

Da pós-neotelevisão: a reconfiguração do *prime-time* nos canais generalistas portugueses¹

Felisbela Lopes

No primeiro quinquénio do século XXI, o horário nobre das estações generalistas mudou substancialmente. É certo que este segmento continua a abrir com o noticiário das 20h00, mas, a partir daí, existem poucas semelhanças com a programação dos anos 90. O telejornal é mais extenso e integra no seu alinhamento géneros televisivos que, até então, configuravam emissões autónomas (debates, comentários políticos, grandes reportagens e entrevistas); os novos *reality shows* formam uma espécie de minigrelha que condiciona a restante franja nocturna; as novelas (portuguesas e brasileiras) são emitidas em bloco pela noite dentro; a informação semanal cede espaço a conteúdos de entretenimento que tendem a homogeneizar serões televisivos cada vez mais dilatados. Liderando as audiências em período nocturno a partir de 2001, a TVI impôs um *prime-time* dividido entre as “novelas da vida real” e a ficção portuguesa, alargando-se a um segmento normalmente tido como *late night*. A SIC tentou copiar este modelo, reunindo sempre menos público. A RTP manteve-se mais distanciada deste desenho, mas só a partir de 2003 a programação se torna mais alternativa. A fim de surpreender permanentemente os telespectadores, os canais de TV já não concentram as estreias nas chamadas “temporadas televisivas”, optando, antes, por introduzi-las gradualmente ao longo do ano, coladas a emissões bem sucedidas do ponto de vista audimétrico. Neste artigo, vamos procurar a configuração do *prime-time* dos canais generalistas portugueses no período compreendido entre 2000 e 2004.

1 – As três fases da televisão

À televisão dos primeiros tempos Umberto Eco chama “paleotelevisão”, mas acerca dela pouco mais escreve para além das afirmações de que “era feita para todos os espectadores, falava das inaugurações dos ministros e impunha que o

¹ Parte dos elementos deste capítulo foram retirados na nossa tese de doutoramento apresentada na Universidade do Minho em Dezembro de 2005 com o título *Uma Década de Televisão em Portugal (1993-2003) Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas*.

povo apreendesse coisas inocentes, mesmo à custa de mentiras” (1993: 135). A abertura do espectro televisivo ao sector privado operou a transição para aquilo a que Eco designa como “neotelevisão”, que se caracteriza por “falar de si própria e do contacto que está estabelecendo com o seu público” (1993: 135). Eliseo Veron (2001) veio acrescentar uma nova fase à dupla periodização proposta por Umberto Eco e retomada por Francesco Casetti e Roger Odin², dando outra leitura dos conceitos apresentados por estes investigadores. Apesar de não manifestar um desacordo relativamente às designações de “paleotelevisão” e de “neotelevisão”, Veron revela alguma cautela no que diz respeito às características que os investigadores italianos lhes atribuem. Na sua perspectiva, o que permite diferenciar as etapas da televisão generalista “são os interpretantes que caracterizam os contratos de comunicação e não o laço estrutural que passa sempre pelo contacto indicial”. Assim, na primeira fase, o interpretante fundamental era fornecido por um “contexto sócio-institucional extra-televisivo” (o Estado-Nação), sendo o contrato de comunicação consubstanciado não pela transparência, mas através da metáfora da “janela”. Ao interpretante-nação correspondia, ao nível da recepção, um interpretante-cidadão que absorvia o que lhe era proposto pela grelha televisiva construída segundo uma lógica que escapava ao próprio *medium*. Na segunda fase, a televisão afasta-se do plano político, tornando-se, ela própria, a “instituição-interpretante”, resultando daqui uma visibilidade crescente das estratégias enunciativas. A passagem do século trouxe, na opinião de Eliseo Veron, um novo modo de encarar a enunciação televisiva. Na sua perspectiva, o interpretante dominante caracteriza-se por “uma configuração complexa de colectivos definidos como exteriores à instituição televisão, atribuídos ao mundo não-mediatizado do destinatário”, representando os novos *reality shows* (tipo *Big Brother*) os programas de base deste novo contexto de mudança de paradigma. Pela primeira vez na sua história, a TV integraria no ecrã o processo de mediatização do qual ela é a fonte e o principal actor, concedendo à realidade extramediática quotidiana, na qual se movimentam os receptores, um espaço estratégico tão importante como aquele que se encontra dentro do pequeno ecrã. Nas palavras de Eliseo Veron, este tipo de programa “coloca em cena uma semiótica do laço social quotidiano extramediático”, através do qual se completa aquilo que o programador planeou. Nesta fase, a programação fica em aberto, dando-se aos receptores o poder de decidirem o desfecho dos programas. Veron pensa que esta será a última etapa da TV generalista. Terá esta tese aplicação em Portugal? Poder-se-á falar aqui de uma pós-neotelevisão?

² Francesco Casetti e Roger Odin retomam a designação de “neotelevisão”, preparando, a partir desse conceito, um número da revista *Communications* sobre as mutações da televisão que é publicado em 1990.

2 – A oferta televisiva em período nocturno entre 2000 e 2004

2.1 – Uma locomotiva chamada *Big Brother*

Multiplicadas pelas estações privadas generalistas, as “novelas da vida real” revolucionaram a programação nos primeiros cinco anos deste século. Até certo ponto, isso era inevitável. A oferta televisiva como uma realidade composta por elementos específicos (os programas) inseridos naquilo a que Gonzalez Requena (1995) chama “macrodiscurso global” (a grelha) é uma perspectiva adoptada por vários teóricos, segundo os quais uma emissão é condicionada por aquelas que lhe são contíguas. Porque ocuparam um grande espaço no interior das grelhas, os novos *reality shows* influenciaram os restantes conteúdos televisivos dos canais privados. Os enredos desses formatos entraram noutros programas, deram origem a emissões especiais, tornaram alguma da ficção nacional semelhante a si e misturaram aquilo que é intrínseco ao entretenimento com aquilo que é idiossincrático ao jornalismo³.

