ter sido transformado o Secretariado Nacional de Informação (SNI), em Secretaria de Estado de Informação e Turismo (SEIT), em 1969 são nomeados novos responsáveis do organismo, que continuava, contudo, com o seu carácter protocolar bastante rígido. Marcello Caetano conhecia bem as potencialidades da televisão e os benefícios que esta lhe poderia trazer. Logo em janeiro, o novo Presidente do Conselho inicia um programa onde fala aos espetadores sobre assuntos do país e do governo. “Conversas em Família”, transmitido em rádio e televisão, apresentava um carácter de proximidade com o público, não deixando, porém, de fazer uso das competências comunicacionais de Marcello para falar ao povo.

Enfrentando as emergentes dificuldades que resultavam do processo social de integração interna/maior contacto com o exterior e do envolvimento do país num conflito militar em três frentes, o governo de Marcello Caetano adopta (aqui, como noutras áreas) uma postura com tanto de tentada conciliação de interesses como de inultrapassável contradição. A amálgama resultante de uma programação mais ‘aberta’ com uma informação ainda mais controlada e direccionada teria como objectivo supremo (porventura tão ingénua como absurdo) aumentar a proximidade entre governantes e governados, como tão exemplarmente demonstrou o próprio presidente do Conselho com as suas ‘Conversas em Família’ (Sousa & Santos, 2003:5)

Numa das edições mais importantes do seu programa, Marcello Caetano, contou aos espetadores o desejo demonstrado pelos portugueses residentes nas províncias ultramarinas em manter as colónias portuguesas, justificando assim a permanência das tropas portuguesas no Ultramar como meio necessário para a segurança dos portugueses lá residentes. Além de utilizar o programa para falar de questões que suscitavam um maior interesse

nos espetadores portugueses, o telejornal do dia seguinte complementava o discurso de Marcello Caetano com o apoio assegurado pelo responsável do editorial, Vasco Teves.

“Na sua quarta comunicação ao País através da TV, o Chefe do Governo abordou a política ultramarina, os problemas de educação e da habitação, e a reforma administrativa. Sobre cada um deles deteve-se o tempo suficiente para não deixar dúvidas de como os avalia, e até os projeta, no tempo que se aproxima. Ninguém pense que o abandono do Ultramar (se fosse admissível!) facilitaria as coisas (...)” Teves cit. por Cádima, 1996: 227)

O uso da televisão portuguesa por parte do poder político afetava de tal forma a informação que, no dia em que o Homem pisou pela primeira vez a lua, o telejornal português privilegiou uma notícia que daria conta de uma visita de estado do presidente da república português. “Presidente da República, Presidente do Conselho, ministros e secretários de Estado mantinham a sua exclusividade “événementielle” permanecendo regularmente como notícia de abertura do telejornal.” (Cádima, 1996: 228)

Com o aproximar das eleições de 69, o uso da televisão, mais concretamente o telejornal, foi decisivo na propaganda de Marcello e na censura dos trabalhos de outros partidos políticos que iriam a votos. Ainda que fosse demonstrada uma ligeira abertura da televisão em relação a outros candidatos, com a exibição, ainda que somente durante alguns segundos, de conferências em voz-off, um mês antes das eleições, é reforçada a política de editoriais que abrem o telejornal, com questões pró-ultramar e pró-marcelistas.

Depois da vitória de Marcello, a inclinação política da informação televisiva continuava bem visível com mais Conversas em Família, editoriais “pró-marcellistas” e uma cadeia de televisão totalmente ao dispor do chefe de estado.

7 de Março de 1970: a RTP comemora o seu 13º aniversário. O editorial não assinado não podia ser mais claro nas suas palavras finais: «Ao iniciar mais um ano de trabalho e trabalhos, a Radiotelevisão portuguesa respeitosamente manifesta a sua deferência e admiração: - ao Chefe de Estado, o nosso primeiro espectador porque o primeiro português; - ao professor doutor Marcello Caetano, o fundador, primeiro trabalhador desta casa e seu supremo inspirador.» (Cádima, 1996: 245)

A 27 de Julho de 1970, através de uma edição especial do telejornal é anunciada a morte de António Salazar. O acontecimento é notícia de abertura em todos os telejornais dos dias seguintes, bem como o assunto principal dos editoriais. São exibidas várias reportagens de homenagem à vida política do antigo Presidente do Conselho. O falecimento de outra personalidade política irá marcar a viragem da informação televisiva portuguesa. Ainda no mesmo ano, a morte do general Charles de Gaulle propicia, pela primeira vez, a abertura de um telejornal português com uma notícia internacional.

Com renovações técnicas e estruturais no telejornal da RTP1, no ano de 1971, o alinhamento do noticiário parecia mesmo estar a mudar ao verificar-se novamente a abertura de telejornais com notícias internacionais. Ainda que por pouco tempo, os editoriais foram deixados para trás, deixando visíveis objetivos de uma certa abertura protocolar. No entanto, os editoriais acabaram por reaparecer, os telejornais voltaram a dar preferência a notícias políticas e a ação protocolar acabou por se tornar novamente rígida. Nem a aprovação da Lei da Imprensa conseguiu deter as manipulações a que a informação televisiva portuguesa estava sujeita.

Nascida no seio de uma ditadura, a televisão portuguesa foi alvo de sucessivas manipulações políticas. Na sua génese, a Radiotelevisão Portuguesa era um assunto do Estado. Ela era a voz da nação, ou melhor, a voz do partido que governava a nação. As preferências dos telespetadores eram relegadas para segundo plano. (Lopes, 1999:31)

Esperava-se que o dia da Revolução dos Cravos e da queda do governo de Marcello Caetano alterasse por completo a história da informação televisiva em Portugal, todavia tal não aconteceu. A Constituição de 1976, aprovada pelo governo provisório da pós-revolução deixa bem claro as pretensões de proibição da transformação da RTP numa propriedade privada.

A RTP continuou, assim, a ser vista pelos inúmeros e sucessivos ‘vencedores’ da revolução como instrumento de mobilização e de acção política e a ser controlada directamente pelos sucessivos governos. No espaço de uma década, depois de 1974, os onze lugares do Conselho de Administração da empresa e as 20 directorias foram, respectivamente, ocupadas por 80 e 130 pessoas, cujas qualificações para o exercício das funções eram menos relevantes do que a sua filiação política (Optenhogel, 1986 cit. Sousa & Santos, 2003:7e8)

Em 1977, após a chegada de João Soares Louro à RTP foram incrementadas medidas com objetivos de aproximação ao serviço público de televisão. No segundo canal da estação, foi implementada uma programação mais dirigida aos interesses do público e com alguma diversidade de conteúdos. Contudo, nem a revisão constitucional de 1982 veio alterar “a exclusividade estatal no domínio da actividade televisiva, embora as pressões para uma mudança significativa fossem, nessa altura, já muito mais visíveis. “Sousa & Santos, 2003:8)

Num estudo realizado pela professora de Comunicação, Felisbela Lopes, centrado no telejornal e no serviço público, verifica-se que em 1988, as notícias de abertura dos telejornais da RTP1 continuam a ser, em grande percentagem, sobre assuntos relacionados com política, seja no plano nacional ou internacional. Depois de tanto tempo ao serviço do governo e com uma orientação praticamente política, o programa mais importante da informação televisiva, o telejornal, não conseguiu afastar-se do carácter político nem mesmo depois da queda do regime de Marcello.

A política constitui-se como um assunto recorrente, quando se trata da primeira notícia do Telejornal. Reunindo os planos nacional e internacional, os assuntos políticos concentraram em 1988 uma percentagem de 48,27% sobre o total de aberturas analisadas, deixando, conseqüentemente, pouco espaço para outras categorias. Mais do que pôr em causa a diversidade, este tipo de opção editorial tende a fazer acreditar que tudo gira em torno dos temas políticos, esquecendo que a realidade dos indivíduos inclui também outro tipo de assuntos. (Lopes, 1999:165)

4.4. A chegada da tão esperada mudança

Com a entrada de Cavaco Silva na chefia do governo português, a televisão conheceu finalmente uma certa abertura informativa e em 1990, a aprovação da Lei da Televisão terminou com o monopólio da RTP e da televisão estatal. Com objetivos de maior proximidade com o público e conteúdos diversos que respondessem às necessidades do espetador, a Lei da Televisão permitia a existência de canais generalistas privados, em conformidade com as regras estabelecidas pelos legisladores. Um dos objetivos específicos da criação da referida lei seria “a) Assegurar a independência, o pluralismo, o rigor e a objetividade da informação e da programação, de modo a salvaguardar a sua independência perante o Governo, a Administração Pública e os demais poderes políticos” art. 8º ponto 2 da Lei da Televisão de 1990.

Quaisquer que tenham sido as intenções do legislador, houve uma clara contradição entre o que era dito e o que foi concretizado. No que diz directamente respeito à RTP, a lei não passou de letra morta. A RTP não procurou desenvolver a sua estratégia de programação em função dos cidadãos. A informação, antes e depois da abertura da televisão à iniciativa privada, manteve-se na RTP muito próxima dos interesses governamentais. (Sousa & Santos, 2003:12)

A nova lei foi um marco na história da informação televisiva portuguesa, mas os objetivos nela descritos não foram alcançados pela RTP e esta continuava a usar o canal para efeitos políticos, o que terminou com o seu monopólio da esfera da televisão portuguesa.

A 6 de outubro de 1992 começam as emissões do primeiro canal privado generalista português e trazem consigo uma viragem na informação televisiva. A RTP desde logo sentiu que a nova estação, Sociedade Independente de Informação (SIC), traria consigo novidade e procuraria responder aos anseios do público em geral. “Apenas com três meses de existência, a SIC inicia o ano de 1993 com shares pouco expressivos, sendo ainda longo o caminho a percorrer para cumprir os objetivos traçados: alcançar a estação de maior audiência.” (Lopes, 2007:45)

Enquanto a RTP dá pequenos passos de mudança no paradigma informativo, a SIC inicia um conjunto de medidas que a levarão até ao pódio das audiências e que deitarão por terra as aspirações do canal de serviço público em manter a hegemonia na informação televisiva em Portugal.

4.5. O aparecimento dos canais privados em Portugal e a guerra aberta à RTP

Um canal privado de televisão, ao contrário das intenções do serviço público, pretende obter o lucro maioritariamente através da publicidade. (Bustamante, 2003)

Segundo Brandão, o novo enquadramento legal da televisão de 1990, impunha à televisão de serviço público, uma busca incessante de audiências devido às imposições publicitárias que o novo governo colocou sobre a RTP1. "De facto, o governo social-democrata obrigou os canais públicos, para sobreviverem a orientar a sua programação para a conquista de audiências." (Brandão, 2002)

Com o aparecimento dos canais privados em Portugal as dificuldades em manter o seu estatuto de serviço público aumentaram ainda mais. SIC e RTP1 não tiveram mãos a medir na conquista pelas audiências e a RTP1, com dificuldades na legislação publicitária não teve outra alternativa senão introduzir-se no mundo da luta pelas audiências. Pode dizer-se que este foi o princípio do fim. Num artigo de opinião de Sebastião Lima rego, citado por Nelson Traquina, é bem visível o descontentamento do autor perante uma televisão que aos poucos se tornou um "clone" dos canais privados.

