

A TV dos Jornalistas

Felisbela Lopes (Org.)



Título > A TV dos Jornalistas

Autor > Felisbela Lopes [Org.]

Editor > Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Braga

Fotografia da capa > Fotografia cedida pela RTP

Design, capa e paginação > B+ Comunicação

Apoio > Fundação para a Ciência e Tecnologia: PTDC/CCI-JOR/099994/2008

Suporte > Edição electrónica

Ano > 2011

ISBN > 978-989-97244-6-4

Índice

Introdução Felisbela Lopes	5
2010/2011: O ano das transferências nos cargos de relevo da TV portuguesa Felisbela Lopes, Sérgio Denicoli e Ivo Neto	9
Uma programação televisiva que desrespeita as determinações da ERC Felisbela Lopes	21
Quando as elites da capital dominam o que se diz sobre o país e o mundo Felisbela Lopes e Luís Miguel Loureiro	43
Os comentadores residentes da televisão portuguesa Felisbela Lopes e Hália Costa Santos	58
Mulheres (quase) não entram nos estúdios da televisão portuguesa Carla Baptista	79
O conceito de 'participação' nos media: sombras e claridades numa floresta de definições Fábio Ribeiro	91
Longe de uma TV dos espectadores Felisbela Lopes e Luís Miguel Loureiro	99
Cronologias daquilo que se passou na TV portuguesa entre Setembro de 2010 e Agosto de 2011 Felisbela Lopes, Ivo Neto e Sérgio Denicoli	III

A TV é, sobretudo, espectáculo. Já o sabemos. Mas a TV informativa precisa de ser mais do que o país e o mundo em cena. Precisa de anunciar, mas também explicar o que se passa. Precisa de montar palcos com interlocutores diversificados que acrescentem valor àquilo que é debatido nos estúdios de informação. Precisa de instalar portas de entrada abertas à participação de todos aqueles que podem integrar de forma significativa o processo de produção de noticiabilidade.

A TV que temos (ainda) não é isto. É uma televisão pouco diversificada na informação que promove, elitista nos *plateaux* que cria e ainda muito longe de ser uma TV dos espectadores... Actualmente a televisão é, sobretudo, dos jornalistas, ou seja, é a classe jornalística (uma elite, sublinhe-se) que constrói e debate a actualidade.

É um retrato nada eufórico este que aqui se traça da informação televisiva dos canais portugueses. Que esta obra, mais do que mostrar a actual oferta informativa, seja uma oportunidade de reflexão acerca da urgência de inverter um caminho que, a continuar assim, acabará por nos fazer despenhar num espaço público apático, monocórdico, anestesiante... Para os tempos que correm, eis tudo o que não precisamos.



INTRODUÇÃO

Felisbela Lopes

A TV mudou bastante nos últimos anos. Nem sempre no sentido de se dotar de mais qualidade. O fenómeno não é apenas português. A televisão é cada vez mais sinónimo de espectáculo, mesmo quando se fala em programação informativa. Muitos anunciam já uma “nova era da informação televisiva” [Ortells Badenes, 2009] ou um “novo ecossistema informativo” [Léon, 2010]. Já não se valorizam os valores-notícia tradicionais que se conjugavam no sentido de ajudar os jornalistas a construir uma imagem fidedigna do mundo. Agora, esses “*new values*” declinam-se mais com traços do “dramático, divertido, espectacular” [Meyer, 2003: 12], considerados mais propensos para atrair facilmente audiências. Neste contexto, são necessários novos actores: hoje a TV não precisa apenas de apresentadores credíveis, necessita de *pivots* com acumulado capital de notoriedade mediática; hoje a TV não valoriza somente convidados que saibam do que falam, construindo discursos racionais alicerçados em argumentos bem fundamentados, carece de interlocutores conhecidos do grande público, que conversem ao ritmo [veloz] do audiovisual, fazendo uso da maior expressividade possível. Nesta TV das celebridades, a que actualmente temos, cabem poucas pessoas. Em Portugal o bilhete de entrada nos *plateaux* informativos é prioritariamente dado aos jornalistas e aos políticos, notando-se, nos últimos tempos, um crescente domínio dos primeiros. São eles que controlam os alinhamentos. São eles que dominam a opinião em estúdio.

Neste livro, analisamos a informação televisiva dos canais generalistas (RTP1, SIC e TVI) e dos canais temáticos (SIC Notícias, RTPN¹ e TVI 24) num determinado período: entre Setembro de 2010 e Junho de 2011. Um ano televisivo, se excluirmos aqui o período de veraneio, que, como sabemos, configura um tempo atípico de consumo televisivo. A base do nosso trabalho assenta nos programas de informação emitidos entre as 18h00 e a 01h00, de segunda a sexta-feira. A este universo, foi ainda acrescentada a análise dos fóruns de informação dos canais temáticos, espaços de participação do telespectador por excelência. Quisemos conhecer o seguinte:

- A oferta informativa dos canais generalistas e temáticos de informação;
- Os convidados que são levados a estúdio;
- As formas de integração do telespectador nas emissões informativas.

¹ A RTPN passou a denominar-se RTP Informação a partir de 19 de Setembro de 2011.

O estudo implicou a análise de 1673 emissões e, conseqüentemente, de 2158 convidados em estúdio que foram aqui trabalhados com base em quatro variáveis: profissão, origem geográfica, género, ligação ao programa (convidados esporádicos ou residentes).

Esta investigação insere-se num projecto mais vasto denominado "Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital" (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008), que teve início em Setembro de 2010, prolongando-se por três anos. Trata-se de um projecto do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, que foi objecto de financiamento público e que integra uma equipa alargada, espelhando este livro apenas uma parte dos estudos desenvolvidos ao longo deste primeiro ano de trabalho.

Nesta obra, os resultados estruturam três partes:

- No Capítulo 1, apresentamos o que aconteceu de mais relevante nas empresas e canais de televisão e o que se salientou mais nesta fase de passagem para a Televisão Digital Terrestre... Detemo-nos, em seguida, na programação televisiva, nomeadamente naquela proporcionada no campo da informação. Não fazemos, a este nível, um balanço positivo. As estações privadas generalistas continuam ainda muito longe das determinações da Entidade Reguladora para a Comunicação Social e os canais temáticos de informação caracterizam-se por grelhas-clones uns dos outros.
- No Capítulo 2, centramo-nos no estudo dos programas de informação para saber quem foram aqueles que, neste tempo, ocuparam os *plateaux* informativos: qual a sua profissão, qual a sua origem geográfica, qual o género e qual a sua ligação ao programa. Jornalista, de Lisboa, homem, sem ligação permanente aos programas, mas com presença assídua nos estúdios: eis o retrato-tipo do convidado da informação televisiva. Estamos, pois, perante uma confraria, apenas desfeita, aqui e ali, pela RTPN, o canal temático do serviço público que, graças às suas emissões bicéfalas de Lisboa e de Gaia, contribuiu para ir introduzindo novos interlocutores no espaço público televisivo...
- No Capítulo 3, exploramos os modos de integração do telespectador que os canais de televisão promovem nas suas emissões. No limiar da passagem para a Televisão Digital Terrestre, os espectadores continuam ainda a ser encarados como uma audiência passiva. Estamos longe da anunciada terceira fase da televisão, aquela que pensa a sua oferta centrada na participação do indivíduo. Face à conjuntura actual, a pós-televisão pode esperar. Muito.