A primeira “novela da vida real” a estrear em Portugal foi o *Big Brother*, que iniciou as suas emissões na TVI a 4 de Setembro de 2000, data em que esta estação privada apresentou uma nova grelha, não sem antes ter posto na rua uma agressiva campanha publicitária que anunciava uma nova estação. A aposta na renovação fez-se a todos níveis – grafismo, cores, logótipos, cenários, programas de entretenimento e de informação –, funcionando este novo formato como uma espécie de âncora da programação, nomeadamente daquela que era emitida em horário nobre. Poucos meses mais tarde, José Eduardo Moniz fala desse programa como “um produto que funciona como locomotiva de atracção dos espectadores” (*Expresso*, 20 Janeiro de 2001).

Depois de ter reunido cerca de 75% de *share* no desfecho da primeira edição do *Big Brother* na noite da passagem de ano para 2001, a TVI deu início a uma segunda edição a 21 de Janeiro e estreou uma terceira edição a 2 de Setembro. Para além das emissões diárias dedicadas a este formato, a estação capitalizou-o em vários momentos, promovendo programas especiais com os respectivos concorrentes⁴. Paralelamente ao *BB*, o canal Quatro experimenta outros *reality shows* (*Survivor*, por exemplo), mas em Setembro de 2002 o *BB* haveria de regressar, desta vez com a participação de “celebridades mediáticas” que não tiveram dificuldade em conquistar o interesse do público. Antes de o ano terminar, e porque o *BB dos Famosos* tinha uma duração mais curta do

³ Desenvolvemos este assunto no artigo “Novos rumos no audiovisual português: O reflexo do *Big Brother* na informação televisiva”. In Pinto, M. e Sousa, H (ed). *Casos em que o Jornalismo foi notícia*. Ed. Campo das Letras, 2007.

⁴ Para além de fazer transmissões dos casamentos de três pares de concorrentes do *Big Brother* que iniciaram dentro da “Casa” um namoro (Marco e Marta; Célia e Telmo; e Sérgio e Verónica), a TVI promoveu emissões especiais de dois noivados que intitulou “O anel de Marta” e “A jóia de Célia”. Terminada primeira edição da “novela da vida real”, criou um programa chamado *Mulheres de A a Z* em que o vencedor, o concorrente Zé Maria, escolhia aquela que lhe parecia ser a (sua) mulher “ideal”.

que o *BB* que se estendia por 120 dias, aparece uma segunda edição e, no ano seguinte, a estação aplica o mesmo modelo à *Academia das Estrelas*. A “locomotiva” do quarto canal ressurgiu a 31 de Agosto de 2003, mais arrojada do que anteriormente, com a promessa de que os participantes “vão pôr tudo a nu”. No entanto, o enredo construído pelos 12 concorrentes não reuniu o interesse habitual. Talvez por isso a TVI tenha deixado passar algum tempo até colocar no ar um outro *reality show*, que surge em Outubro de 2004, num formato diferente. *Quinta das Celebridades* é uma “novela da vida real” com participantes conhecidos do público a quem se oferece um quotidiano rural. Tendo inicialmente rejeitado o formato *Big Brother*, a SIC rende-se ao êxito das “novelas da vida real” a partir de 2001, adoptando uma engenharia de programação idêntica à da TVI. Na véspera do início da segunda edição do *BB*, a SIC estreia, a 20 de Janeiro, *Acorrentados* (um formato igualmente produzido pela Endemol), mas nesse confronto de géneros televisivos a estação de Carnaxide não foi, nem iria ser nos meses seguintes, bem sucedida. Em Maio, começa a emitir *Bar da TV* (com produção do brasileiro Ediberto Lima) que suscita bastante polémica, mas não provoca a adesão do público⁵. A 4 de Setembro, ensaia *Confiança Cega* (novamente produzido pela Endemol), idêntico a *Temptation Island* cuja versão americana da cadeia Fox a TVI começara a transmitir em Junho. Todos estes programas – atravessados pelo traço da exposição da vida privada de concorrentes colocados em ambientes do quotidiano a fim de se produzir um “efeito do real” – ocupam zonas consideráveis do horário nobre, mas nenhum deles suplanta o *share* reunido por formatos idênticos na TVI⁶. Esta perda da liderança de audiências em período nocturno abre uma crise profunda na SIC. Nas receitas publicitárias e nos cargos directivos. A 7 de Setembro, Emídio Rangel rescinde o seu contrato, colocando um ponto final no cargo de director da estação que assumira ao longo de uma década. Esta saída não implicou mudanças substanciais da engenharia de programação. Insistindo em ancorar o segmento da noite nas “novelas da vida real”, a SIC aposta, a partir de Março de 2002, num novo formato da Endemol, *Masterplan*, cuja emissão semanal era apresentada pela modelo Marisa Cruz e pelo humorista Herman José que, a partir desta data, aparece diariamente no ecrã de Carnaxide com uma rubrica de um minuto intitulada *A Anekdota do Herman*⁷. No dia de apresentação das novidades da estação, o presidente

⁵ Logo nas primeiras emissões, as cenas de sexo protagonizadas por alguns concorrentes haveria de suscitar uma forte oposição dos pais de uma participante que se deslocaram até ao *Bar da TV* para convencer a filha a abandonar o concurso. A produção do programa transmitiu em directo a conversa entre a Margarida e os seus progenitores e mesmo quando a jovem, dividida entre a vontade dos seus pais para que ela saísse e o seu desejo de ficar, pediu para falar em privado com a psicóloga da equipa de produção, esse diálogo foi emitido em directo.