Não é aceitável, é mesmo escandaloso que a RTP ande a reboque da concorrência privada, sistemática e ansiosamente à cata de maiores audiências, sendo praticamente o único critério detectável na sua matriz de programação. (Rego cit. por Traquina, 2002:57)

É certo que o governo de Cavaco Silva foi o mentor da abertura à iniciativa privada, mas a regulamentação da televisão portuguesa ficou muito aquém de outros modelos europeus e tal facto influenciou a "guerra" dos canais privados com o serviço de televisão pública.

A SIC não se fez esperar e desde o início das suas emissões, pretendeu apresentar aos portugueses uma alternativa ao jornalismo prestado pela RTP. O primeiro canal privado começou desde logo a dedicar mais tempo à informação do que o canal de serviço público, o que demonstrava já o cariz interventivo do seu trabalho.

Não certamente por acaso a inauguração das emissões foi feita, a 6 de outubro de 1992, com um noticiário cuja nota de lançamento da primeira notícia foi: "Estudantes em luta contra as propinas". Estava dado o mote de um jornalismo interventivo, grande parte dele feito à revelia das fontes institucionais. É através deste posicionamento eleitoral irreverente em relação aos vários poderes (político, económico, social...) que se devem perspetivar emissões especiais como "Morrer em Évora", dedicada à polémica dos hemofílicos, "TAP: vida ou morte", centrada na análise da situação da transportadora aérea; ou "À lei da Bomba", onde se procurou debater o crime do padre Max. (Lopes, 2007:45)

A RTP estava já preparada para o confronto e usou a experiência e o império capital como principais instrumentos de guerra. Com um "império" de vários estúdios, carros, salas de montagem e mais de 200 jornalistas, os 35 anos de existência eram o seu maior trunfo.

Com um orçamento de aproximadamente 16 milhões de contos, em 1992, para as áreas da programação e da informação, a RTP contratou as principais estrelas televisivas, comprou um pacote gigantesco de filmes *Lusomundo* e muitas séries, numa lógica de "secar as privadas", ao mesmo tempo que assegurou a quase totalidade das transmissões de futebol português. Teve, no seu último ano de monopólio, um lucro na ordem dos 500 mil contos. Foi, no entanto, o seu último ano de lucro. (Traquina, 2002:59)

Ainda que soubesse que a abertura à iniciativa privada traria certamente canais de televisão privados ao país, a RTP não estava preparada para perder certas regalias, como a taxa de televisão. Todavia, ainda depois da abolição de uma taxa que representava 20% das receitas do canal de televisão, o Estado continuava a financiar em parte o canal de televisão pelos serviços públicos prestados, facto que desde logo gerou polémica entre a concorrência. Ainda que aceitasse de bom grado a pequena contribuição, para o canal público a principal fonte de receitas continuava a ser a publicidade. Em parte, esta era das poucas coisas em comum com os canais privados: todos estavam de igual forma dependentes da publicidade, num país em que a regularização de tempo de antena para este setor de televisão não era das melhores.

"A legislação portuguesa era também muito frouxa no que respeitava à colocação da publicidade: não havia qualquer restrição em relação ao número de interrupções, mesmo durante um filme ou outro programa de ficção." Traquina, 2002:60)

Nos meses que antecederam ao nascimento de outros canais televisivos portugueses já os ânimos andavam exaltados. Uma coisa era certa: mais canais trariam uma competição desenfreada pelas audiências e quem sofria mais quem isso era o próprio jornalismo televisivo.

Também esperado era o impacto que uma "guerra" de audiências teria sobre a programação televisiva. Pouco mais de um mês depois do início das emissões da SIC, no dia 6 de outubro, o ainda coordenador do Secretariado Nacional do Audiovisual, António Pedro Vasconcelos, descrevia a liberalização da actividade televisiva como a abertura de uma "caixa de Pandora de todas as perversões". Dez meses antes, o presidente do conselho de administração da SIC, Francisco Pinto Balsemão, alertava para o facto da concorrência poder obrigar os operadores a "alinhar por baixo" em termos de qualidade. (Traquina, 2002:61)

Não só na informação o privado trouxe inovação e concorrência. As novelas brasileiras da rede Globo atraíram muitos espetadores e o *Jornal da Noite* chegou mesmo a mudar de horário de exibição para o canal acompanhar a exibição de "Renascer". (Lopes, 2007) A SIC pretendia assim o confronto direto na informação e no entretenimento e através da sua inovação conseguiu bons resultados de audiências, com o programa "Chuva de Estrelas", o mais visto do ano de 1993.

Nesse mesmo ano, a 20 de fevereiro, a TVI, ou “Quatro” inicia as suas emissões com uma lógica humanística e familiar. Uma televisão dirigida para o público em geral, sem espetadores-tipo ou com lógicas de combate face às audiências da RTP ou da SIC.

Com pouca inovação e falta de apoio financeiro, nos primeiros anos de exibição, a Quatro apresentou sérios problemas em afirmar-se no panorama televisivo português, ficando de lado na corrida pelas audiências travada entre o canal de serviço público e o primeiro canal privado.

“No campo da informação, a TVI não sobressai no PAP. Convém não esquecer que a política editorial da Quatro se distancia do tom agressivo adoptado nos restantes canais” (Lopes, 2007: 48)

A estratégia informativa da SIC passava por dar voz a opiniões diferentes sobre os principais temas da atualidade, em debates realizados, num dos programas mais famosos da época, “Conta Corrente”. Ao contrário do que acontecia na RTP1, os convidados eram postos à prova com opiniões contrárias ao tema que se expõe, não só pela apresentadora, na altura, Margarida Marante, mas também por um outro convidado que assumia uma posição mais contundente ainda do que a entrevistadora. Alguns, pela exposição pública, ou por se envolverem com questões políticas, eram tão sensíveis que alguns convidados chegavam mesmo a recusar participar no programa.

“Um espaço aberto àqueles que têm de prestar contas”: é neste slogan que Conta Corrente encontra uma linha condutora que o orienta para a vida pública de um convidado que, em estúdio, se sujeita a uma contabilidade do “deve e haver, conduzida na primeira parte pela entrevistadora e, na segunda parte, promovida por um convidado-surpresa que cria um contraditório mais acentuado do que aquele permitido à jornalista. (...) Mais do que seguir uma agenda noticiosa, Margarida Marante procura que os seus programas sejam momentos criadores de noticiabilidade: traz ao estúdio temas incómodos a certos membros do Governo que, por vezes, se recusam a participar no programa (...). (Lopes, 2007: 53)

Com estratégias diferentes, os três canais generalistas davam sempre preferência ao debate, relativamente ao tema da política, com o objetivo de prenderem os espetadores ao ecrã.

Desde o nascimento da SIC que a RTP1 encontrou um rival à altura e as primeiras emissões do canal privado, bem como a sua estratégia informativa faziam denotar o objetivo da estação em alcançar o topo das audiências. A informação semanal, com os seus debates acesos e troca de ideias e opiniões antagónicas foi conquistando, aos poucos, as audiências. Por se tratar quase sempre de questões sobre política, que afetavam diretamente a sociedade, o primeiro canal privado acabou por provocar alguns conflitos e inquietações entre o poder governamental.

Desta vez, no âmbito de pessoas singulares com problemas comuns, a SIC apostou também em programas que transmitissem realidades da sociedade em geral, onde o público se identificava muitas vezes com as histórias exibidas. Foi aí que surgiram os programas “Casos de Polícia” e “Sexo Forte”, que aos poucos ganharam destaque no nível de audiências e arrastaram consigo o canal 1, que pouco tempo depois apresentou programas similares.

Um estudo feito por Nelson Traquina, mostra a diferença da programação utilizada na RTP1, em relação à da SIC, no mês de abril de 1993. Uma das conclusões do autor é a de que a SIC apresentava desde logo percentagens de conteúdos informativos muito superiores às do canal de serviço público. Numa visão mais aprofundada sobre o “prime time” dos canais televisivos, Traquina conclui que a RTP durante o horário nobre dava mais importância ao entretenimento televisivo, através da exibição de concursos, novelas e filmes, e mais uma vez, no prime-time a SIC superava a percentagem de informação exibida neste horário pela RTP1.

“Com a sua abundante mistura de telenovelas, concursos e filmes, a RTP não era propriamente um seguidor, mas, pelo contrário, um “líder” no cumprimento da função de entretenimento, além de ter sido ultrapassada pelos seus concorrentes do setor privado na sua função de informar.”
(Traquina, 1997)

A proximidade do primeiro canal privado com os espetadores revelou-se desde o início das emissões, quando o público pôde ver, através do primeiro noticiário, uma redação onde o trabalho informativo era feito. A partir daí, os principais noticiários da SIC não mais encobriram a redação no estúdio televisivo, para que o público pudesse observar o local onde tudo era feito. Também noutros programas, o cenário onde eram exibidos era especialmente criado conforme a temática abordada. Nesta altura, o canal de serviço público e a quatro ainda não tinham conhecimento da importância que o cenário pôde ter em televisão, chegando ele próprio a comunicar com os espetadores. Só mais tarde, os dois canais se aperceberam que a SIC tinha sido pioneira na criação de estúdios e cenários televisivos que aproximavam o espetador aos conteúdos exibidos. “A grande característica da programação da SIC era a forte presença da informação que constituía, em termos de percentagem, o dobro de qualquer outro canal (...)”
(Traquina, 2002: 65)

A SIC foi progressivamente construindo o caminho até captar a maioria das audiências, ao ver aquilo que os outros canais não viram. Não só nas questões cénicas, mas também no “espetáculo informativo”, o canal conseguiu ver aí um meio de atingir audiências e agarrar os espetadores. Nos principais géneros informativos do canal, os debates e os talk-shows, a linguagem verbal e corporal e os termos utilizados eram especialmente estudados para que as coisas não fossem demasiado descontraídas, no caso dos debates, nem demasiado sérias, no caso dos talk-shows.