Curvada a um paradigma económico que quer a rentabilidade a todo o custo em tempos de crise, constatamos que actualmente a TV não procura assuntos de interesse público, nem interlocutores que se batam pelo melhor argumento através da palavra racional. Hoje, a emoção sobre-põe-se ao raciocínio, o espectáculo abafa o debate, a imagem absorve a palavra. Nesta nova ordem mediática, a informação televisiva quase que se restringe a espectáculos de aclamação, encenados por convidados com notoriedade pública que, pela presença constante nos *plateaux*, rapidamente se convertem em celebridades mediáticas, reunindo um capital simbólico que resulta da visibilidade que a TV lhes proporciona. Tornam-se conhecidos, porque aparecem na TV; aparecem na TV, porque são conhecidos. Reúnem assim uma forte componente simbólica, essencial para os fazer ascender ao estatuto de “celebridades”. Falamos aqui de “celebridades” particulares: as que ocupam os *plateaux* informativos da TV portuguesa não são efémeras, ou seja, não existem hoje para serem esquecidas amanhã; poderão cultivar algum narcisismo, mas a entrada nos estúdios de televisão é tributária de algum saber ou estatuto social extrínsecos à TV. Analisando os estúdios de informação dos canais portugueses, constatamos que referimos aqui um grupo muito restrito. Uma elite, poder-se-ia considerar. Preferimos falar de uma confraria. Que hoje se reparte entre a classe jornalística e a classe política. São estes actores os actuais donos dos *plateaux* de informação. São poucos e repetem-se muitíssimo nos estúdios televisivos. Esta tendência de chamar sempre os mesmos fortalece naturalmente um “star system” que é resultante de uma sobreexposição nos palcos televisivos, mas também resulta numa evidente saturação do público, que vê sempre as mesmas personalidades, cujo discurso se adivinha com facilidade.

Entretidos com uma confraria que alimentam e de que se alimentam também, os canais de TV como que ignoram o telespectador. Ele apenas conta como audiência, interessando pouco como actor participante no processo de construção de um programa de informação. Quisemos aqui promover uma análise cuidada da *situação do espectador* desvelando o processo da sua eufemística mobilização: entre a situação óptica do espectador de uma imagem que é reflexo de uma luz projectada e o de uma imagem gerada através da luz emitida pelo próprio dispositivo; entre o *espectáculo* que necessita de um espectador *imóvel*, na *obscuridade* do lugar, e o *espectáculo* que, ao mesmo tempo, lhe oferece a ilusão da *mobilidade* [que o induz à utilização e ao consumo], o *ilumina*, infiltrando-se em qualquer lugar, denunciando todos os seus movimentos. A situação do espectador não deixa hoje de ser paradoxal: esta contemporaneidade ora o encara como ilusório *empowered user*, ora o vê sob a narrativa mítica da *omnipotência*, tornada modo verbal e complemento directo da promessa moderna da *omnividência*. Esta linha analítica que iremos explorar coloca-nos, no entanto, perante um problema que se nos apresenta como um colete-de-forças: se o moderno *empowered user* e as suas promessas constituem apenas

um espectador eufemisticamente emancipado da *condição passiva e doméstica* a que está confinado ou se existirá algum modo efectivo de *libertação do espectador*... Restará, ainda, algum horizonte de possibilidade para um *espectador* livre, potencial habitante de um espaço público para uma efectiva acção? É esta a preocupação de fundo do capítulo terceiro. Analisando 1673 emissões, constatamos que apenas 337 integraram o telespectador no respectivo alinhamento. Suportados nestes dados, poderemos afirmar que a televisão ainda não é dos telespectadores. Hoje a televisão é, sobretudo, uma TV dos jornalistas. São eles que dominam a fase de produção noticiosa. São eles que ditam como pensar sobre os assuntos que escolhem para marcar a actualidade. O processo de “agenda-setting” não poderia ser mais perfeito... E de efeitos mais nocivos para a vitalidade do espaço público por onde todos nós circulamos, claro.

Bibliografia

Léon, Bienvenido [coord]. (2010). *Informativos para la televisión del espectáculo*. Comunicación Social Ed.

Meyer, Philip (2003). “*The proper role of the news media in a democratic society*”. In: Harper J, Yantek T (eds) *Media, Profit, and Politics: Competing Priorities in an Open Society*. Kent State University Press.

Ortells Badenes, Sara (2009). “*La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión*”. Revista Latina de Comunicación Social, nº64.

2010/2011: O ano das transferências nos cargos de relevo da TV portuguesa

Felisbela Lopes, Sérgio Denicoli e Ivo Neto¹

Foi uma autêntica época de saídas e de entradas para cargos ou lugares de grande visibilidade nas empresas televisivas. RTP, SIC e TVI protagonizaram importantes trocas entre si, comprovando que o mercado televisivo se restringe a um grupo muito limitado de pessoas a quem é reconhecida capacidade de liderar certos projectos. Foi, sobretudo, ao nível das direcções de Informação e de Programas que tudo aconteceu, apesar de 2010 também ficar marcado por uma saída de peso ao nível da redacção: a da jornalista Manuela Moura Guedes, da TVI.

Depois de um período de muita indefinição, a TVI chega a acordo com Manuela Moura Guedes para uma rescisão de contrato a 17 de Outubro de 2010. Recorde-se que a Administração da TVI havia suspenso, a 4 de Setembro de 2010², o *Jornal Nacional* de 6ª feira, coordenado e apresentado pela jornalista, um noticiário bastante polémico que assumia uma linha editorial de contrapoder, principalmente em relação ao Governo socialista liderado por José Sócrates. A 28 do mesmo mês, Moura Guedes entra de baixa médica à espera de uma resolução para a sua delicada situação.