⁶ A estreia de *Confiança Cega* somou 24,5% de *share*, contando com a concorrência da terceira edição do *Big Brother* que começara na véspera, ancorado por duas novelas: *Azijo Selvagem* e *Filha do Mar*.

⁷ Em entrevista à edição n.º 1235 da *TVGuia* (Outubro de 2002), o director de Programas da SIC, Manuel Fonseca, afirma que foram “compromissos entre a programação e os interesses comerciais que culminaram n.º A Anekdota do Herman”.

do Conselho de Administração, Francisco Pinto Balsemão, disse “acreditar que o ‘Grande Mestre’ pode ser o ‘Big Brother’ da SIC” (*Diário de Notícias*, 4 de Março de 2002). Por seu lado, o director de programação deste canal generalista, Manuel da Fonseca, explica que, com esse formato, seguirá a mesma tática da TVI: colá-lo às novelas, constituindo com ele uma espécie de minigrelha dentro da SIC. Essa opção não foi rentável do ponto de vista audimétrico, mas o “Grande Mestre” haveria de chamar a atenção, devido às cenas mais ousadas de uma concorrente, Gisela Serrano, que não revelava qualquer inibição em exhibir perante as câmaras a sua vida íntima, fazendo acompanhar as cenas que protagonizava de um léxico indecoroso. Segundo Eduardo Cintra Torres, “a produção do programa escolheu-a por ela ser tão irritante, tão Lisboa, gaita-de-chinela-no pé, que haveria de atrair audiências” (*Público*, 10 de Junho de 2002). Essa subida pontual do *share* não teve um efeito de arrastamento de audiências. Embora não tenha projectado uma nova série d’“O Grande Mestre”⁸, a SIC insiste, nos últimos meses de 2002, em manter o horário nobre dominado pelas “novelas da vida real”, mas, em vez de recriar um ambiente por onde fizesse circular a vida pública e privada de um conjunto de concorrentes, a direcção de programação concebeu um formato que seguia o quotidiano de cantores de uma música conhecida como “pimba”, colocando no ecrã vivências pessoais muito próximas daquelas que o *Big Brother dos Famosos* exibia no canal concorrente (*O meu nome é Ágata* e, posteriormente, *A Casa do Toy*). Como acontecera num passado recente, no embate de programas do mesmo género, a TVI alcançou melhores resultados audimétricos. Em 2003, a SIC muda parcialmente a sua estratégia, começando, a emitir em Setembro *Ídolos*, um formato da Fremantle Media diferente do *BB* (da TVI) e com elementos formais distintos de *Operação Triunfo* (que, entretanto, tinha surgido na RTP1), mas com idêntico objectivo: fazer aproximar os telespectadores de actores (jovens à procura de visibilidade mediática) que se apresentam em espectáculo dentro do ecrã. Mais do que descobrir novos talentos de música, o objectivo deste formato é rentabilizar audiências. Numa entrevista à *TV 7 Dias* (n.º 863, Outubro de 2003), o director de programação da SIC refere as razões inerentes à escolha deste tipo de conteúdos: “*Ídolos* permitem-nos estabelecer uma relação directa com os espectadores. É uma porta aberta à opinião e ao voto, o que, no final, fará com que alguns milhões de espectadores sintam que foram eles a fazer o programa. É essa a aposta: fazer uma estação de mãos dadas com o telespectador”. Ao contrário das sucessivas “novelas da vida real” que a SIC experimentou a partir de 2001, *Ídolos* será um formato que multiplicará novas edições em 2004. A RTP1 resiste às “novelas da vida real”, mas em 2001 reforça o horário nobre com a componente lúdica através essencialmente de dois géneros: os *reality*

⁸ São razões de ordem financeiras as invocadas por Manuel Fonseca para justificar o desaparecimento de *Masterplan* da grelha de Outono (*TVGuia*, n.º 1235, Outubro de 2002).

games⁹ e a ficção nacional. Embora não explorem a vida privada dos concorrentes, tal como as “novelas da vida real”, esses novos jogos encenam uma interação entre os respectivos participantes. Este género televisivo não vingou no canal generalista público. Percurso diferente teve um outro tipo de concurso que integra alguns traços da vida real: *Operação Triunfo*. A RTP começou a emitir no início de 2002 a versão espanhola deste formato da Gestmusic que tinha feito grande sucesso na RTVE. A 16 de Fevereiro de 2003, estreia a versão portuguesa com apresentação de Catarina Furtado que, em Setembro do mesmo ano, estará à frente da segunda edição do mesmo programa. Sem entrar na vida privada dos participantes, a *OT* pôs em cena talentos musicais de alguns jovens anónimos com *performances* por vezes surpreendentes, mas incapazes de fazerem crescer substancialmente o *share* do canal público português que continuou, nesse tempo, em terceiro lugar, embora tenha registado uma ligeira subida audimétrica.