Mais tensas nos debates e mais descontraídas, mas não menos surpreendentes, nos talk shows, essas trocas verbais querem-se, sobretudo expressivas. Colocando frente-a-frente dois convidados de posições contrárias e contando-se com um moderador que assumia uma postura próxima do exercício do contraditório, os debates/ entrevistas da SIC foram os géneros que mais aliaram a informação com o espetáculo da palavra, acreditando-se que isso seria também um motor de atracção de audiências. (Lopes, 2007: 74)

Ainda que em 1993 a RTP1 liderasse as audiências no espaço informativo semanal, o mesmo não acontecia em outros formatos diversificados. Entre o ano de 1994 e 1995, a SIC conseguiu afirmar-se no panorama audiovisual português e aproximou-se cada vez mais do nível de

audiências da estação pública. A TVI ficava assim “encoberta” pelos dois canais, que detinham a total atenção dos espetadores e do debate público da época.

Na TVI, a lógica era outra. Encontramos uma atenção especial para a programação infantil e juvenil (13%) e uma dose bastante forte de desenhos animados (10%) numa aparente estratégia de captar o público jovem. Mas neste canal de inspiração cristã também encontramos uma forte presença de filmes e séries. Em termos de peso relativo na programação de cada canal, este era o que mais forte presença tinha de séries, que constituía 36 % da programação, devido em grande parte ao peso das telenovelas (...) (Traquina, 2002: 65)

Depois de importantes mudanças na estrutura da RTP1 e da TVI, a SIC manteve os principais líderes da estação desde o seu nascimento, algo que também favoreceu o bom funcionamento do canal televisivo privado. A oferta diversificada de programas com os mais variados temas, como as novelas da rede televisiva brasileira “Globo”, os talk-shows, ou os programas de entretenimento, foram os principais produtos que permitiram ao canal a aproximação ao canal de serviço público.

Em contrapartida, a RTP1 manteve uma lógica de programação tradicional, sem cometer os riscos de formatos arrojados e diversificados. Em 1994 acabou por enfrentar graves problemas financeiros que agravaram ainda mais a situação do canal de serviço público.

A abertura do mercado televisivo teve naturalmente um grande impacto na actividade do operador público de televisão. A RTP passou a competir pelo mesmo bolo publicitário com mais dois operadores. Tendo sido também abolida a taxa de televisão e vendida à Portugal Telecom a sua rede de transmissores, a RTP sofreu uma drástica redução das suas receitas e um aumento das despesas, relacionado não só com o pagamento da transmissão de sinal, mas também com a necessidade de competir pelos mesmos produtos audiovisuais e recursos humanos. A disputa por programas, formatos e estrelas inflacionou o seu custo. (Sousa & Santos, 2003:23)

Com propósitos claros de se afirmar perante o canal de serviço público, a SIC conseguiu no início de 1994 um contrato de exclusividade com a rede Globo, que outrora tinha também um contrato com a RTP1. Os conteúdos da rede de televisão brasileira passaram então a ser exclusivamente emitidos em Portugal apenas pelo canal privado, algo que em muito ajudou a chegada à liderança de audiências.

Se nos primeiros meses de 1994 a novela brasileira emitida na SIC em horário nocturno capitaliza boas audiências, na RTP o Telejornal não perde grande número de espectadores, o que significa que a televisão pública retinha pessoas que, findo o noticiário sintonizavam a SIC.” (Lopes, 2007:76)

Tendo conhecimento de que o telejornal ainda retinha os espetadores mais assíduos, a RTP1 decidiu começar a alargar a emissão do programa informativo, para tentar combater o zapping logo no final do mesmo, para o canal privado. Todavia, a estratégia encontrada pelo canal de serviço público não surtiu o efeito desejado. Com um contrato de exclusividade da transmissão do casamento de D. Duarte, o canal foi obrigado a transmitir reportagens sobre a monarquia portuguesa na semana que antecedeu o evento, durante o horário supostamente dedicado ao

Telejornal. (Lopes, 2007). Os espetadores começaram então a sintonizar-se na SIC, não apenas para assistir à novela brasileira, mas também para verem as principais notícias do dia. O canal de serviço público acabara de perder a liderança de audiências em horário nobre para o primeiro canal português privado, três anos depois deste ter nascido.

Entretanto, o canal Quatro mostrava-se uma “desilusão”, não só para os espetadores, mas também para aqueles que o financiavam. A par dos maus resultados da estação, foram feitas constantes mudanças na direção do canal e em apenas três anos, a estação recebeu três diretores de informação e inúmeras estratégias que não apresentavam os resultados esperados.

Ao invés, a SIC isolava-se cada vez mais como líder de audiências com um “jornalismo pró-ativo” que a caracterizava. Como exemplo disso, Felisbela Lopes fala da cobertura mediática feita pelas televisões à manifestação na ponte 25 de Abril, a 24 de julho de 1994.

Procurar criar uma agenda própria com ampla repercussão no espaço público em vez de andar a reboque da agenda política tornou-se rapidamente uma das marcas distintivas do “jornalismo SIC”. A visibilidade e, conseqüentemente, a amplitude que certos acontecimentos adquiriram nos espaços de informação do canal de Carnaxide obrigaram os media, nomeadamente os canais de TV concorrentes, a darem destaque a certos assuntos. No caso da Ponte 25 de Abril, mais do que as manifestações populares, foi a ampla cobertura mediática, particularmente das televisões que, “obrigou” o ministro dos Transportes e Obras Públicas a recuar na decisão do aumento das portagens. (Lopes, 2007: 78)

Noutra vertente, a SIC começava a dar mais importância a casos de justiça, em que era valorizado o cidadão comum e o jornalista assumia um papel de mediador entre o convidado e as acusações que este apresentava. “O Juiz Decide” pretendia dar voz às injustiças feitas a espetadores comuns, onde numa primeira parte é entrevistado um magistrado e de seguida o acusado e pessoas do público, tudo conduzido pelo jornalista Eduardo Maio. (Lopes, 2007). Mais tarde, acabou por surgir um dos programas mais controversos da estação, “Máquina da Verdade”, onde convidados na sua maioria condenados, se sujeitavam a testes feitos por um polígrafo que determinava se estavam ou não inocentes dos crimes pelos quais tinham sido condenados. Esta aposta da SIC não se mostrou viável, na medida em que logo após o primeiro convidado ter sido “absolvido” pelo polígrafo, a Direção de Serviços Prisionais proibiu a deslocação dos reclusos à televisão.

Numa perspetiva mais de entretenimento, do que propriamente de informação, a SIC criou também conteúdos dirigidos principalmente para a política, onde várias personalidades do governo eram satirizadas e criticadas.

Com alguma versatilidade e pluralidade de conteúdos, a SIC conseguiu chegar ao topo das audiências, ao arriscar um novo conceito de televisão, sem rigidez nem demasiada sobriedade. A RTP que dizia estar preparada para um novo canal de televisão não conseguiu acompanhar a inovação do canal privado e acabou por ser deixada para trás.

Parte II. Pesquisa Empírica

Cap.1. Metodologia e desenho da investigação

Neste capítulo são explorados a metodologia e desenho da investigação, mais concretamente, o tema e problema deste trabalho, bem como as fases percorridas na pesquisa empírica, não esquecendo os objetivos e hipóteses, a população e amostra utilizadas nos métodos e técnicas de investigação utilizados.

A pesquisa empírica centrou-se fundamentalmente, em duas circunstâncias temporais diferentes: a primeira constituída por textos publicados, entre outubro de 1993 e outubro de 1995, em edições do jornal Público; a segunda, embora também à volta dessa época, mas resultante da inquirição feita durante a pesquisa e inevitavelmente influenciada por traços da atualidade, através de entrevistas a vários jornalistas ligados ao canal público e ao canal privado no período referido.

1.1. Tema e Problema

A ideia do que poderia ser o tema da dissertação surgiu em 2014, na unidade curricular Metodologias da Investigação, e foi sofrendo algumas alterações necessárias, até se tornar exequível. “A estratégia informativa da RTP1 utilizada depois do aparecimento do 1º canal privado generalista. Análise do debate público.”, acabou por ser o tema que melhor se adequa ao problema que se pretende tratar: quais as reações presentes no debate público, relativas às alterações dos conteúdos informativos da RTP1, com o aparecimento da SIC?

1.2. Objetivos e Hipóteses

Face a esta questão, desenvolvi um conjunto de objetivos necessários para conseguir responder à pergunta de partida do meu trabalho:

- Identificar a estratégia informativa da RTP1, depois do aparecimento da SIC;
- Analisar o debate público, quer por parte de profissionais de televisão quer de outros intervenientes, concretamente sobre a dicotomia entre RTP1 e SIC, da época entre 1992 e 1995, através da imprensa da época
- Perceber quais foram os grupos sociais que mais se destacaram no debate público sobre o tema

Para além desde objetivos, foram também definidas algumas hipóteses que poderão responder às principais questões a que este trabalho pretende responder. São elas:

H1: com o aparecimento da SIC, a informação da RTP1 adotou uma estratégia de combate ao crescente aumento da percentagem de audiências do canal privado.

H2: vários profissionais em televisão viram de perto o nascimento do 1º canal privado e acreditam que a RTP 1 não conseguiu acompanhar a estratégia informativa da SIC.

H3: Vários profissionais trocaram o canal público pelo privado exatamente por não concordarem com uma informação rígida e ultrapassada.

1.3. População e amostra

Neste trabalho foi utilizado fundamentalmente o método de estudo qualitativo, quer através do estudo de notícias e outros textos de várias edições do jornal Público, de 1992 a 1995, quer na análise de entrevistas feitas a jornalistas que acompanharam de perto o nascer da SIC e a batalha travada entre o canal público e o privado, ao nível dos programas de informação através do debate público. Na pesquisa de jornais, a população é constituída pelos textos de imprensa em que se abordou este tema durante os primeiros anos de vida da SIC e a amostra engloba um conjunto limitado de edições do jornal Público. Este jornal foi o escolhido por apresentar quase todas as edições pretendidas no arquivo da Biblioteca Central Universidade da Beira Interior.

As edições são:

- 1 a 31 de outubro de 1992
- 1 a 7 de novembro de 1992
- 1 a 7 de dezembro de 1992
- 1 a 7 de janeiro de 1993
- 6 de outubro de 1993
- 6 de outubro de 1994
- 6 de outubro de 1995

De todas as edições pretendidas, apenas a de 24 de outubro de 1992 e 6 de outubro de 1993, não foram analisadas devido à impossibilidade de aceder ao jornal dessas duas datas. A escolha desta amostra prende-se com o facto de serem datas próximas do aparecimento do canal privado, ou que correspondem a aniversários do nascimento do canal, tratando-se, portanto, de momentos que considerámos potencialmente férteis na discussão pública do assunto. Todas as edições do mês de outubro de 1992 foram pesquisadas pela aproximação cronológica do tema do trabalho. Nos três meses que se seguiram apenas foi pesquisada a primeira semana de cada um deles pois representavam os primeiros meses de aniversário do canal (nascido a 6 de outubro). A seguir foram escolhidas as datas que assinalaram os 3 primeiros anos de vida da SIC, com o propósito de serem conseguidas notícias ou artigos sobre o percurso do canal desde a sua origem, e as condicionantes que causou ao canal público. Trata-se de uma amostra que

não pretende ser representativa da globalidade do debate público, que decorreu num período mais alargado e em vários meios de comunicação em paralelo, mas é uma amostra que, pelas características referidas, cremos ser capaz de dar indicações relevantes acerca do referido debate.