A posição de confronto da TVI com o Governo socialista de José Sócrates tinha no noticiário da noite de sexta-feira da TVI um dos seus expoentes maiores. A 21 de Abril de 2009, em entrevista à RTP, o então primeiro-ministro acusa o programa de informação de ser “*um telejornal travestido, feito de ódio e perseguição pessoal*”. A polémica estende-se a outros interlocutores. A 22 de Maio de 2009, o bastonário da Ordem dos Advogados, Marinho Pinto, entra em colisão com a pivot, dizendo-lhe o seguinte: “*você faz um péssimo jornalismo*”. No dia 3 de Setembro de 2009, a administração da TVI faz um anúncio, onde fica claro que o ‘*Jornal Nacional*’ do dia seguinte – habitualmente apresentado por Moura Guedes e criticado por Sócrates – iria ser suspenso³. Negando qualquer interferência política nesta decisão, a Prisa, detentora de parte do capital da TVI, justifica-se assim em comunicado: “*foi uma decisão que se insere no âmbito*

¹ Investigadores do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Artigo escrito no âmbito do projecto “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” [FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008].

² Nesse dia, a revista “Notícias TV” publica uma entrevista com Manuela Moura Guedes na qual a jornalista afirma o seguinte: “Só se fossem muito estúpidos é que me tiravam do ar”.

³ A 5 de Agosto de 2010, o director-geral da TVI e também marido de Manuela Moura Guedes, José Eduardo Moniz, deixa a TVI, insinuando más relações com a administração da empresa.

da gestão da direcção da cadeia (de televisão) e com o envolvimento da Direcção Geral da Media Capital". No dia seguinte, o Jornal de Notícias fazia primeira página com o caso, escolhendo esta manchete: "*Furacão Moura Guedes*". Em antetítulo, escrevia-se que "*nova reportagem do caso Freeport* (uma peça que apresentava dados comprometedores para o primeiro-ministro no licenciamento deste centro comercial) *terá sido a gota de água*".

Consequências: a direcção de Informação, liderada por João Maia Abreu, demite-se; a equipa editorial daquele noticiário também apresenta a demissão; o ambiente na redacção da TVI torna-se pesado e, no ar, fica a dúvida para a qual nunca se encontrou uma resposta: pode uma administração de um canal de TV suspender um programa de informação?

Depois desta conturbada saída de Manuela Moura Guedes da TVI, surgiram várias especulações sobre um seu possível ingresso na SIC, onde poderia juntar-se assim a Miguel Sousa Tavares que havia também deixado o quarto canal para se transferir para Carnaxide. A confirmação é dada a 27 de Novembro de 2010 no semanário Expresso, título do grupo a que pertence também a SIC. A 1 de Julho de 2011, o mesmo jornal, na versão online, titula isto: "*Manuela Moura Guedes, afinal, já não vai para a SIC*". A justificar esta decisão estariam razões de mercado. Luís Marques, director-geral da estação de Carnaxide, fala em "*mudanças de contexto*" entre o início das conversações e a actualidade. A jornalista, pelo seu lado, envia um comunicado à agência Lusa, onde podia ler-se o seguinte: "*É verdade, não vou para a SIC. Não tenho vínculo com a SIC e não vou, porque o Dr. Balsemão não quer*". Fecha-se aqui um ciclo. Até a uma próxima proposta.

Esta temporada fica marcada, acima de tudo, pela dança de cadeiras na direcção de Informação e Programação dos diferentes canais. Em meados de Fevereiro de 2011, surgem as primeiras notícias que fazem referência à mudança de José Alberto Carvalho e de Judite de Sousa, director e subdirectora de Informação da RTP, respectivamente, para a TVI. Se para o primeiro se tratava de mais uma transferência (trabalhou na RTP como jornalista, de lá foi para a SIC, para ser o primeiro pivot do Jornal da Noite, e daí voltou à TV pública para a direcção de Informação), para a segunda a saída era uma novidade, sendo alguém que fez toda a sua carreira na RTP. A mudança dos dois jornalistas é confirmada em finais de Fevereiro. A 1 de Abril, ambos assumem a direcção de Informação da TVI.

Logo nos primeiros dias de trabalho, o director de Informação da TVI fixava aquilo que queria do público: "*Esperamos que os espectadores percebam que, se não virem a TVI, vão ficar mal informados*" (JN, 7 de Abril de 2011). Passado mais de um mês após a sua entrada na nova empresa, José Alberto Carvalho, em entrevista à Notícias TV (20 a 26 de Maio de 2011), fala daquilo que foi a alteração mais visível neste canal generalista privado: a mudança de nome do noticiário da noite, que passa de Jornal Nacional para Jornal das 8, que, numa fase inicial, é apresentado pela dupla que tomava conta da informação na RTP. A alteração é explicada nestes termos:

“A mudança que estamos a efectuar é para transmitir confiança aos espectadores portugueses. Para lhes transmitir a sensação de que precisam de ver a TVI para se sentirem informados e que é na TVI que têm uma equipa de jornalistas atentos, empenhados, trabalhadores, responsáveis, equilibrados, misturando esse equilíbrio com a ousadia, com a diversificação de géneros, com a não tematização excessiva dos noticiários. Desse ponto de vista, era estranho que, introduzindo um novo modelo, uma nova imagem, um novo conceito, novos apresentadores, a única coisa que não mudava era o nome”.

Houve uma coisa que não se alterou, pelo menos numa fase inicial: os índices de audiência. O Jornal das 8 não provocou uma subida abrupta nas audiências, mas também não fez fugir os telespectadores.

Mais conhecida por conduzir entrevistas do que por apresentar noticiários, Judite de Sousa encontra na TVI uma programação pouco favorável a formatos autónomos de informação semanal, pelo menos no canal generalista. Por isso, a opção foi a de introduzir o género entrevista no noticiário da noite ou concretizar esse género no canal temático de informação, TVI 24. Aliás, o canal de cabo é também uma das preocupações desta direcção. Judite de Sousa explica que aquilo que lhes foi pedido para aí foi o *“reforço da marca informativa”* (Notícias TV, 8 a 14 de Abril de 2011).