2.2 – O triunfo da produção nacional

As novelas portuguesas não são uma novidade nos ecrãs televisivos. A primeira, *Vila Faia*, apareceu em 1982, quando a TV era ainda monopólio do operador de serviço público. Seguiram-se outras, mas nenhuma delas conseguiu visibilidade suficiente para suplantar o furor das novelas brasileiras que se estrearam em Portugal em 1977 com *Gabriela, Cravo e Canela*. Primeiro na RTP e depois de 1994 na SIC, as produções da Rede Globo atraíram grande número de telespectadores. Isso aconteceu até 2001, altura em que uma novela portuguesa conquistou a liderança de audiências. É certo que essa inesperada popularidade foi, em grande parte, motivada pela tal “locomotiva” chamada *Big Brother*, mas a ficção nacional soube, nestes anos, fortalecer-se, ocupando uma franja cada vez mais dilatada do horário nocturno dos canais generalistas. Primeiro na TVI. Depois na SIC e na RTP1.

Nos anos 90, ninguém arriscaria apresentar uma novela portuguesa que se propusesse suplantar uma produção da Rede Globo. Não teria sido essa a pretensão de *Jardins Proibidos* que a TVI estreou a 8 de Abril de 2000, mas foi isso que acabou por acontecer. Pensada para uma série de 40 episódios, esta produção da NBP somou 160¹⁰, conseguindo, na recta final, ultrapassar o *share* que a novela brasileira *Laços de Família* registava, à mesma hora, na SIC. A três dias do último episódio da “novela-emblema” da TVI, o director-geral da estação, José Eduardo Moniz, argumentava que o sucesso alcançado se constituía como “a prova de que a TV Globo não é uma fortaleza inexpug-

⁹ Inserido neste género, aparecem, em Junho, *O Crime Perfeito* e, em Setembro, *Sabotador*. O director de Programas do operador público, Jaime Fernandes, considera este género “uma alternativa aos *reality shows*” (*Diário de Notícias*, 10 de Junho de 2001).

¹⁰ O mesmo já havia sucedido com *Todo o Tempo do Mundo*, uma produção pensada para 26 episódios e esticada até aos 56.

nável” (*Público*, 25 de Fevereiro de 2001). A *Jardins Proibidos* segue-se, em Fevereiro de 2001, *Olhos d’Água*¹¹ que, em Setembro de 2001, será substituída por *Filha do Mar*¹². Nesse mês, a TVI estreia no segmento de acesso ao *Jornal Nacional Anjo Selvagem*¹³, baseada na série argentina *Muñeca Brava*; e no horário mais tardio, *Nunca Digas Adeus*, feita a partir da novela mexicana *Mirada de Mujer*, transformando-se, assim, numa estação que o seu director-geral afirmava ser “a mais portuguesa das estações portuguesas” (*Diário de Notícias*, 20 de Julho de 2001). A este género, a TVI junta séries de produção nacional, grande parte das quais correspondia a formatos de grande êxito noutros países¹⁴. Antecedendo uma novela portuguesa, essas séries, que nem sempre são emitidas no horário previsto, ora delimitam ora dilatam o *prime-time*, mas, num caso ou noutro, reúnem substanciais índices audimétricos. Cumpre-se, assim, aquilo que Rey Morató (1998: 65) chama “o mistério das audiências”, em parte explicado pelo facto de o público seguir a fórmula “*Big Brother + Jornal Nacional + ficção portuguesa + Big Brother*” que funcionava como um macrodiscurso que submetia as respectivas unidades a uma lógica global.

Nos três anos seguintes, as novelas portuguesas continuam a ganhar mais terreno, o que será compreensível numa estação vocacionada para um público feminino. Definindo o objectivo do canal a cujo Conselho de Administração preside, Paes do Amaral reconhece que o respectivo “*target* são as donas de casa activas” (*Público*, 8 de Abril de 2002). Falando das suas estratégias de programação, o director-geral da TVI afirma o seguinte: “se uma estação concorrente passa um jogo de futebol que tem um público maioritariamente

¹¹ A 21 de Julho de 2001, a Fealmar (uma das empresas da NBP) promove um leilão de todas as peças da novela *Olhos d’Água* que, naquela altura, ainda estava exibição na TVI. Segundo se relatava no dia seguinte no *Público*, “foram licitados mais de mil objectos, repartidos por 313 lotes”, o que constituía mais um indício do interesse do público pela ficção nacional, na medida em que essas peças reuniam, sobretudo, um valor afectivo.

¹² Esta novela estreia a 2 de Setembro, tendo a protagonista sido escolhida através de um *casting* a que concorreram mais de um milhar de crianças entre os 8 e os 10 anos (*Diário de Notícias*, 21 de Maio de 2001). Na TVI, as novelas tendem a estreiar coladas aos últimos episódios do enredo que está ainda no ar, seguindo-se, deste modo, o *sandwich programming*, que serve para fazer transitar audiências de um programa para outro por habituação (Cortès, 1999: 230). Outra das estratégias da TVI é dar início a uma nova produção nacional na noite em que emite a primeira ou a última emissão de uma “novela da vida real”, criando-se, desse modo, um bloco de programas de características similares, dirigido a um idêntico *target* em relação ao qual se pretende avolumar as expectativas. Por exemplo, a 3 de Novembro de 2002, a novela *Amanhecer faz a sua estreia* antes da final do *Big Brother dos Famosos*; a 1 de Setembro de 2003, *Morangos com Açúcar* surge na noite a seguir ao reaparecimento de outra edição do *BB*; a 28 de Novembro de 2004, a estação promove a antestreia de *Mistura Fina* numa das galas da *Quinta das Celebidades*.