A amostra baseou-se apenas nas peças retiradas das edições referidas, (um total de 88) que dizem respeito apenas à informação, departamento que interessa ao tema do estudo. Foram vários os critérios de seleção da escolha dos textos:

- A presença, nos títulos, subtítulos ou Leads das notícias, de palavras como: “televisão”, “televisão privada”, “televisão pública” “serviço público”, “SIC”, “RTP,” “Informação”, “Programação”, “Grelha Informativa”, “Estação televisiva”, “Emissão” e “Concorrência”.
- Foi dada especial atenção a rúbricas do Jornal Público que dessem voz aos leitores, para serem conseguidos artigos de debate público entre pessoas comuns sobre o tema deste trabalho.

Para as entrevistas a população foi a dos jornalistas, mais precisamente do departamento de informação, que na época entre 1992 e 1995 estiveram em contacto direto com o trabalho realizado na RTP1 ou na SIC. Para a amostra foram escolhidos três jornalistas, da RTP e da SIC que entre 1992 e 1995 trabalharam num dos dois canais, ou que até inclusivamente iniciaram a sua profissão na RTP e que acabaram por se mudar para a estação privada no período de tempo referido. São eles:

- Paulo Nogueira- Em 1992 trabalhava na RTP1 como jornalista, em julho desse ano tornou-se jornalista da SIC
- Alberta Marques Fernandes- Jornalista da SIC em 1992, foi um dos primeiros rostos do canal privado, mais tarde acabou por ingressar na RTP
- Maria João Figueiredo- Jornalista da RTP durante mais de 20 anos, trabalha atualmente na TVI

As entrevistas foram realizadas durante o mês de setembro de 2016, através de contactos feitos nas redes sociais e as respostas foram enviadas via e-mail por ser mais prático para os entrevistados. Planeámos também entrevistas com José Alberto Carvalho, Clara de Sousa e José Eduardo Moniz, mas acabou por não ser possível realizá-las dentro do calendário da pesquisa.

1.4. Metodologia da investigação

Como referido, a obtenção de respostas ao problema deste trabalho foi conseguida através de entrevistas e da análise do arquivo do jornal diário Público, em algumas edições compreendidas entre outubro de 1992 e outubro de 1995, por isso foi utilizado o método de observação indireta para analisar os conteúdos de pesquisa. A análise posterior da informação retirada através da observação indireta foi feita através do método qualitativo, onde normalmente é utilizada uma análise temática, utilizada maioritariamente em estudos relacionados com as áreas sociais, como psicologia, história, sociologia, etc...

1.4.1. Edições do “Público” - Análise temática como método qualitativo

O método qualitativo eleito para abordar os textos do jornal “Público” foi a análise temática. Esta consiste num método que tem como objetivo identificar, analisar e reportar padrões (temas) num conjunto de dados” (Braun & Clark, 2006: 6). Ainda que este método seja muitas vezes criticado por uma aparente falta de rigor e assertividade na análise dos dados, a análise temática consegue tratar de forma flexível os dados de uma pesquisa, ao serem agrupados em diferentes categorias, ou temas, de forma a que o investigador consiga chegar a um relatório final de apresentação de resultados.

Existem vários processos da análise qualitativa que devem ser tidos em conta durante a análise dos conteúdos, sendo que a primeira regra é a definição de um corpus de análise., Braun and Clark (2006) debruçaram-se sobre este método e indicam cinco fases essenciais a reter na análise temática. São elas:

“Data familiarization” - É necessário conhecer os conteúdos que vão ser analisados, antes de uma organização temática, para que seja mais fácil para o investigador associar os dados a determinados temas.

“Searching for themes” - Elaborar um conjunto de temas que previamente se possam relacionar com os dados recolhidos

“Reviewing themes” - À medida que vão sendo criados os temas, é necessário verificar se os mesmos se relacionam com os conteúdos de análise. A identificação dos temas pode ser indutiva ou dedutiva, consoante a matéria analisada. Se os dados apontarem para um tema específico, será indutiva. Se não existir uma ligação direta do tema com os dados, será o investigador a criar um tema que lhe seja associado, para ser mais fácil organizar os dados e aí poderá dizer-se que a escolha foi dedutiva.

“Defining and naming themes” - Depois de serem agrupados os dados em diferentes temas, é necessário definir concretamente os temas e nomeá-los, de forma a que todos os dados sejam caracterizados pela sua definição.

“Reporting the analysis” - Ao serem organizados todos os dados em diferentes temas, está facilitado o trabalho para o investigador na apresentação da análise. Através de temas e subtemas é criado um fio condutor de análise, onde através da lógica e da coerência é possível relatar uma análise justa e fidedigna dos dados que foram tratados.

A vantagem deste método de análise em relação a outros é o facto de se adequar a várias áreas de investigação e de permitir uma área mais abrangente de conhecimento pela sua flexibilidade e facilidade de compreensão.

1.4.2. Entrevistas

Em relação às entrevistas, a escolha das perguntas foi feita mediante a posição profissional que cada um dos entrevistados ocupava na época, na RTP1 ou na SIC, e por isso as perguntas diferem de uns para os outros. Nas várias entrevistas que se concretizaram foram as seguintes questões:

Paulo Nogueira:

1. Enquanto jornalista da RTP1 até 1993, viveu o período de adaptação à concorrência. Essa ideia de que o canal iria ser um concorrente direto à RTP já havia sido implementada na redação, ou apenas começou a existir essa preocupação quando a SIC apresentou conteúdos diferentes que agradavam às audiências?
2. Qual era a estratégia da RTP para enfrentar a concorrência de um novo canal de informação?
3. Como jornalista, nessa alguma vez recebeu a indicação para que fosse apressado algum trabalho jornalístico de forma a ser emitido antes do canal privado, quando ainda se encontrava na RTP1, ou antes do canal público, quando já trabalhava para a SIC?
4. Sentiu, ainda na RTP que havia a necessidade de uma mudança, ao nível da informação, para acompanhar o canal privado?
5. Acha que de certa forma, a luta desenfreada pelas audiências, como era retratado na imprensa portuguesa, que se verificou durante os primeiros anos da SIC veio diminuir a qualidade da informação televisiva em Portugal?

Alberta Marques Fernandes:

1. Foi um dos primeiros rostos da informação na televisão privada em Portugal. Tinha a noção que o nascimento do canal privado iria trazer para o espaço público um “duelo” televisivo ao nível dos noticiários entre o canal público e o privado.
2. Uma das principais apostas da SIC desde o seu nascimento foi a informação. Quais eram os métodos e mecanismos nesse departamento para ser melhor e diferente em relação ao canal público?
3. Alguma vez nesse período de ascensão às audiências, sentiu que o seu trabalho enquanto jornalista foi prejudicado pela forte concorrência sentida entre RTP e SIC?

4. De alguma forma o debate sentido na esfera pública entre os dois canais, influenciava o trabalho jornalístico naquela época?

5. O jornalismo televisivo informativo venceu ou saiu a perder, com a guerra de audiências travada pela SIC e pela RTP?

Maria João Figueiredo:

1. No ano de 1992 era jornalista da RTP 1. O anúncio de um novo canal de televisão já havia sido feito há algum tempo. Como é que a redação da RTP reagiu à notícia de que um novo canal de televisão iria surgir?

2. Ainda antes do aparecimento da SIC foram feitas algumas mudanças na estrutura do departamento de informação da RTP, sabendo que a aposta da SIC seria precisamente nos conteúdos informativos. É capaz de recordar essas mudanças e qual era a estratégia que a RTP estava a planear?

3. Alguns jornalistas e espetadores criticaram na altura a concorrência entre os dois canais televisivos, afirmando que tanto o público e o privado estariam a prejudicar o jornalismo e a informação pela busca de audiências. Sentiu que as escolhas informativas da RTP se adaptaram à presença de um novo canal e que de certa forma não foram as mais indicadas?

4. Acha que a luta desenfreada pelas audiências, como era retratado na imprensa portuguesa, que se verificou durante os primeiros anos da SIC, veio diminuir a qualidade da informação televisiva em Portugal?

5. Alguma vez durante esse período, sentiu que o seu trabalho enquanto jornalista foi prejudicado pela forte concorrência sentida entre RTP e SIC?

Cap.2. Análise de resultados

2.1. Edições jornal “Público”

Como já referido, um dos métodos utilizados para apurar quais as reações presentes no debate público, relativas às alterações dos conteúdos informativos da RTP1, com o aparecimento da SIC, seria a pesquisa de várias edições do jornal “Público”, entre o ano de 1992 e 1995. No ano de 1992 foram escolhidas as edições dos 31 dias de outubro e dos primeiros 7 dias dos três meses seguintes (novembro e dezembro de 1992 e janeiro de 1993). Foram também escolhidos o dia 6 de outubro de 1993, 1994 e 1995. Por falta de acessibilidade, acabou por não ser possível analisar duas das edições do corpus definido (a edição de 24 de outubro de 1992 e a de 6 de outubro de 1993). O corpus analisado no Público foi, portanto, composto por um total de 53 edições.

Depois de serem selecionadas as peças jornalísticas, através dos parâmetros estabelecidos no capítulo anterior, foi feito um levantamento do número de peças que diziam respeito ao canal de serviço público ou ao canal privado.

O gráfico seguinte representa a contagem das peças jornalísticas, nos vários períodos pesquisados, em duas fases: a primeira refere-se ao levantamento do conteúdo geral, na segunda fase foi dada atenção ao conteúdo especificamente relativo à informação.