As saídas de José Alberto Carvalho e de Judite de Sousa precipitaram a formação de uma outra direcção de Informação da RTP. A escolha recaiu em Nuno Santos, o director de Programas da SIC que havia ocupado o mesmo cargo na RTP, depois de ter sido director de Informação da SIC Notícias. Tal como aconteceu com a chegada de José Alberto Carvalho à TVI, a contratação de Nuno Santos pela RTP em Março de 2011 provocou algumas mudanças: Luís Marinho renunciou ao pelouro de informação por discordar desta nomeação, continuando, no entanto, no Conselho de Administração da RTP; o correspondente da RTP nos EUA, Vítor Gonçalves, regressou a Lisboa para assumir o cargo de director-adjunto de Informação; progressivamente, esta equipa foi chamando as decisões da RTPN para a capital, acabando por extinguir os cargos de directores de Informação deste canal a norte que passou, assim, a ser coordenado pela RTP em Lisboa. Em entrevista à revista Notícias TV (15 a 21 de Abril de 2011), Nuno Santos é inequívoco sobre a percepção do seu lugar na TV pública: *“Sei que sou uma solução forte na RTP”*.

As trocas de profissionais nas três empresas televisivas continuam. Em Junho foi a vez de José Fragoso se demitir da direcção de Programas da RTP para assumir funções de coordenador de informação e conteúdos na TVI. Esta seria a segunda baixa no espaço de um ano. Recorde-se que, em Dezembro de 2010, Bruno Santos havia deixado o cargo de subdirector de Programas da RTP, para ingressar também na TVI. Nos seus primeiros dias de trabalho, o novo responsável

pela programação da TVI diz querer continuar a apostar na ficção, tendo apenas a preocupação de aí introduzir mais diversidade. Assegurando não ter vindo para alterar o perfil da TVI (*“A TVI é um canal líder que quer mais e que está a fazer o seu investimento”*), José Fragoso assegura: *“não há esgotamento de coisa nenhuma. Nem há interrupção de liderança. A TVI será o canal preferido dos portugueses por mais 60, 80 anos”* (Público, 26 de Julho de 2011). O responsável pela programação da TVI chega à empresa quando este canal ocupava o primeiro lugar na batalha das audiências há 59 meses consecutivos.

Depois da saída de José Fragoso, a administração da RTP convidou Hugo Andrade, até então responsável pela RTP Memória, para assumir a direcção de Programas da RTP1.

Eventos mediáticos que mobilizaram as redacções das TV's

Entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, somam-se alguns acontecimentos mediáticos, que a televisão seguiu com bastante atenção. Trata-se de eventos com data marcada e que pressupõem diferentes funções assumidas pelo pequeno ecrã. Que ora reclama um papel de tribunal e um estatuto de 'psi', apto a promover “juílgamentos” no espaço público mediático e a perceber estados emocionais diversos; ora se constitui como elo de união de crenças mais profundas, co-celebrando cerimónias espirituais 'urbi et orbi'; ora participa em momentos festivos, instalando em determinados locais um palco para onde todos podem dirigir o olhar.

Uma das coberturas jornalísticas mais marcantes em 2010 foi a leitura do acórdão do processo da Casa Pia. Aconteceu a 3 de Setembro. Logo manhã cedo, os três canais de informação abriram a antena para o Campus da Justiça, em Lisboa. Em sorteio, coube à SIC a gravação da leitura feita pela juíza, que depois seria transmitida por todos os canais em diferido. O tribunal acautelara a justiça feita em directo e a divulgação do nome das vítimas, mas não conseguira neutralizar o circo mediático que se instalou fora da sala de audiências. Se dentro do tribunal apenas poderia entrar um jornalista de cada órgão de comunicação social, cá fora vastas equipas de cada empresa jornalística estavam a ali para divulgar todos os movimentos dos réus, vítimas e actores judiciais. Recorde-se que este caso foi desencadeado por uma manchete do jornal Expresso que, a 23 de Novembro de 2002, denunciara a existência de casos de pedofilia na Casa Pia. A partir daí, desencadeou-se uma ampla cobertura mediática, durante a qual os jornalistas escorregaram muitas vezes para um registo sensacionalista, explorador da intimidade das vítimas, desprotegendo menores e exacerbando emoções de forma gratuita. Neste contexto, a televisão foi conquistando bastante protagonismo, chamando a si um papel de “psi”, que Dominique Mehl (1996) diz ser uma evolução natural de um ambiente audiovisual de concorrência entre canais.

Queixando-se do trabalho dos jornalistas ao longo de todo este arrastado processo, os réus souberam aproveitar a presença dos media para criar um julgamento mediático que neutralizasse as penas pesadas ditadas pelo tribunal. Não por acaso, um dos mais conhecidos arguidos, ladeado por dois dos seus advogados, promoveu uma conferência de imprensa na tarde do dia da leitura do acórdão, para reagir à decisão do tribunal, anunciada horas antes. Nos dias posteriores, esse mesmo arguido passou pelos *plateaux* dos diferentes canais de televisão para, em directo, mostrar a sua indignação. A televisão, que numa fase inicial dera todo o destaque às vítimas de pedofilia, na fase final cede o palco aos réus.

O ano de 2011 fica marcado por eleições. A 23 de Janeiro, presidenciais; a 5 de Junho, legislativas⁴. Os dias de campanha eleitoral que antecedem o escrutínio são sempre de grande mobilização das redacções, particularmente nas empresas de televisão⁵. Antes das campanhas, há um momento de particular envolvimento dos jornalistas e máquinas partidárias: os debates televisivos⁶. Mais do que aqueles momentos de pergunta-resposta, conta, sobretudo, tudo aquilo que se dirá à volta desses debates. Normalmente, os canais de informação promovem sempre programas de análise dos debates emitidos pelos canais generalistas e a imprensa vai também fazendo eco disso. Todo o processo culmina na noite eleitoral. Aí, os profissionais de televisão exacerbam essas premissas de competição eleitoral e estruturam a noite informativa com o intuito de capitalização de audiências a partir do enaltecimento de vitórias e dramatização de derrotas. Ao próprio esquema competitivo eleitoral acresce o indisfarçável jogo concorrencial dos operadores de televisão, que desencadeia um investimento notável em sondagens à boca da urna, convidados de estúdio, comentadores residentes, repórteres em todas as sedes de campanha, pivots de referência, entre outros agentes de informação. Configurados para responder ao desafio de equivaler à expectativa do telespectador, procurando com o maior número de meios fidelizar as audiências, os operadores televisivos digladiam-se permanentemente ao longo do serão para

⁴ O processo para a realização das eleições legislativas para a formação do XIX Governo Constitucional de Portugal teve início depois de José Sócrates apresentar a demissão do cargo de primeiro-ministro na noite de 22 de Março, numa emissão em directo nos três canais generalistas nacionais.

⁵ O início da campanha eleitoral para a Presidência da República ficou marcado pela ameaça feita pela SIC e pela TVI de não emitirem o tempo de antena dos candidatos por divergências existentes com o Ministério das Finanças relativamente ao preço a pagar pelo espaço de emissão.