¹³ *Anjo Selvagem* estreia a 3 de Setembro. É um formato argentino que, em Portugal, se constitui como um fenómeno de popularidade e, conseqüentemente, de longevidade. À volta desta novela, que durante largos meses lidera audiências, a TVI promove várias iniciativas. Por exemplo, a 20 Fevereiro de 2002, para celebrar o 9.º aniversário da estação, os telespectadores assistem à transmissão em directo de um dos episódios; a 2 de Setembro de 2002, para assinalar um ano de emissões realiza-se, na Praça da Figueira, em Lisboa, um espectáculo, transmitido em directo na TVI, com vários músicos portugueses e actores da novela.

¹⁴ A 15 de Abril de 2000, estreia *SOS Crianças*. Seguir-se-ão, nos anos seguintes, *Super Pai*, *Olá Pai*, *Ana e os Sete*, *Inspector Max*, entre outras séries.

masculino, nós pomos no ar uma telenovela que se dirige mais às mulheres” (*Jornal de Notícias*, 5 de Fevereiro de 2002). Este género, mais do que qualquer outro, favorece igualmente aquilo que Moniz diz ser essencial num canal de televisão: “criar água na boca ao espectador” (*Diário de Notícias*, 27 de Março de 2002), isto é, prendê-lo a conteúdos que não têm um desfecho imediato.

Suplantada a partir de 2001 pela TVI em termos de audiência do segmento nocturno, a SIC adopta, a partir daí, uma oferta televisiva semelhante. Antes de experimentar (sucessivos) *reality shows* tipo *Big Brother*, a estação de Carnaxide junta às novelas da Rede Globo a ficção nacional. A estreia acontece, a 19 de Março de 2001, com *Ganância*, uma novela escrita pela brasileira Lúcia Abreu, produzida pela NBP, protagonizada pela popular apresentadora da SIC Catarina Furtado e pelo actor brasileiro Leonardo Vieira e colocada em continuidade com a novela da Globo *Porto dos Milagres*. Este conjunto de ingredientes não foi suficiente para fazer transitar telespectadores do canal privado concorrente. Em 2002, ensaiam-se dois novos empreendimentos neste campo: em Janeiro, *Fúria de Viver*, um formato italiano, produzido pela Endemol, que reparte as primeiras horas dos serões televisivos com a novela da Globo *O Clone*; em Setembro, *O Olhar da Serpente*, escrita pela jornalista Felícia Cabrita e por Francisco Nicholson, produzida pela NBP e integrada no segmento da novela da Rede Globo *Esperança*. Não será ainda com estas opções que a SIC conseguirá audiências que ultrapassem a popularidade que enredos do mesmo género reuniam na TVI.

Ao mesmo tempo que experimentava outros caminhos na produção nacional, a SIC ensaia, em 2001, novas fórmulas através de um produto que, desde o início das emissões, retinha substanciais índices de *share*: os programas de humor. No primeiro trimestre do ano, depois do *Jornal da Noite*, a estação de Carnaxide programa, em cada serão, capítulos de séries diferentes, cujo conteúdo se dirige a um amplo *target* que se pode considerar familiar¹⁵. Em termos de localização na grelha, todos obedecem à estratégia do “*lead-in*” (Contreras, 2001: 178), que implica a sua transformação em “programas de acesso”, incumbidos de atrair um importante número de espectadores para a emissão seguinte que, no caso da SIC, eram duas telenovelas, uma da Rede Globo e outra da produtora portuguesa NBP que contava também com actores brasileiros. Para a saída do *prime-time*, a estação de Carnaxide exibia *Noites Marcianas*¹⁶, que entram, em cada serão, pela madrugada adentro. Esta engenharia de programação depressa foi excluída da oferta televisiva.

¹⁵ À segunda-feira e à sexta-feira, emite *Malucos do Riso*; à terça-feira, aparece *Mulher não entra*; à quarta-feira, *O Programa da Maria*; e à quinta-feira, *A Minha Família é uma Animação*.

¹⁶ Trata-se de um formato que estreou em Espanha em 1998, com o nome *Crónicas Marcianas*, premiado com a Rosa de Prata do Festival de Montreux na categoria de Melhor Programa de Entretenimento, que estreia em Portugal em Fevereiro de 2001, mas que não repete aqui o sucesso alcançado no país vizinho.

Nos anos seguintes, a SIC adoptaria, em certos serões, programas que se revelaram verdadeiros fenómenos de audiência. Como *Malucos do Riso*, que surge em 1995 e que é emitido nas primeiras horas do *prime-time*, ou *Levanta-te e Ri*, uma emissão de *stand up comedy*, que estreia em Janeiro de 2003 e que normalmente vai para o ar depois da meia-noite.