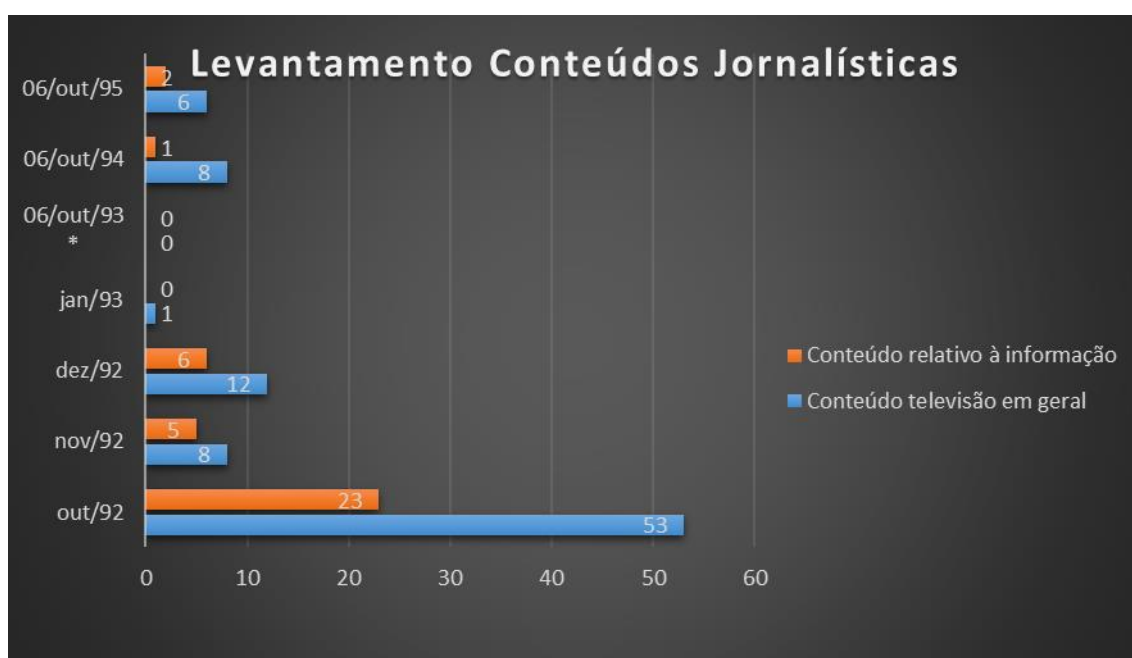


Gráfico 1. Levantamento conteúdos jornalísticos

Nos períodos previamente estabelecidos foram encontrados, no total, 88 conteúdos jornalísticos, que apresentavam nos títulos, subtítulos ou leads, uma ou mais das palavras-chave estabelecidas. No que concerne à informação, foram identificadas 37 peças jornalísticas que se relacionavam com o tema.

De seguida foram analisados os conteúdos que representam vários tipos de “vozes” que se pronunciaram sobre a questão do aparecimento do canal privado e das mudanças que tal facto iria provocar no canal de serviço público. Foi então feita uma lista das peças jornalísticas onde se destacam vozes que participaram no debate público desde tema.

Edição	Título Peça Jornalística
4out. 1992	“Confronto Fatal
5out.1992	“A nova grelha da RTP”
6out. 1992	“Vamos fazer muito melhor que a RTP”; “Vantagens de desvantagens de um Projecto Ambicioso”; Editorial: “A pequena diferença”; “Estratégias da Grelha”
7out. 1992	“Taco a Taco”; “Aplausos para a equipa de reportagem da RTP”
8out. 1992	“Longe do Canal 1, melhor que a TV2”; “Moniz responde a Rangel”; “Uma TV culturalmente moderna”
10out. 1992	“Diz-se”
11out. 1992	“Semana Zero do PAP”; “Prova de fogo para RTP e SIC”
16out. 1992	“SIC não entra nos estádios”
17out. 1992	“Peneira SIC”; “SIC e RTP lutam pelas transmissões de futebol”
25out. 1992	“Uma certa desilusão”
1nov.1992	“Essa maldita televisão”
3nov.1992	“A mim basta-me a SIC”
6nov.1992	“SIC confundiu salto à vara com salto em altura”
1dez. 1992	“Ó tempo volta para trás”
2dez. 1992	“A batalha indonésia SIC/RTP”
6dez. 1992	“Televisões em guerra”; Entrevista a Emídio Rangel; “Os equívocos e as expectativas”
6out. 1994	“2anos de televisão fast-food”
6out. 1995	“SIC: 3 anos no ar”

Tabela 1. Lista de peças do debate público

Para apurar quais os tipos de vozes que participaram no debate público, foram criados vários grupos de personalidades/intervenientes que foram mais ativos publicamente na questão das transformações informativas resultantes do aparecimento do canal privado. Os grupos criados foram:

- Responsáveis por canais de TV/secções de TV: neste grupo inserem-se profissionais de ambos os canais estudados (RTP1 e SIC). Nesta categoria de responsáveis por canais de TV/secções, inserem-se diretores do canal, diretores das mais variadas áreas em televisão (Presidentes do conselho de administração de um dos canais, Diretores de Informação ou Programação e Coordenadores de Realização ou Edição);
- Jornalistas de TV: este grupo refere-se a todos os jornalistas de televisão, de canais nacionais e internacionais;
- Jornalistas de Imprensa: esta “voz” foi criada essencialmente para englobar jornalistas do “Público” que através de textos de opinião, ou de editoriais, expressaram o seu ponto de vista sobre o tema que estava, muitas vezes, na ordem do dia;
- Telespectadores/Leitores: ao longo das edições analisadas são vários os testemunhos feitos através da secção “Cartas ao Diretor” com opiniões formadas sobre o tema, entrando assim diretamente no debate público da época;
- Profissionais não jornalistas da Área da TV: esta categoria responde à necessidade de se criar dois grupos distintos: jornalistas de TV e profissionais da área da TV, pois há algumas intervenções de realizadores, produtores, editores gráficos, que não têm a profissão de jornalista, mas contribuíram para o debate público.
- Figuras Públicas: sendo um grupo um pouco generalizado, também teve a sua importância na participação da agenda pública sobre este tema. Cineastas, sociólogos, escritores, foram algumas vezes ouvidos pela imprensa sobre o assunto, deixando assim o seu contributo para a análise do debate público.

Depois de criados todos os grupos, foi feito o levantamento, através da análise de cada uma das peças jornalísticas acima referidas, dos pontos fulcrais das intervenções analisadas. Apresenta-se de seguida uma síntese de pontos de vista expressos pelos vários intervenientes, por ordem cronológica:

- 4 out. 1992: “Confronto Fatal”

“As pessoas, às oito da noite (...) vão ser obrigadas a escolher qual o telejornal que querem ver” - Francisco Pinto Balsemão

“(...) quem é que acredita que a RTP, tutelada como está pelo Estado (...) possa colocar-se numa posição de completa e total distância em relação ao poder? - Emídio Rangel

- 5 out. 1992: “A nova grelha da RTP”

“Foi com grande expectativa que aguardei a entrada em vigor da nova grelha de televisão. Curiosamente, nunca tão má qualidade de transmissão houve como acontece hoje em dia” - Telespectador/Leitor
- 6 out. 1992 “Vamos fazer muito melhor que a RTP”

“Somos um projecto de televisão de efectiva alternativa à RTP. É importante mudar os hábitos de ver televisão em Portugal e nós somos capazes de iniciar essa mudança. Seremos capazes de fazer acontecer televisão de uma forma diferente” - Realizador Manuel Tomás;

“Vamos fazer muito melhor que a RTP em termos de informação e já a partir de amanhã (hoje)” - Coordenador de Edição da Redação da SIC

“(…) ganhar a batalha das audiências à RTP” - Citado pelo Público, um dos objetivos de Emídio Rangel no arranque do novo canal televisivo
- 6 out. 1992 “Vantagens e Desvantagens de um projeto ambicioso”

“Quando chegamos a Carnaxide (...) vimos que (a RTP) tinha comprado catálogos inteiros de produtoras só para evitar que nós comprássemos uma coisa ou outra” - Francisco Pinto Balsemão

“(…) fazer uma informação não tutelada, sem medo das notícias” - Emídio Rangel, acerca das oportunidades do novo canal.
- 6 out. 1992 “A pequena diferença”

“Como os meios são claramente desproporcionados entre o orçamento imperial da RTP e os recursos limitados da SIC, as expectativas resumem-se, fundamentalmente, ao campo da informação. É aí que se espera e deseja a diferença maior.” - Jornalista Vicente Jorge Silva
- 6 out. 1992 “Estratégia da Grelha”

“(…) competição com o Canal 1, com os bons filmes, ou com as boas séries ou com os bons programas de informação. Não nos resignamos à superioridade da RTP a partir da novela principal” - Francisco Pinto Balsemão
- 7 out. 1992 “Taco a Taco”

“(…) ao longo do resto do dia, a maior curiosidade continuou centrada na informação. Queria saber-se se a SIC cumpria a sua diferença. Às 20 horas, exactamente no mesmo horário do Canal 1, foi para o ar o principal bloco informativo” - Jornalista José Manuel Fernandes
- 7 out. 1992 “Aplausos para a equipa de reportagem da RTP”

“Conhecemos muitos deles. Somos profissionais de televisão. Não temos nada a ver com certas guerras” - Jornalista Lourenço Medeiros, na chegada ao novo canal, vindo da RTP.

“Preferimos depender da publicidade, do que do Estado ou da Igreja” - Emídio Rangel

- 8 out. 1992 “Longe do Canal 1, melhor que a TV2”

“A SIC tinha colocado como meta bater-se taco-a-taco com o Canal 1. Para já está a bater-se com a TV2. E se as audiências dos programas de informação foram escassas, as das novelas foram um desastre” - Jornalista Luís Pedro Nunes

- 8 out. 1992 Moniz responde a Rangel”

“(…) foi uma emissão normal, sem grandes novidades, um bocado decalcada naquilo que é o esquema de programação normal já ensaiado há vários anos na RTP” - José Eduardo Moniz, sobre a 1ª emissão do canal privado.