⁶ O sorteio dos debates ditou que tanto a RTP1 como a TVI receberiam um total de três debates cada, enquanto que os estúdios da SIC foram palco de quatro debates. A decisão de integrar apenas os representantes de partidos com assento parlamentar suscitou uma reacção dos pequenos partidos que, pela sua ausência nestes momentos televisivos, apresentaram uma providência cautelar para obrigar as televisões a alargarem o debate a todos os partidos. O Tribunal Judicial de Deiras deu razão à queixa e obrigou as três televisões a transmitirem, até 3 de Junho, novos debates entre todos os partidos que para isso estivessem disponíveis. No texto publicado que explica a sentença aplicada, a decisão é justificada pelo facto de as TV's "violarem o direito de igualdade consagrado no art.º 56.º da Lei Eleitoral da Assembleia da República, a par do direito de qualquer cidadão a ser informado, para a formação da sua opinião que se traduz no exercício de um direito de voto livre e

melhor impressionar quem os vê. Contudo, apesar desse esforço e do benévolo serviço que as televisões querem prestar, essas emissões acabam por ser miméticas, ao mesmo tempo que redundantes e repetitivas (Sena & Lopes, 2010). Mas o que importa, acima de tudo, é quem ganha a noite eleitoral, o que, para as televisões, significa ter mais audiência do que os canais concorrentes.

Nas eleições presidenciais, foi a RTP quem ganhou a noite eleitoral (12.4 por cento de audiência média); a TVI ficou em segundo lugar (10.9 por cento); a SIC, em terceiro (10 por cento). A TV pública foi a primeira a arrancar a emissão: três minutos antes das 20h00, José Alberto Carvalho surge de iPad na mão. Aliás, a RTP é o canal que mais avanços vai fazendo a nível tecnológico e mais esforço tem demonstrado em integrar o telespectador nas emissões, tirando partido das tecnologias. Nas eleições legislativas, a RTP manteve a liderança, seguida pela TVI e depois pela SIC. Um forte ambiente multimédia tomou conta do estúdio da TV pública, que abriu uma bancada para 130 pessoas seguirem a emissão em estúdio. Mantendo directos permanentes com os chamados “quartéis-gerais” dos diversos partidos e tendo em estúdio figuras com notoriedade mediática⁷ e militantes destacados em cada partido, os diferentes canais televisivos foram apanhando as suas notícias exclusivas. Na RTP aparecia às 20h40 um oráculo onde se escrevia: “*última hora: Sócrates deve demitir-se*”. Na sequência dessa demissão, originada pela perda das eleições, o socialista António Vitorino, em conversa com Marcelo Rebelo de Sousa, confessa, na TVI, que havia sido convidado para líder do partido, o que significava que a derrota do partido do governo era esperada. A SIC, fazendo um directo para o local onde estavam os socialistas, consegue uma declaração de António José Seguro a mostrar-se disponível para se candidatar à liderança do PS. A 23 de Julho, seria ele o novo secretário-geral do PS. E aí está como a TV pode ser parte da construção do real.

esclarecido”. O artigo 56.º desta lei refere também que “os candidatos e os partidos políticos ou coligações que os propõem têm direito a igual tratamento por parte das entidades públicas e privadas a fim de efectuarem, livremente e nas melhores condições, a sua campanha eleitoral”. Para além destas considerações, o Tribunal de Oeiras considerou ilegítima a distinção feita pelas televisões entre partidos com assento parlamentar e sem assento parlamentar na realização do sorteio para os debates televisivos referentes às eleições legislativas. Esta imposição teve uma imediata reacção das três televisões generalistas portuguesas. As direcções de informação da RTP1, SIC e TVI discordaram da decisão judicial pelo facto de esta não respeitar a autonomia e a liberdade editorial dos meios de comunicação social. Num comunicado conjunto, os directores de informação dos três canais em causa frisaram que a marcação destes debates não obedecia a critérios jornalísticos. Nesta nota é ainda referido que o precedente levantado poderia originar no fim dos debates em próximos actos eleitorais, já que a realização de um elevado número de debates não seria uma decisão útil, razoável, nem sequer exequível. Apesar da contestação por parte de RTP1, SIC e TVI, estas estações começaram a transmitir a 2 de Junho debates eleitorais entre os partidos sem representação parlamentar, mas que concorriam às eleições do dia 5 de Junho. Em dois dias foram transmitidos oito debates televisivos.

⁷ A RTP aproveitou a noite eleitoral para convidar para estúdio José Eduardo Moniz, ele que fora director-geral da TV pública, que passara pela TVI e transformara o canal em líder de audiência e que integrava, na altura, os quadros da Ongoing, o grupo de que se falava para comprar o canal que a RTP iria privatizar.

Em 2011, salientam-se aquilo a que Daniel Dayan e Elihu Katz chamam “*Media Events*” (ME), ou seja, “*momentos históricos televisionados em directo que fazem parar a nação ou o mundo*” (1999: 17). Sendo promovidos por instâncias exteriores à TV, os ME são planeados e publicitados com antecedência, criando grande expectativa na audiência que se sente “*na obrigatoriedade de assistir*”. Ao analisarem os efeitos dos ME, Dayan e Katz (1999: 183-207) defendem que estes acontecimentos “*interrompem o ritmo da vida das pessoas*”, instalando um “*tempo de lazer, mas também um tempo sagrado*” que exige uma “*participação activa*” da audiência. Ainda que a produção e a recepção se desenrolem em territórios diferenciados, há uma ligação do *centro* (do palco dos acontecimentos) com a *periferia* (os locais onde se assiste às emissões televisivas, convertidos, assim, em espaços públicos unidos por uma cena mediática re-territorializada no ecrã de TV). “*A televisão retira os acontecimentos da terra e coloca-os no ar*”, sustentam Dayan e Katz (1999: 30). Para serem entendidos como momentos de reforço das identidades das instituições e dos actores que neles participam, os ME têm efeitos socializadores que os investigadores fazem prolongar no tempo para os considerarem estruturantes da memória colectiva, conferindo-lhe substância e enquadramento. “*Os grandes acontecimentos*”, escrevem em *Media Events* (1999: 82), “*poderão ter o seu efeito primordial e certamente o seu lugar na memória colectiva, não sob a forma em que foram originalmente encenados, mas sob a forma como foram transmitidos*”. Daí dizerem que “*os verdadeiros construtores de monumentos do século XX são talvez os realizadores televisivos*” (1999: 112). Em 2011 distinguimos as cerimónias de beatificação de João Paulo II e os casamentos reais do príncipe William e de Kate Middleton e do herdeiro do trono monesgasco, Alberto com a ex-nadadora olímpica e ex-modelo Charlene Wittstock. Foi a 1 de Maio que a Igreja católica procedeu, em Roma, à cerimónia de beatificação e transladação do corpo de João Paulo II⁸. As três empresas de TV colocaram no terreno enviados especiais, fazendo opções editoriais distintas: a RTP⁹ e a TVI¹⁰ fizeram uma transmissão em directo daquele momento; a SIC integrou o que ia acontecendo nos serviços informativos. Ao longo deste dia, e nos dias antecedentes, este evento marcou visivelmente as agendas mediáticas. Claro que a figura de João Paulo II motivava também esta cobertura. Sabendo fazer bom uso dos media, particularmente da TV, o pontificado deste Papa transformou o centro (o Vaticano) num lugar

⁸ O Vaticano anunciou que 87 delegações oficiais de 2300 jornalistas de 101 países marcariam presença na cerimónia.