As novelas e as séries portuguesas não são estranhas à RTP, que, em tempo de monopólio, fez despontar a indústria de ficção nacional, sem nunca a tornar uma verdadeira aposta. No primeiro quinquénio deste século, o canal generalista público não exhibe uma oferta marcante a esse nível, mas é exactamente aí que o operador público mais se aproxima das estações privadas. Ao longo de 2001, sucederam-se séries – *Maiores de 20*, *Estação da Minha Vida* e *Bastidores* – cujo enredo se concentrava na reconstituição de pedaços do quotidiano, criando, deste modo, verdadeiras novelas da vida real¹⁷. Quanto às novelas, *A Senhora das Águas* – produzida pela NBP – marca, a 3 de Setembro de 2001, o regresso deste género ao horário nobre da RTP1. Nessa mesma noite, a TVI dá início a *Filha do Mar* também produzida pela NBP¹⁸. Na estação pública, esta foi uma aposta falhada em termos de audiência. Por isso, em Dezembro, procede-se à sua transferência para o final da tarde. Nos anos seguintes, a RTP1 não apresentará nenhuma telenovela portuguesa, apostando antes em séries que ganham outro fôlego a partir de 2003, altura em que o operador público faz adaptações de romances e reconstituições históricas. *Gente Feliz com Lágrimas* que estreou em Abril e *A Ferreirinha* que surgiu em Setembro foram duas séries que marcaram aquilo que a Direcção de Programas, presidida por Luís Andrade e Nuno Santos, prometeu ser uma nova etapa do serviço público de televisão no que à ficção diz respeito. Na verdade, este tipo de oferta televisiva, ainda que resulte de uma indústria de produção nacional que vinha sendo consolidada por um mercado criado pelas estações privadas, nomeadamente pela TVI, adquire na RTP1 traços distintivos.

2.3 – A subtracção da informação não-diária do horário nobre

Tendo que gerir o horário nobre com noticiários, ficção nacional (séries e novelas, no caso da TVI), novelas brasileiras e *talk shows* (estes últimos na SIC), os canais privados generalistas não conseguem encontrar aí tempo para uma emissão de debate ou de grande entrevista. Neste contexto, optou-se por introduzir nos telejornais espaços dedicados ao tratamento mais alargado de certos temas (grandes reportagens) ou à discussão de tópicos da actualidade (comentários). A questão que fica em aberto é a de saber se, ao subtrair a informa-

¹⁷ *Maiores de 20*, por exemplo, retratando os problemas de jovens adolescentes, não se diferenciava muito da encenação feita pelos concorrentes (também jovens) do *Big Brother*. Ambos os programas eram produzidos pela Endemol.

¹⁸ Ambos os canais, público e privado, antecedem as suas estreias de uma forte promoção dos respectivos enredos tanto dentro do ecrã como em publicidade colocada em diferentes suportes.

ção semanal do *prime-time*, a TV privada capitalizou audiências. Poder-se-ia dizer que os (baixos) índices de *share* dos programas informativos da RTP1 testemunham o desinteresse do público, mas poder-se-ia também lembrar, por exemplo, que o *Especial Informação Agonia*, promovido pela SIC a 30 de Janeiro de 2001, suplantou, nessa noite, as audiências do *Big Brother*.

É a progressiva popularidade de formatos tipo *Big Brother* e da ficção portuguesa que desaloja a informação semanal das grelhas televisivas, nomeadamente nos canais privados que, em 2001, circunscrevem a oferta informativa a emissões de desporto que vão para o ar perto da meia-noite¹⁹. Poder-se-ia esticar o campo da informação até aos *talk shows* que a SIC promove ao longo do ano, mas será certamente difícil inserir aí *Noites Marcianas* ou *Jerry Springer Show*²⁰, formatos colocados em horário tardio que prolongam um serão onde se integram géneros televisivos que fazem grandes avanços para o domínio privado. Resistindo às “novelas da vida real”, a RTP1 continua a dispor, no segmento nocturno, de um espaço substancial para a informação semanal, sem, no entanto, fazer aí grande investimento²¹. Em 2002, depois de terem atravessado uma crise interna donde resultaram novos directores²², RTP e SIC evidenciam uma preocupação acrescida com este tipo de programação. No que diz respeito ao canal generalista público, para além da informação diária e das emissões especiais feitas quando a actualidade noticiosa assim o exigia, há um cuidado particular com a informação semanal que integra no horário nobre vários programas²³. Quanto à SIC, no início de 2002 dois programas fazem renascer uma forma de jornalismo que a estação vinha implantando

¹⁹ Na TVI, há *A Bola é Nossa*, na SIC *Jogo Limpo* e na RTP1 *Jogo Falado*.

²⁰ Esta produção norte-americana, que estreia em Agosto de 2001, aproxima-se mais de um *reality show* que encontra no grotesco e na monstruosidade de certos estilos de vida ingredientes-chave para transformar os depoimentos em momentos difíceis de encarar como possíveis, sem os remetermos para um quadro patológico. “Deito-me com a minha irmã” ou “o meu marido deita-se com a minha sobrinha” são exemplos de temas que levaram a estúdio pessoas para testemunharem esse tipo de práticas.

²¹ Com excepção de *Histórias da Noite* que atravessa todo o ano de 2001, os restantes formatos têm um período curto de emissão, como *O Rosto da Notícia*; ou uma periodicidade periclitante, como *Grande Informação* e *Grande Repórter*.

²² A partir de 20 de Setembro de 2001, a RTP passa a ter como director-geral Emídio Rangel que rescindira, no mês anterior, o contrato com a SIC onde fora responsável pela oferta televisiva daquele canal durante uma década. No dia em que assinou contrato com a RTP, Rangel fixou publicamente aquilo que considerava ser prioritário: “é preciso produzir mais e melhor informação, isenta e rigorosa (...). É preciso criar uma linha de produção de novelas, séries, comédias, filmes e telefilmes (...). (É preciso) ter programação de entretenimento fácil” (*Público*, 21 de Setembro de 2001). Essas promessas apenas poderiam ser testadas no ano seguinte. Com a saída de Rangel da SIC, a estação privada passou a ter como directores de informação e de programação Alcides Vieira e Manuel Fonseca, respectivamente, cujo trabalho se tornará mais visível também em 2002.