- 10 out. 1992 Rúbrica “Diz-se”

“A SIC está no papo” - José Eduardo Moniz

“A RTP ficou em pânico” - Emídio Rangel

- 11 out. 1992 “A semana zero do PAP”

“As expectativas acumuladas ao longo de mais de trinta anos de informação oficiosa, dificilmente teriam cabal correspondência no arranque da SIC, por brilhante que fosse. (...) Mas a RTP, pelo seu lado, começou também a copiar a SIC, antecipando o seu nascimento (...)” - Jornalista Mário Mesquita

- 11 out. 1992 “Prova de fogo para RTP e SIC”

“A cobertura televisiva das eleições regionais poderá transformar-se no primeiro grande despique entre as televisões estatais e o novo canal privado. E se as ambições da TV2 parecem ser mais modestas, tanto a SIC como o Canal 1 estão a preparar-se para, logo à noite, arrasarem.” - Jornalista jornal “Público

- 17 out. 1992 “Peneira SIC”

“A cobertura das eleições regionais nos Açores teve já um cheirinho a guerra entre as televisões, com as câmaras da RTP e da SIC a colidirem em busca da melhor imagem, atropelando tudo o que estivesse à frente.” Jornalista jornal “Público

- 25 out. 1992 “Uma certa desilusão”

“A melhor função da SIC, na programação, foi de reforçar a capacidade de oferta que a RTP vinha a preparar.” - Pacote de Oliveira, Sociólogo da Comunicação

“Uma concorrência frenética na homogeneidade e não na diversidade como seria desejável.” - Natália Correia, Escritora

“Os programas (da SIC) são apresentados de uma forma mais bonita do que na RTP. Os genéricos, em alguns casos, são melhores.” - Luís Miguel Castro, Gráfico

“A SIC declarou que vinha fazer concorrência, mas no fundo estamos a assistir a uma guerra de audiências” - Jorge Silva Melo, Cineasta

- 1 nov. 1992 “Essa maldita televisão

“(…) o país assistiu, em directo, à primeira grande manifestação de até onde pode chegar a concorrência entre televisões” - Jornalista José Manuel Fernandes

- 3 nov. 1992 “A mim basta-me a SIC”

“No passado sábado, dia 30, houve duas transmissões futebolísticas na televisão, à mesma hora. Disseram os jornalistas que era o resultado da concorrência. Pobre concorrência! Eu penso que é resultado do ressentimento, do despeitado, (...) que se sente traído, ultrapassado e não aceita o facto. Toda a vida foi “Rei e Senhor”, sem nunca atender ao consumidor-pagante dos serviços que recebia” Leitor/ Espectador

- 6 nov. 1992 “SIC confundiu salto à vara com salto em altura”

“Não é a RTP que está manietada pelos laços difíceis de uma relação entre audiência e programação. Quem o está, neste momento, é a SIC.” - João David Nunes, Presidente da Radio Televisão Comercial (RTC)

- 1 dez. 1992 “Ó tempo volta para trás”

“Como poderemos voltar a sentir aquele inesquecível, e delicioso, sabor a vingança quando o sol brilha (é certo que mais para uns do que para outros), depois de nos ter sido prometida borrasca. Nesta matéria, (meteorologia) pois, vantagem momentânea para o operador privado já em funções.” - Jornalista Duarte Moral

- 2 dez. 1992 “A batalha indonésia SIC e RTP”

“Eis senão quando João Gabriel surge nos ecrãs da SIC a falar de Jacarta. Possessa daquela raiva irracional que toma ambas as estações sempre que uma delas obtém algo diferente, a RTP revolve as Necessidades e S. Bento, sensibilizando quem a tutela para os prejuízos da “vitória” indonésia da SIC sobre a televisão do Estado” - Jornalista Jornal “Público”

- 3 dez. 1992 “Televisões em guerra”

“(…) mas se gosta de informação, vai-se-lhe deparar um problema: comprar mais um televisor para ficar completamente informado às 8.” - Leitor/ Telespectador

- 3 dez. 1992 “Sem telenovelas, seria suicídio”
“Acho que quem fizer uma análise rigorosa daquilo que é a informação prestada pela SIC e a informação prestada pela RTP tem inevitavelmente que encontrar diferenças substantivas, diferenças formais e diferenças de conteúdo” - Emídio Rangel

- 3 dez. 1992 “Os equívocos e as expectativas”
“Ao anunciar uma informação “em directo” antes de ter os meios para o fazer (...) a SIC desviou as atenções para aquilo que, para começar, teve de melhor - uma informação de cara lavada, sem recados políticos nem o sensacionalismo barato das “curas milagrosas” e da encenação de falsas reportagens.” - António Borga, Presidente da CNTV

- 6 out. 1994 “2 anos de televisão fast-food”
“Acusam-se sintomas de sensacionalismo na informação. (...) Mas também se reconhecem vantagens: a impossibilidade de, num sistema de concorrência, se ignorarem acontecimentos”
- Jornalista Maria Augusta Gonçalves

- 6 out. 1995 “SIC: 3 anos no ar”
“(…) a verdade é que a informação da SIC significou uma alteração profundíssima nos hábitos empoeirados e oficialões da televisão portuguesa, a começar por um tratamento da imagem realmente diferente, mais “televisivo” até.” - Jornalista Duarte Moral

Perante a lista das principais intervenções retiradas das edições do jornal Público, foram criadas tabelas para perceber qual o grupo de atores sociais que mais se destacou no debate público, pelo número de vezes que participou ativamente na discussão pública sobre este assunto. Devido ao elevado número de conteúdos referentes ao mês de outubro de 1996, foi feita uma tabela que apenas se refere a esse período e uma outra para os restantes.

Tipo de vozes	Responsáveis por canais/secções de TV	Jornalistas da TV	Jornalistas da imprensa	Telespectadores/leitores	Profissionais da área da TV	Figuras Públicas
4deout.de 1992	2					
5deout.de1992				1		
6deout.de1992	4				1	
7deout.de 1992	1	1	1		1	
8deout.de1992	1		1			
10deout.de1992	2					
11deout.de1992			1			
17deout.de1992			1			
25deout.de1992						4
Total	10	1	4	1	2	4

Tabela 2. Contagem Vozes Out 1992

Tipo de vozes	Responsáveis por canais/secções deTV	Jornalistas da TV	Jornalistas da imprensa	Telespectadores/leitores	Profissionais da área da TV	Figuras Públicas
1denov.de1992			1			
3denov.de1992				2		
6denov.de1992	5		1		1	
1dedez.de1992			1			
2dedez.de1992			1			
6dedez.de1992	2			1		
6deout.de1993	*	*	*	*	*	*
6deout.de1994			1			
6deout.de1995			1			
Total	3	0	5	3	0	0

Tabela 3. Contagem Vozes Nov e Dez 1992, Jan e 6 out 1993, 6 out 1994 e 1995

Concluiu-se então que no mês do nascimento do 1º canal privado, vários grupos sociais manifestaram-se, na sua grande maioria, intervenientes responsáveis pelos dois canais, ou por departamentos da SIC ou da RTP.

Já nos períodos seguintes, como se verifica na tabela seguinte, os jornalistas de imprensa foram os que mais contribuíram para o debate público sobre as transformações informativas ocorridos na RTP1 perante o nascimento de um canal privado.

No total da amostra, estes foram o número de intervenções feitas pelos vários grupos da sociedade:

Responsáveis por canais/secções TV - 13;

Jornalistas TV - 1;

Jornalistas de imprensa - 9;

Telespetadores - 4;

Outros profissionais da TV - 2;

Figuras públicas - 4.

Para perceber a relação entre os principais atores sociais e os temas que mais estiveram “em cima da mesa” este período, foram criados 5 grupos de temas que poderiam surgir nas intervenções das “vozes”, que depois foram relacionados com os principais grupos sociais que se manifestaram

	Poder Político	Estratégias da Grelha	Poder Económico	Concorrência Direta	Audiências
Responsáveis por canais/secções de TV	“Vantagens e Desvantagens de um Projeto Ambicioso”, “Aplausos para a equipa de reportagem da RTP”	“Estratégias da Grelha”	Vantagens e Desvantagens de um Projeto Ambicioso”,	“Confronto Fatal”, “Vamos fazer muito melhor que a RTP”, “Moniz responde a Rangel”, “Diz-se”,	“Vamos fazer muito melhor que a RTP”
Jornalistas de TV				“Aplausos para a equipa de reportagem da RTP”	
Jornalistas de Imprensa		“Taco a Taco”, “Semana zero do PAP”	“A pequena diferença”	“Prova de fogo para RTP e SIC”, “Peneira SIC”	“Longe do Canal 1, melhor que a TV2”

Telespectadores/Leitores		“A nova grelha da RTP”			
Profissionais da área de TV				“Vamos fazer muito melhor que a RTP”	
Figuras Públicas		“Uma certa desilusão”		“Uma certa desilusão”	“Uma certa desilusão”

Tabela 4. Relação Vozes/Temas. Out 92

	Poder Político	Estratégias da Grelha	Poder Económico	Concorrência Direta	Audiências
Responsáveis por canais/secções de TV		“Os equívocos e as expectativas”		“Sem telenovelas, séries suicídio”	“SIC confundiu salto á vara com salto em altura”
Jornalistas de TV					
Jornalistas de Imprensa		“O tempo, volta para trás”, “ 2 anos de televisão fast-food”, “SIC: 3 anos no ar”		“Essa maldita televisão”, “A batalha indonésia SIC/RTP”	
Telespectadores/Leitores		“A mim basta-me a SIC”, “Televisões em guerra”			
Profissionais da área de TV					
Figuras Públicas					

Tabela 5. Relação Vozes / Tema Nov. Dez. 93; Jan e 6 out 93; 6 out.94 e 95

Verifica-se que em outubro de 1993, responsáveis por canais de televisão ou por departamentos televisivos, foram os que mais contribuíram para o debate público, no domínio da informação televisiva, respeitante ao aparecimento da televisão e as mudanças que tal facto provocou no paradigma televisivo, mais concretamente no Canal 1. Intervenções relativas ao “confronto direto” entre os dois canais tiveram uma importante presença durante o 1º mês do canal privado.

Em relação aos períodos posteriores responsáveis de canais de TV/secção televisiva, voltaram a ter uma relativa importância no debate público, assim como os jornalistas de imprensa. Porém o assunto na ordem do dia passou a ser as estratégias de grelha dos dois canais, ainda que o confronto direto continuasse a apresentar um espaço significativo no debate público.

2.2. Entrevistas

Como anteriormente referido, foram escolhidos para as entrevistas, três jornalistas, que entre 1992 e 1995 exerceram funções numa das estações. São eles, Alberta Marques Fernandes, Paulo Nogueira e Maria João Figueiredo. As entrevistas foram feitas via e-mail e pretenderam apurar a opinião presente entre os jornalistas, enquanto profissionais, relativa ao debate público instaurado entre 1992 e 1995. Foram escolhidos jornalistas que na altura trabalhavam na RTP e SIC não só pela proximidade que tiveram com o tema, mas pela visão sobre o caso enquanto profissionais da área de televisão. As entrevistas foram feitas durante o mês de setembro de 2016 e os contactos foram estabelecidos através de redes sociais, como o facebook, e-mail ou o linkedin.

- Alberta Marques Fernandes

Licenciada em Relações Internacionais pela Universidade Lusíada, Alberta Marques Fernandes iniciou o seu percurso jornalístico na Rádio Renascença, onde estagiou em 1991. Acabou por integrar em 1992, a equipa fundadora da SIC. Foi o primeiro rosto da estação ao apresentar o primeiro noticiário do canal privado. Em 2001 acabou por ingressar na equipa da RTP onde trabalha atualmente.

Quando questionada sobre o que poderia trazer para a esfera pública e para a própria televisão nacional, o nascimento de um novo canal de televisão a jornalista diz na altura não ter tido nenhuma noção sobre o que estaria para acontecer, dada a sua juventude e pouca experiência profissional na área do jornalismo e da televisão. Desde o seu aparecimento, afirma que a SIC apresentava métodos mais simples na área informativa, em relação ao canal público. “(...)

procedimentos com menos burocracia, aposta na agilidade, capacidade de resposta mais rápida e mais eficaz” faziam parte da estratégia informativa do canal privado. Em relação à estação pública, as diferenças eram notórias: “forte aposta na criatividade, na abordagem diferenciada nos mesmos assuntos, na aposta na proximidade com os diferentes públicos”.