⁹ A partir de Roma, Fátima Campos Ferreira, Rosário Salgueiro e Ana Santos foram as enviadas especiais da RTP à praça de São Pedro. As emissões da RTP1 começaram às 8h, seguindo-se por mais cinco horas. O canal de serviço público emitiu o documentário ‘Dois Papas, Dois Milénios’, nas vésperas da beatificação.

¹⁰ Na TVI, a cobertura do evento arrancou às 8h45, com Pedro Pinto e o padre Rêgo, em Roma, na companhia do correspondente Pedro Moreira.

nómada e isso aconteceu porque as suas actividades eram alvo de uma forte cobertura televisiva. Dois dias antes da beatificação de João Paulo II em Roma, William e Kate Middleton casavam em Londres. A edição do Diário de Notícias do dia da boda [29 de Abril de 2011] titulava este ME assim: “príncipe e plebeia dão o nó no palco do mundo”, ou seja, na TV e na net. Terão sido dois biliões de telespectadores por todo o mundo a seguir este enlace pela TV e 72 milhões de pessoas pela internet, o que então representou o maior número de ‘streamings’ [transmissão ao vivo pela web] de um único evento. Em Portugal, RTP, SIC e TVI montaram estúdios em Londres e enviaram para lá os seus jornalistas mais conhecidos, que se misturaram no *plateau* com apresentadores do entretenimento. Estávamos ali perante um evento que merecia um relato jornalístico, mas que se dava a ver em espectáculo, convinha não esquecer. A 2 de Julho, outro casamento real: o herdeiro do trono monegasco Alberto casa com a ex-nadadora olímpica e ex-modelo Charlene Wittstock. As televisões não tiveram o mesmo envolvimento que demonstraram com a família real britânica, nem as audiências televisivas se mobilizaram tanto em torno dos ecrãs da TV e do computador. No entanto, não se ignorou este ME. Em Portugal, se bem que a SIC praticamente tivesse ignorado este casamento real, RTP e TVI colocaram enviados especiais no terreno e fizeram ligações em directo em tempo considerável.

TV digital terrestre

No âmbito da implementação da TV digital terrestre em Portugal, os anos de 2010 e de 2011 foram marcados pela consolidação do modelo de negócios a ser adoptado, que diferiu bastante das expectativas que havia em torno do sistema quando o Estado lançou, em 2007, os projectos de regulamento dos concursos públicos que atribuiriam as concessões para a utilização de frequências da TDT portuguesa. Na altura, estava previsto o lançamento de um quinto canal generalista, exclusivamente digital e de livre acesso, e também de um serviço de TDT por subscrição que contemplaria, além de canais nacionais, canais de alcance regional com programação diferenciada que daria prioridade às produções nacionais. A tecnologia, em vias de ser estabelecida, fomentava ainda discussões a respeito da possibilidade dos canais serem transmitidos em alta definição e do lançamento da televisão digital terrestre móvel.

No entanto, com a alteração do cenário económico e com a influência dos diversos agentes interessados no mercado televisivo e espectral [Denicoli, 2011], o que se concretizou, sobretudo no último ano, foi uma TDT com a menor oferta de canais da Europa¹¹, com uma interactividade limitada, com imagens

¹¹ Dados do Observatório Audiovisual Europeu, disponíveis em http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/mavise_juin2011.html. Acedido em 26 de Setembro de 2011.

em definição *standard*, sem um serviço opcional de TDT paga, sem planos concretos para TV móvel e sem um quinto canal generalista de livre acesso. O modelo estabelecido disponibiliza na TDT apenas os canais já existentes na TV analógica, com uma interactividade restrita ao guia electrónico de programação e à promessa de haver um serviço de legendagem cujos padrões ainda não foram definidos na altura em que escrevemos este texto (Portugal Telecom, 2010). Demais serviços interactivos, como a possibilidade de gravação de programas, são inerentes à qualidade da *set-top-box* adquirida pelo telespectador e não aos canais de transmissão.

No campo das acções de marketing e da consequente preparação da população para a conversão do analógico para o digital, destaca-se o lançamento, em Março de 2011, de uma campanha oficial em diversos meios, com o intuito de esclarecer os cidadãos sobre os procedimentos necessários à passagem para a TDT. A ANACOM também lançou uma página no Facebook para responder às dúvidas dos utilizadores. No que diz respeito aos serviços de informação ao telespectador que deveriam ser fornecidos pela Portugal Telecom (que detém os direitos de transmissão da TDT), estes foram considerados insuficientes pela ANACOM, que exigiu que a empresa melhorasse a qualidade dos esclarecimentos prestados ao público, sobretudo no que concerne aos subsídios para a instalação de equipamento de recepção de sinais via satélite nas “zonas de sombra” onde o sinal da TDT não chega.

No dia 7 de Abril de 2011, uma resolução da ANACOM poupou a PT da obrigação de financiar na íntegra os custos referentes à transmissão via satélite nas zonas de sombra – conforme estava determinado no título habilitante que deu à Portugal Telecom o direito de utilização de frequências da TDT –, determinando que a empresa comparticiparia apenas a compra do kit de recepção dos sinais. Isto originou protestos nas regiões afectadas, principalmente nos concelhos do Alto Minho, cuja população reclamou o facto de ter mais custos para poder continuar a receber os sinais televisivos após o apagão analógico, em relação às demais regiões do país contempladas com o sinal da TDT.