²³ No primeiro semestre, a RTP apresenta programas conduzidos por jornalistas (*Grande Informação* e *Planeta Azul*), outros apresentados por políticos (*Conversas de Mário Soares*) e um formato que ambiciona ser um debate de questões sociais, mas que é, sobretudo, um espaço de um verdadeiro espectáculo da palavra (*Gregos e Troianos*). A rescisão de Emídio Rangel do cargo de director-geral de antena da RTP, a 30 de Agosto de 2002, e a consequente nomeação de novos directores de Programas e de Informação originaram, no último trimestre do ano, alterações pontuais. Na grelha de Outono, *Grande Informação* dá lugar a *Grande Repórter* e a *Grande Entrevista*; o formato *Gregos e Troianos* muda o nome para *Prós e Contras*, reaparecendo (14 de Outubro) com uma componente mais informativa do que espectacular.

desde 1993, mas que a era *Big Brother* apagara nos dois últimos anos: em Janeiro, aparece a terceira edição de *Ficheiros Clínicos*, coordenada e apresentada pela jornalista Cláudia Borges que estreara esse programa em Agosto de 1998; e *Hora Extra*, coordenado e apresentado por Conceição Lino, uma jornalista que passara por *Praça Pública* e que, de 1996 até 1999, apresentara *Casos de Polícia*, um programa de grande longevidade no horário nobre da SIC. Alcides Vieira, director de Informação do canal, diz que esta fase corresponde a um “relançamento do pendor informativo da estação” (*TVGuia*, n.º 1202, Fevereiro de 2002). Que dura pouco tempo, na medida em que a grelha de Outono evidencia um desinvestimento na programação de natureza jornalística. *Ficheiros Clínicos* desaparece e *Hora Extra* é remetido para um horário cada vez mais tardio, a lembrar as *Insónias*, um espaço de informação que o canal criara em Setembro de 1994 para um público minoritário. É nesse segmento tardio que permanecerá em 2003. Ainda que este programa se constitua como uma janela para a discussão de temas diversificados feita com convidados de perfil variado, a direcção da SIC não o dirige ao grande público. Interrompido em Junho para férias, este formato não regressa na temporada de Outono. No seu lugar, apareceram *Grande Reportagem* e *País Real* que se alternam semanalmente, mas que desaparecem da grelha antes de o ano terminar.

Em 2003, não se encontram muitas novidades na oferta televisiva do canal generalista público. No que diz respeito à informação não-diária em período nocturno, mantém-se praticamente inalterado o desenho do ano anterior. Se o operador público se torna mais visível neste tipo de programação²⁴, tal acontece devido ao desinvestimento das estações privadas aí. É verdade que, em Janeiro, a SIC aposta na estreia de programas que ambicionam retratar situações protagonizadas por pessoas a quem se reconhece o estatuto de vítimas e em relação às quais a televisão pretende assumir uma função reparadora de injustiças sociais. Integrados num segmento tardio, *Bombástico*, *Escândalos e Boatos* e *O Crime não Compensa*²⁵ colocavam semanalmente no ecrã convidados que acusavam terceiros ausentes dos *plateaux*, encontrando no apresentador – alguém sem carteira profissional de jornalista – um coadjuvante das suas queixas. Sem terem uma longevidade assinalável, estes programas enquanto se mantiveram em antena, para além de terem suscitado uma acesa polémica, esticaram a programação feita em directo para lá da meia-noite. Encontramos idêntico desenho, em Janeiro de 2003, na TVI, mês em que o

²⁴ Emissões especiais de informação, ditadas pela actualidade; um debate (*Prós e Contras*); um programa de entrevista e outro de reportagem, que se alternam à quinta-feira (*Grande Entrevista* e *Grande Repórter*). Este último género viria a ser substituído, a partir de Novembro, por um outro debate, intitulado *Debate da Nação*.

²⁵ *Escândalos e Boatos* e *O Crime não Compensa* alternavam-se semanalmente no mesmo horário, ambos eram produzidos por Ediberto Lima, o mesmo produtor d' *O Bar da TV*, e faziam parte de um projecto que se intitulava *Terça em Grande*.

canal estreia *Eu Confesso* e passa para o segmento da noite *Vidas Reais*, até então emitido no acesso ao *prime-time*. Enquanto o primeiro, apresentado pela directora-adjunta de Programas Júlia Pinheiro, surge para dar visibilidade a autores de crimes graves que, em estúdio, são confrontados com aqueles que agrediram ou com os respectivos familiares, o segundo é construído por depoimentos de convidados que representam papéis previamente estabelecidos que se cruzam com a intimidade de terceiros que, em estúdio, são (ou aparentam estar) surpreendidos pelos relatos que ouvem. As primeiras emissões destes novos programas não reuniram audiências expressivas e, com o decorrer do tempo, foram conquistando valores cada vez mais baixos. A SIC optou por, progressivamente, os retirar da grelha. A TVI manteve *Eu Confesso* e *Vidas Reais* durante todo o ano de 2003, prolongando-os por 2004, mas tendendo a acantoná-los num horário cada vez mais tardio.

3 – Notas finais

Entretenimento. Neste primeiro quinquénio do século XXI, a ficção nacional e os novos *reality shows* são géneros que conquistaram grandes franjas no horário nobre. A popularidade das novelas da vida real e de novelas que se assumem como ficção fortaleceu uma indústria já com alguns anos, mas que apenas neste período se fortalece, negociando formatos, fazendo adaptações de textos e misturando actores conceituados com outros que se lançam para este mercado que começa a dar passos mais sólidos nestes anos.