Ainda que reconheça algumas diferenças nas estratégias adotadas pelos dois canais, Alberta afirma que nunca viu o seu trabalho enquanto jornalista ser de alguma forma afetado pela disputa entre os dois canais para alcançar o máximo de audiências. A concorrência sentida era apenas um incentivo para se fazer mais e melhor no seio da redação. Quando questionada sobre uma vitória ou derrota do jornalismo televisivo perante uma luta constante travada entre os dois canais, a jornalista não tem dúvidas de que o jornalismo saiu a ganhar com a existência de mais um canal de televisão “(...) a pluralidade é sempre boa para a informação.”

- Paulo Nogueira

Jornalista da RTP1 até junho de 1992, foi convidado para fazer parte da equipa da SIC, onde apresentava o “Último Jornal” de segunda a sábado e integrava a equipa de coordenadores de edição da nova estação. Licenciado em Comunicação Social, pela Universidade Nova de Lisboa, iniciou a sua carreira na Rádio Renascença, onde durante sete anos foi editor dos principais noticiários diários. Atualmente continua a exercer a profissão de jornalista no canal que o acolheu em 1992.

Após deixar a RTP para fazer parte da equipa fundadora da SIC, Paulo Nogueira, à data da saída da estação pública não teve perceção de alguma alteração nos métodos de trabalho da RTP nem conhecimento de alguma estratégia informativa que antecipasse ao início das emissões da SIC. Quando questionado sobre a necessidade de uma possível mudança na informação da RTP, como estratégia para combater o canal privado, o jornalista é preciso: “Era essa a sensação de muitos profissionais. Muitos que assim pensavam acabaram por sair para o canal privado, como foi o meu caso.”

Uma vez a trabalhar no canal privado, afirma que, ainda que nunca tenha recebido alguma indicação para os trabalhos jornalísticos serem apresentados rapidamente, antes que a notícia fosse dada no canal público, “na SIC sempre houve a preocupação de dar a melhor informação e em primeiro lugar. (...). Essa vontade fazia parte do DNA da redação da SIC.”

Apesar de admitir que durante os primeiros anos de concorrência foram cometidos alguns erros por ambos os canais, o jornalista acredita que ainda assim o nascimento do canal privado permitiu uma subida da qualidade da informação televisiva em Portugal, tanto na forma como os conteúdos são criados, como na maneira em que são apresentados.

- Maria João Figueiredo

Atualmente coordenadora de informação da TVI e TVI24, entre 1988 e 2008, foi jornalista da RTP, depois de se formar em comunicação social, no Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa. Apesar de ter sido convidada a integrar a equipa da SIC em 1992, por razões pessoais acabou por se manter na RTP1, até se mudar para a estação de Queluz em 2009.

Ao ver de perto o aproximar do nascimento do novo canal, afirma que na estação pública, José Eduardo Moniz, o então diretor-coordenador de informação e programação da RTP, tinha já começado em 1991 a “treinar o esquema de concorrência”. Ambos os canais da estação pública, Canal 1 e Canal 2, “usavam jornalistas e equipas ENG diferentes para efetuar o mesmo trabalho”. Quando o derradeiro dia chegou, a jornalista acredita que a RTP estava preparada para receber a nova estação e conseguiu durante algum tempo travar o avanço da concorrência, com algumas mudanças que foram essenciais para melhorar o desempenho do canal. “(...) lembro-me de ter mudado a coordenação do Telejornal e de a própria redação ter sido reforçada com novos elementos. Os alinhamentos do Telejornal sofreram mudanças, com menos peças sobre o governo e a exigência de qualidade aumentou.”

Quando questionada sobre a possibilidade de a concorrência entre os canais ter prejudicado a informação televisiva, acha precisamente o contrário: “Foi a existência de concorrência que permitiu à RTP deixar de ter um jornal tão formal, oficioso e pouco criativo”. Também nunca sentiu que a título pessoal o seu trabalho saísse de alguma forma prejudicado pelo ambiente hostil entre as televisões, todavia, quando foi transferida do canal 2 para o canal 1, na época da luta pelas audiências, sentiu que na RTP1 esse ambiente era mais notório, facto que a incentivava ainda mais. “Com o decorrer do tempo, e exatamente para melhor combater a concorrência, muitos dos que estavam no canal 2 passaram para a RTP1. E aí sim, comecei a sentir bem a concorrência. Mas não me senti prejudicada. Pelo contrário, foi um estímulo.” Sobre o aparecimento da televisão privada, não tem dúvidas, “foi um dos grandes acontecimentos da democracia pós 25 de Abril.”

Cap.3. Discussão e conclusões

Este capítulo final da dissertação destina-se a apresentar as principais conclusões retiradas da análise da observação indireta, nas edições do jornal “Público” e das entrevistas que foram feitas a três jornalistas que estiveram na RTP e /ou na SIC. Em ambas as análises o período referencial escolhido está compreendido entre os anos 1992 e 1995.

Na análise dos jornais, num primeiro processo, foram criados parâmetros para fazer o levantamento dos conteúdos mais pertinentes para este trabalho. Foram então analisadas, no total, 53 edições do Jornal “Público” e retiradas peças jornalísticas que obedeciam às seguintes regras:

- A presença, nos títulos, subtítulos ou Leads das notícias, de palavras como: “televisão”, “televisão privada”, “televisão pública” “serviço público”, “SIC”, “RTP,” Informação”, “Programação”, “Grelha Informativa”, “Estação televisiva”, “Emissão” e “Concorrência”.
- Foi dada especial atenção a rúbricas do Jornal Público que dessem voz aos leitores, para serem conseguidos artigos de debate público entre pessoas comuns sobre o tema deste trabalho.

Foram então encontrados um total de 88 conteúdos jornalísticos, respeitantes aos parâmetros estabelecidos, que numa segunda fase foram analisados tendo retirados apenas aqueles que diziam respeito ao canal de serviço público ou ao canal privado, mais concretamente em contexto informativo. Foram então analisadas mais profundamente 37 conteúdos relativos à informação e às duas estações de televisão.

Para que a análise mais especificamente do debate público em torno do tema fosse conseguida, foi criada uma categoria “Vozes” na qual seriam inseridas as peças em que alguém desse a sua opinião sobre o tema em concreto. Para isso todos os 37 conteúdos foram totalmente analisados, para fossem retiradas as “vozes” das peças jornalísticas. Nesta categoria inseriram-se textos de opinião, entrevistas, cartas dos leitores para o jornal, citações presentes em notícias e até críticas jornalísticas por parte dos próprios profissionais do jornal.

Depois de feita uma lista com as “vozes” que participaram no debate público, de onde resultaram 29 conteúdos jornalísticos, foram criadas categorias para os sujeitos presentes no debate público, de forma a perceber quais foram os grupos da sociedade que mais se manifestam no debate público. São elas: - Responsáveis por canais de TV/secções de TV; Jornalistas de TV; Jornalistas de Imprensa; Telespectadores/Leitores; Profissionais não jornalistas da área da TV e Figuras Públicas. Depois de feita uma análise exaustiva aos 29 conteúdos que apresentavam manifestações diretas sobre o tema, foi criada uma lista onde se inserem os contributos dos sujeitos nas categorias previamente estabelecidas e posteriormente organizadas duas tabelas que relacionam o número de vezes que cada categoria deu o seu

contributo para o debate público. Uma das tabelas refere-se a outubro de 1992 e a outra ao restante período de tempo analisado.

Depois da análise das referidas tabelas conclui-se que durante o mês de outubro de 1992, os responsáveis por canais/secções de TV foram as “vozes” que mais se pronunciaram sobre as estratégias informativas utilizadas pelas RTP depois do aparecimento do canal privado, com 10 intervenções, como os jornalistas de imprensa e as figuras públicas, ainda que com um número mais reduzido de intervenções (apenas 4).

De notar que neste período, jornalistas de TV e Leitores/Telespectadores não tiveram uma participação muito visível no debate público sobre o tema, algo que acontece também nos três meses seguintes analisados, bem como na edição do segundo e terceiro aniversário do canal privado.

No total, foram 13 intervenções de Responsáveis por canais/secções de TV, logo de seguida nove contributos feitos pelos próprios jornalistas de imprensa, quatro por telespectadores e figuras públicas e por última duas de profissionais de TV e apenas uma de jornalistas da TV.

É de realçar a pouca intervenção de dois grupos que, à partida, poderiam parecer essenciais na participação do debate: os próprios jornalistas de tv, neste caso de um dos dois canais, e os leitores/espectadores. No primeiro caso, algumas vezes solicitados, os jornalistas não quiseram “dar asas” a algum tipo de comentário sobre o tema, visto que muitos trocaram na altura a estação pública pela privada. Optaram por manter um “low profile” e não insinuaram uma guerra existente entre os dois canais.

Em relação aos telespectadores, as opiniões dadas foram de livre e espontânea vontade, através de cartas enviadas ao próprio jornal, não tendo sido feitas qualquer tipo de entrevistas a pessoas comuns da sociedade para que pudessem exprimir-se sobre o assunto. É de salientar que se o objetivo do jornal fosse verdadeiramente dar voz ao público em relação ao tema, teria facilmente conseguido através de uma associação fundada exatamente no período que antecede o aparecimento dos canais privados, com o objetivo de dar voz ao telespetador: a Associação de Telespectadores (ATV), fundada em 1991, pretendia de alguma forma colmatar a falta de associativismo entre o público dos media, mais precisamente da televisão, e curiosamente nunca foi ouvida nesse período pelo jornal “Público”.

No campo do maior número de intervenções, conclui-se que os próprios responsáveis pelos dois canais, ou com acrescida responsabilidade por alguma secção dos mesmos, foram os que mais contribuíram para o debate público sobre o caso, os que fizeram correr muita tinta nos jornais, talvez com o objetivo de ganhar uma maior notoriedade no seio da sociedade, algo que também ajudaria nas audiências do canal. Já os próprios jornalistas do “Público” também tiveram a sua importância ao dar importantes contributos no debate do tema. Também por objetivos comerciais e económicos talvez, a polémica de assuntos que estão na ordem do dia agrada aos

leitores e o jornal pretendeu com isso alimentar um assunto “que vendeu” e correu muitas páginas dos jornais.

Por último, foi criada uma tabela que relacionasse as categorias de “vozes” presentes no debate, com os assuntos mais falados relativos ao tema. Também para essa análise foram criados cinco temas principais: poder político; estratégias da grelha; poder económico; concorrência direta e audiências.