Apesar de ter havido algumas iniciativas oficiais de divulgação correcta do que era a TDT, constatou-se, por outro lado, que agentes e empresas prestadoras de serviços de TV por subscrição estariam a fornecer informações equivocadas sobre a TDT, talvez com o intuito de ampliar o número de clientes dos canais pagos (Público, 23 de Maio de 2011). Tal facto levou à intervenção da ANACOM para proteger os cidadãos de procedimentos comerciais desleais. Essa intervenção ocorreu através de uma deliberação do dia 19 de Maio de 2001, que ressaltava o seguinte:

“São proibidas as práticas comerciais que, por qualquer forma, induzam no consumidor a percepção de que para continuar a recepcionar os serviços de programas televisivos de acesso não condicionado livre, a saber RTP1, RTP2, SIC e TVI, bem como RTP Açores e RTP Madeira nas respectivas Regiões Autónomas, deve subscrever um serviço pago” (ANACOM, 2011: 6).

Uma outra questão inerente a este período foi o fim das *golden shares* do Estado na Portugal Telecom¹², por força do memorando firmado entre o Governo e o Fundo Monetário Internacional, o Banco Central Europeu e a União Europeia – a Troika¹³, na sequência de um empréstimo feito pelas três instituições ao Estado Português para o pagamento da dívida pública do País. Com o fim das acções especiais, o Estado deixou de poder interferir directamente nas decisões da PT, chegando ao fim esta relação oficial e simbiótica, o que poderá ter influenciado o processo de implementação dos quadros legais dos concursos públicos que levaram à concepção da TV digital terrestre no País (Denicoli, Teixeira e Sousa, 2011)

No campo político, com a tomada de posse do XIX Governo Constitucional no dia 21 de Junho de 2011, chefiado pelo primeiro-ministro Pedro Passos de Coelho, estabeleceu-se um programa de acção que fixava para a TV digital o seguinte¹⁴:

“O Governo pontuará a sua actuação pela Mudança pautado pelo novo contexto tecnológico e financeiro. Esta mudança exige que o Estado assegure de forma clara e firme uma concorrência transparente e, sobretudo, o acesso de todos os cidadãos aos conteúdos, incluindo a informação independentemente da plataforma tecnológica. As mudanças em curso (v.g. a Televisão Digital Terrestre, que deverá cobrir todo o País em 2012, e as novas gerações de banda larga) exigem especial cuidado de forma a garantir que não há cidadãos excluídos particularmente por razões económicas, pelo que o Estado compromete-se combater qualquer tipo de exclusão, actuando de forma rigorosa na esfera legislativa e reguladora.”

No entanto, mesmo estando a televisão digital terrestre no cerne das questões referentes à reestruturação do serviço público de comunicação, as acções na esfera da política e da administração pública não se reflectiram em resoluções práticas. No período analisado, o serviço público teve uma presença pouco veemente no que diz respeito ao importante processo de digitalização das transmissões televisivas em Portugal, enquanto na Europa a função social da TV pública foi naturalmente transferida para a TV digital. O recurso ao fortalecimento dos canais públicos ocorreu na maioria dos países da União Europeia, nomeadamente na Alemanha, Bélgica, Dinamarca, Eslovénia, Espanha, Finlândia, França, Grécia, Hungria, Itália, Irlanda, Polónia, Reino Unido, República Checa e Suécia.

¹² As *golden shares* são acções privilegiadas que davam ao Estado o direito de influenciar e vetar as principais iniciativas da PT, entre elas a nomeação do presidente do Conselho de Administração e decisões sobre o aumento de capital e alteração de estatutos.

¹³ Documento disponível em http://economico.sapo.pt/public/uploads/memorandotroika_04-05-2011.pdf. Acedido em 28 de Setembro de 2011.

¹⁴ Programa do XIX Governo Constitucional disponível em http://www.portugal.gov.pt/pt/GC19/Governo/ProgramaGoverno/Pages/ProgramadoGoverno_Indice.aspx. Acedido em 27 de Agosto de 2011.

No que diz respeito às questões técnicas, houve avanços em relação ao *switch-off*, sendo que em duas zonas-piloto, Alenquer e Cacém, os transmissores analógicos foram desligados de forma definitiva em Maio e Junho, respectivamente. Houve também uma realocação das frequências utilizadas pela TDT em todo País, de forma de libertar a faixa dos 800 MHz para transmissões de serviços de comunicação electrónicos, cujos objectivos mais proeminentes previstos pela União Europeia apontam para a Internet sem fios, nos seguintes padrões (Comissão Europeia, 2010):

“• *Internet banda larga básica a todos os europeus até 2013.*

• *Internet banda larga com no mínimo 30 Mbps a todos os europeus até 2020 (sendo 50% ou mais dos agregados familiares europeus assinantes de ligações à Internet com débitos superiores a 100 Mbps.”*

Portanto, conforme aqui exposto, os anos de 2010 e 2011 poderiam ter sido cruciais na definição do modelo da TDT portuguesa, mas os factos ocorridos salientaram as fragilidades de um sistema que tem de ser implantado de forma definitiva a partir de Abril de 2012, data marcada para o *switch-off* analógico. Nessa altura, os portugueses só terão acesso à programação televisiva se estiverem devidamente equipados para receber os sinais digitais.

Bibliografia

Dayan, Daniel; Katz, Elihu (1999). *A História em Directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra: Minerva.

Denicoli, Sergio; Teixeira, Marcelo; Sousa, Helena (2011), *A implementação da televisão digital terrestre em Portugal: um caso singular de relação público-privada*. XXXIV Intercom – Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Recife. Intercom.org.br http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2011/lista_area_DT8-PC.htm. Acedido em 27 de Setembro de 2011.

Denicoli, Sergio (2011). *TV digital: Sistemas, conceitos e Tecnologia*. Grácio Editor, Coimbra.

Mehl, Dominique (1996). *La Télévision de l'Intimité*. Essai Politique, Seuil.

Sena, Nilza & Lopes, Felisbela (2009) “*Election Night: a large production that people don't see*”. International Readings in Moscow – Mass Media Communications, Moscovo, 8 a 10 de Outubro de 2009. Comunicação com “paper”.

Documentos

ANACOM (2011). Deliberação de proibição prévia de práticas comerciais desleais. Anacom.pt
http://www.anacom.pt/streaming/Deliberacao19maio2011.pdf?contentId=1085523&field=ATTACHED_FILE.

Acedido em 28 de Setembro de 2011.

Comissão Europeia (2010). Uma agenda digital para a Europa. COM (2010) 245.
<http://tvdigital.files.wordpress.com/2010/09/agenda-digital-da-uniao-europeia1.pdf>.

Acedido em 29 de Agosto de 2011.