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

Menos informação semanal. Com a grelha a rebentar de novelas, umas mais ficcionais do que outras, deixa de haver espaço para a informação semanal que, neste período, se circunscreve ao canal generalista de serviço público. Eis um sinal de que, em televisão, a oferta é determinada pelas leis do mercado²⁶.

Noticiários albergam todos os géneros. Para além das peças noticiosas, a informação diária integra entrevistas alargadas, grandes reportagens e comentá-

²⁶ São várias as declarações dos responsáveis dos canais de televisão que apontam nesse sentido. Em entrevista ao *Diário de Notícias* de 27 de Outubro de 2001, o director de programação da SIC, Manuel Fonseca, afirma o seguinte: “Antes de mais, faz-se televisão para captar público (...). O segundo elemento vital é que somos uma estação comercial, que vive do investimento publicitário. Queremos fazer uma televisão que gratifique os nossos principais clientes – os anunciantes”.

rios. No caso do *Jornal Nacional* (TVI), há uma linha editorial que se inclina para o *infotainment*: preferem-se assuntos nacionais às temáticas internacionais, sobrepõe-se a vida quotidiana à política, privilegia-se o cidadão comum às fontes oficiais, valoriza-se o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza mais racional e, entre 2000 e 2001, o respectivo alinhamento comporta peças que publicitam o *Big Brother*.

No início do século XXI, a enunciação televisiva é substancialmente diferente daquela que foi construída na segunda metade do século XX. Eliseo Veron fala de uma nova etapa para a TV generalista e nisso é seguido por vários teóricos. François Jost (2002) aponta um outro patamar da comunicação televisiva: aquela que é inaugurada por programas que misturam imagens reais e fictícias e que apagam as últimas fronteiras que (ainda) separam os programas da publicidade. Eva Aladro (2000) também reconhece que entramos com os novos *reality shows* numa nova fase da televisão a que chama de “televigilância”, construída a partir de um triângulo composto pelo “público”, pelos “participantes dos programas” e pelos “criadores da situação televisiva”, sendo comum a todos eles o traço do “poder de observação”. Defendemos igualmente que as características da neotelevisão não nos servem para falar da TV pós-*Big Brother*. No entanto, não nos parece que tenha havido uma ruptura expressiva em relação ao passado recente. Também não achamos que a integração do telespectador no rumo da programação tenha sido efectiva. É certo que as audiências foram bastante solicitadas pelos novos *reality shows*, mas o público continua a ficar excluído de grande parte dos programas das estações generalistas. Por isso, defendemos que talvez seja aconselhável um conceito que assinala uma etapa diferente, mas que se assuma com uma natureza de transição. Propomos “pós-neotelevisão”, sublinhando que é sobretudo no horário nobre que ela se tornou mais visível nos primeiros anos do século XXI.

Bibliografia

- Aladro, Eva (2000). “De la telenovela à la televigilancia. ‘Gran Hermano’ y la nueva era del perspectivismo relacional en la télévisión”. *Cuadernos de Información y Comunicación*, n.º 5, Universidade Complutense de Madrid.
- Casetti, Francesco; Odin, Roger (1990). “De la paléo à la néotélévision. Approche sémiopragmatique”. *Rev. Communications*, n.º 51, Paris: Le Seuil.
- Contreras, José Miguel e Palacio, Manuel (2001). *La Programación de Televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cortès, José Angel (1999). *La Estrategia de la Seducción. La Programación en la Neotelevisión*. Eunsa.
- Eco, Umberto (1993) *Viagens na Irrealidade Quotidiana*. Difel.
- Gonzalez Requena, Jesús (1995). *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Catedra.

- Jost, François (2002). *L'Empire du Loft*. Ed. La Dispute.
- Lopes, Felisbela (2005). *Uma Década de Televisão em Portugal (1993-2003) Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas*. Tese de Doutoramento apresentada na Universidade do Minho, Dezembro (no prelo).
- Lopes, Felisbela (2007). “Novos rumos no audiovisual português: O reflexo do Big Brother na informação televisiva” in Pinto, M. e Sousa, H (ed). *Casos em que o Jornalismo Foi Notícia*. Ed. Campo das Letras.
- Rey Morató, Javier (1998). *El Naufragio del Periodismo en la Era de la Televisión*. Madrid: Fragua.
- Veron, Eliseo (2001). *Les Publics entre production et réception : problèmes pour une théorie de la reconnaissance*. Conferências da Arrábida, 27 a 31 de Agosto (texto policopiado).

Jornais citados

- Expresso*, 20 de Janeiro de 2001
- Diário de Notícias*, 21 de Maio de 2001
- Diário de Notícias*, 10 de Junho de 2001
- Diário de Notícias*, 20 de Julho de 2001
- Diário de Notícias* 27 de Outubro de 2001
- Diário de Notícias*, 4 de Março de 2002
- Diário de Notícias*, 27 de Março de 2002
- Jornal de Notícias*, 5 de Fevereiro de 2002
- Público*, 25 de Fevereiro de 2001
- Público*, 22 de Julho de 2001
- Público*, 21 de Setembro de 2001
- Público*, 8 de Abril de 2002
- Público*, 10 de Junho de 2002
- TVGuaia*, n.º 1202, Fevereiro de 2002
- TVGuaia*, n.º 1235, Outubro de 2002
- TV 7 Dias*, n.º 863, Outubro de 2003