Novamente os períodos de tempo foram divididos, entre o primeiro mês analisado e os restantes. É de salientar que a categoria “responsáveis por canais/secções de tv “teve o seu contributo em todos os grupos de tema estabelecidos, mas a sua maior intervenção foi na concorrência direta, com quatro intervenções sobre o assunto. Esse assunto é aliás o mais comentado por todas as secções, também por ser um assunto mais polémico e que mais provoca tanto a curiosidade dos espectadores, como ações de resposta por parte de intervenientes dos dois canais.

Curiosamente, o poder político e económico, que poderiam servir de “arma de arremesso” são pouco falados no debate, apenas aparecem como tema principal, em duas intervenções, ainda que sirvam para criticar a forma de atuação do serviço público prestado pela RTP e a forma como são mal utilizados os fundos provenientes do Estado para “manter” o canal. Também as audiências não têm valor significativo no debate com apenas quatro intervenções, o que reforça a ideia de que tanto os maiores responsáveis pelos canais, como os jornalistas de imprensa estariam mais interessados em alimentar a polémica, com o objetivo final de verem as audiências a crescer. Ainda assim, a estratégia de grelha aparece várias vezes como tema falado, no que poderá ser uma forma de publicitar aos leitores as estratégias de cada canal.

De notar que o elevado número de peças tanto sobre a concorrência direta, como sobre as estratégias da grelha por parte dos responsáveis dos canais apresentam objetivos únicos de publicitar os canais e fazer com a percentagem de audiências lhes seja favorável.

Como referido, as entrevistas foram feitas a três jornalistas: Alberta Marques, Paulo Nogueira e Maria João Figueiredo. As primeiras comunicações foram feitas através das redes sociais ou presencialmente, no caso da Maria João. A entrevista foi feita via e-mail, por ser mais prático para os entrevistados e foram feitas quatro a cinco perguntas a cada um deles. As respostas foram obtidas durante o mês de setembro de 2016.

Todos os jornalistas, apresentam opiniões diferentes sobre o tema e ainda que alguns sejam mais retraídos a contribuir para a reflexão sobre o que se passou na época, reconhecem a existência de um confronto público entre os dois canais, mas que nunca afetou o seu trabalho enquanto jornalistas. A única forma de influência que o debate público exercia sobre o trabalho jornalístico era, segundo os jornalistas entrevistados, a motivação e o incentivo para fazerem mais e melhor do que o outro canal.

No caso específico de Paulo Nogueira, que na altura saiu da estação pública para integrar a equipa da SIC, o jornalista dá a entender que não concordava com a estratégias da RTP e esse foi o motivo pelo qual vários jornalistas na época trocaram um canal pelo outro. A necessidade de mudança, de algo novo, fez com que a SIC conseguisse trazer da RTP vários profissionais. Maria João Figueiredo, na altura também convidada para a nova estação, decidiu ficar na RTP por motivos pessoais.

3.1. Considerações finais

Para a realização das conclusões finais é necessário que sejam lembradas pergunta de partida inicial desta dissertação, os principais objetivos e hipóteses colocadas ao iniciar a pesquisa.

A questão desde logo início colocada foi: quais as reações presentes no debate público, relativas às alterações dos conteúdos informativos da RTP1, com o aparecimento da SIC?

Do ponto de vista da análise das edições do “Jornal Público” as principais reações concentraram-se na concorrência direta entre os dois canais, talvez como uma forma de propaganda para ambos os canais, visto que eram os próprios responsáveis de cada estação que mais participavam no debate público. É de ressaltar que os próprios jornalistas do jornal também em muito contribuíram para o debate público sobre o tema, também como forma de obter mais lucro através da venda de mais jornais. Curiosamente, aqueles que seriam os mais visados nesta “guerra” entre canais, os espetadores, foram esquecidos e não foram ouvidos, a não ser por iniciativa própria, através da exposição pública do seu descontentamento no próprio jornal.

No caso dos jornalistas de TV, houve o cuidado de não se exporem muito acerca do assunto, até para de alguma forma salvaguardarem o seu trabalho. Conclui-se que na época não tiveram uma participação muito ativa no debate público, não querendo assim alimentar de alguma forma a polémica que já estava instalada.

Em relação aos objetivos propostos:

- Identificar a estratégia informativa da RTP1, depois do aparecimento da SIC;
- Analisar o debate público, quer por parte de profissionais de televisão quer de outros intervenientes, concretamente sobre a dicotomia entre RTP1 e SIC, da época entre 1992 e 1995, através da imprensa da época
- Perceber quais foram os grupos sociais que mais se destacaram no debate público sobre o tema

Conclui-se que depois do aparecimento da SIC, a RTP adotou uma posição mais flexível em relação à informação e tentou afastar-se das pressões políticas. Houve um cuidado em mudar horários de exibição dos programas, fazer pequenos ajustes nos alinhamentos dos jornais e contratar novos profissionais que rejuvenescessem o jornalismo informativo. Como referido anteriormente o debate público centrou-se fundamentalmente em torno da concorrência direta entre os dois canais e a propaganda das novas estratégias de grelha dos canais, também como

forma de se autopromoverem. Os responsáveis pelos canais, ou por secções dos dois canais, bem como os jornalistas de imprensa foram os que mais “alimentaram” o debate público em redor deste tema.

Em relação às hipóteses que a pesquisa empírica se propôs testar, os dados recolhidos possibilitam tecer as seguintes considerações.

H1: com o aparecimento da SIC, a informação da RTP1 adotou uma estratégia de combate ao crescente aumento da percentagem de audiências do canal privado.

Os conteúdos da imprensa e as declarações de jornalistas entrevistados sugerem que no canal 1 da estação pública existia, desde o nascimento da SIC ou mesmo antes, uma consciência da necessidade de modificar o seu modelo de abordagem da atualidade noticiosa de modo a enfrentar a concorrência, para o que foram mobilizados mais meios, designadamente, um reforço das equipas com jornalistas transferidos do canal 2.

H2: vários profissionais em televisão viram de perto o nascimento do 1º canal privado e acreditam que a RTP 1 não conseguiu acompanhar a estratégia informativa da SIC.

Não é possível concluir cabalmente quanto a esta hipótese, dada a ausência de participação dos jornalistas de televisão no debate público da época e o pequeno número de entrevistas que foi possível realizar. No entanto, retrospectivamente, os jornalistas entrevistados tendem a considerar que a informação da RTP acabou por beneficiar da concorrência da SIC para melhorar ao longo do tempo.

H3: vários profissionais trocaram o canal público pelo privado exatamente por não concordarem com uma informação rígida e ultrapassada.

Também nesta hipótese, é difícil chegar a uma conclusão apenas com o pequeno número de jornalistas que foi possível inquirir entre os que estavam na RTP em 1992, e mais ainda quando nesses (dois) casos as experiências divergem. As declarações recolhidas sugerem, mesmo assim, que a avaliação que os próprios jornalistas da RTP faziam da informação do canal terá pesado na transferência de alguns deles para o novo canal privado.

Referências

- Abreu, K. C. K. & Silva, R. S. (2012). *História e tecnologias da televisão*. Consultado a 14 de outubro de 2015 através de <http://www.bocc.ubi.pt/>
- Bourdieu, P. (2001). *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta
- Brandão, N. G. (2002). *Espetáculo das notícias: televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa: Notícias
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*, 3 (2). 77-101. Consultado a 14 de agosto de 2016 através de www.eprints.uwe.ac.uk
- Bustamante, H. (2003) *A economia da televisão. As estratégias da gestão de um media*. Porto: Campo das Letras
- Cádima, F. R. (1996). *Salazar, Caetano e a televisão portuguesa*. Lisboa: Presença
- Canavilhas, J. (2001). *Televisão. O domínio da informação espectáculo*. Consultado 14 de outubro de 2015 através de <http://www.bocc.ubi.pt/>
- Carvalho, J. R. (2014). *As caixas mudaram o mundo? Uso feminino dos media no Estado Novo*. Coimbra: Minerva
- Cebrian, H. M. (1998). *Informacion televisiva. Mediaciones, contenidos, expression y programacion*. Madrid: Sintesis
- Cruz, C. (2008). *A telerrealidade: uma abordagem hermenêutica da construção social da realidade pela informação televisiva da actualidade*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas
- Dayan, D. & Katz, H. (1994). *Media events: the live broadcasting of history*. Cambridge: Harvard University Press
- Lopes, F. (2008). *A tv do real: a televisão e o espaço público*. Coimbra: Minerva
- <http://www.erc.pt/pt/televisao>
- Lopes, F. & Pereira, S. (2007). *Estudos sobre programação televisiva: os programas de informação e conteúdos para a infância*. Consultado a 15 de fevereiro de 2016 através de <http://www.bocc.ubi.pt/>
- Lopes, F. (2000). *O panorama audiovisual português. O passado recente e o futuro próximo*. Consultado a 25 de setembro de 2015 através de <http://www.bocc.ubi.pt/>
- Lopes, F. (1999a). *O telejornal e o serviço público*. Coimbra. Minerva
- Lopes, F. (1999b). *Serviço público de televisão: a crise, a identidade e os desafios*. Consultado a 25 de setembro de 2015 através de <http://www.bocc.ubi.pt/>

Lopes, F. (2007). *A tv das elites: estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas, 1993-2005*. Porto: Campos das Letras

Missika, J. L. & Wolton, (?). *Televisão: das origens ao multimédia e à interatividade*. Consultado a 19 de outubro de 2015 através de <http://www.fcsh.unl.pt/>

Rebelo, J. (1993). *No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal. Análise social*, 122, 653-677. Consultado a 19 de abril de 2016 através de <http://analisesocial.ics.ul.pt/>

Richeri, G. (2014). *The media amid enterprises, the public, and the state: new challenges for research*. In J. Wasko & J. Murdock & H. Sousa (Eds.), *The handbook of political economy of communication*. Malden: Wiley Blackwell

Ruivo, R. M. (?). *Repensar a televisão: uma visão positiva sobre o papel da televisão como elo social, veículo de cultura e espaço de lazer*. Consultado a 15 de outubro de 2015 através de <http://labcom-ifp.ubi.pt/>

Saraiva, M. R. (2011). *A cenografia da informação televisiva em Portugal: da sobriedade à espectacularidade das redacções*. Porto: Afrontamento

Silveira, J. F. & Shoemaker, P. (2010). *Telejornais em exame*. Lisboa: Colibri

Sobral, F. A. (2012). *Televisão em contexto português: uma abordagem histórica e prospetiva*. Consultado a 28 de outubro de 2015 através de <http://www.ipv.pt/>

Sousa, H. & Santos, L. A. (2003). *RTP e serviço público. Um percurso de inultrapassável dependência e contradição*. Consultado a 17 de novembro de 2015 através de <https://repositorium.sdum.uminho.pt>

Torres, E. C. (2011). *A televisão e o serviço público*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos

Traquina, N. (1997). *Big show media: viagem pelo mundo do audiovisual português*. Lisboa: Notícias

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

Anexos