Portugal Telecom (2010). Norma de Sinalização para a Televisão Digital Terrestre em Portugal.
www.tdt.telecom.pt

<http://tdt.telecom.pt//recursos/apresentacoes/Norma%20de%20Sinaliza%C3%A7%C3%A3o%20para%20a%20Televis%C3%A3o%20Digital%20Terrestre%20em%20Portugal1.pdf>

Acedido em 28 de Setembro de 2011.

Jornais

Público, 26 de Julho de 2011

Público, 23 de Maio de 2011

Notícias TV, 20 de Maio de 2011

Notícias TV, 15 de Abril de 2011

Notícias TV, 8 Abril de 2011

Notícias TV, 4 de Setembro de 2010

Jornal de Notícias, 7 de Abril de 2011

Jornal de Notícias, 4 de Setembro de 2010

Expresso, 1 de Julho de 2011

Expresso, 27 de Novembro de 2010

Uma programação televisiva que desrespeita as determinações da ERC

Felisbela Lopes¹

1 > O conceito de programação televisiva

Olhando para a programação televisiva de um canal, percebemos que esta cumpre várias funções: confere uma identidade às estações de TV, orienta os produtores de conteúdos, permite uma compreensão global da grelha, fornece mapas de referência às audiências... Se, por um lado, exibe um *continuum* de emissões, por outro, aperta a oferta televisiva numa determinada malha que confere a cada programa um sentido para lá daquilo que intrinsecamente significa. Referimo-nos a um conceito complexo que tem merecido a atenção de vários investigadores, principalmente depois do aparecimento das estações privadas, momento a partir do qual o audiovisual passou por alterações a todos os níveis: semântico, sintáctico e pragmático. Destacaremos neste ponto algumas das propostas teóricas que nos parecem significativas: as de Raymond Williams, de Cebrian Herreros, de Nora Riza, de Gonzalez Requena, de Jean-Pierre Esquenazi e as de Guy Lochard e Henri Boyer.

No modelo televisivo a que Umberto Eco (1985) chamou "*paleotelevisão*", o fluxo televisivo integrava um conjunto de programas, apresentando cada um deles um contrato de comunicação preciso, resultante de uma clara delimitação de conteúdos (informação, ficção, emissões culturais) e de uma divisão específica de públicos (programas para as crianças, para os aficionados do desporto automóvel, para os amantes da natureza...). As emissões eram definidas em função das três grandes finalidades comunicativas da actividade televisiva: distrair, informar e educar. Consequentemente, havia "*o momento do espectáculo, dedicado ao divertimento; o da informação ao longo do qual ficávamos a saber as notícias; e o de aprendizagem onde (nos) enriquecíamos*" (Negri et al, s/d). Os próprios nomes dos programas ajudavam o telespectador a operar essa diferenciação, orientando-o para consumos específicos. Ao contrário daquilo que se passa hoje, nessa altura uma emissão nunca era comprada/planeada para uma determinada franja horária. Produzia-se primeiro e procedia-se à sua inclusão na grelha depois. Neste contexto, há uma sintaxe mais fácil de delimitar. Cada emissão assumia um carácter distintivo, sem reunir

¹ Investigadora do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Artigo escrito no âmbito do projecto "Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital" (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008).

em si regras de combinação. A frase que constituía circunscrevia-se a si própria, sem existir grande preocupação de remeter para contextos mais vastos. Esse contexto fechou-se com o surgimento de um panorama audiovisual onde operam vários canais de televisão, que Umberto Eco designou como “*neotelevisão*” e que, no início do século XXI, evoluiu para aquilo que se pode considerar a “*pós-neotelevisão*”.

Os trabalhos de Raymond Williams constituem um marco pioneiro nos estudos académicos contemporâneos sobre a programação televisiva. Ao analisar pormenorizadamente a articulação das emissões informativas de vários canais britânicos e norte-americanos, este sociólogo fez notar a emergência de uma nova forma de comunicação televisiva que explicou no livro *Television, Technology and Cultural Form*, publicado em 1975. Segundo Williams, a organização da oferta televisiva não segue uma lógica estática, ou seja, uma mera distribuição e ordenação de programas descontínuos, mas um “*fluxo planificado*” (1975: 86-96), assumindo-se o pequeno ecrã como uma ininterrupta sucessão de imagens pensada a um nível superior, o que caracteriza a radiodifusão como tecnologia e, simultaneamente, como forma cultural. A televisão deixa de valer pelos programas singulares que transmite para readquirir o seu valor através da soma de todos eles, ou seja, pelo contínuo fluxo de imagens e sons cuja lógica, na sua opinião, escapa ao telespectador. Isto significa que uma análise isolada dos programas sem ter em conta pelo menos a franja horária em que eles são transmitidos ver-se-á empobrecida. Ao optarmos por um estudo desse tipo, estaríamos ao nível daquilo que Williams denomina “*análise de médio alcance*” (estudo da estruturação de determinadas unidades programáticas do fluxo televisivo). Talvez possamos estranhar o tempo durante o qual esta investigação se desenvolveu, mas é preciso prestar atenção às coordenadas espaciais onde ela assentou. Raymond Williams centrou o seu estudo nas realidades britânica e norte-americana, ou seja, num panorama audiovisual onde operavam vários canais: em Inglaterra o primeiro canal privado (ITV) surgiu em 1954 concorrendo com a BBC, cujas primeiras emissões se iniciaram a 2 de Novembro de 1936; nos EUA a televisão nasceu ligada ao sector privado, registando-se, de imediato, um número considerável de canais em concorrência aberta uns com os outros. Num quadro em que existem várias estações televisivas à procura de audiência, exige-se um cuidado acrescido com a oferta televisiva, o que não acontece quando existe somente um operador que detém a exclusividade da actividade televisiva. Por isso, em terreno europeu onde genericamente a TV surgiu como monopólio do sector público, os estudos à volta da programação apenas se desenvolveram com o advento das televisões privadas, fenómeno com alguma flexibilidade temporal consoante os países em causa. Num contexto audiovisual tido como concorrencial, a oferta televisiva absorve grande parte das preocupações de quem dirige um canal de TV e, conseqüentemente, a problematização deste conceito não pode ser ignorada pelos investigadores.

Em Itália, Nora Rizza (1990), através de entrevistas com programadores, procurou analisar os factores que subjazem à prática diária da construção de uma grelha, retomando o termo “*palimpsesto*” para falar da programação televisiva, definindo-o como a disposição sucessória de uma série de programas, num certo período temporal, segundo uma determinada lógica. Parece-nos uma recuperação conceptual bem conseguida. Tal como outrora os manuscritos em pergaminho eram tidos como material caro, também os programas televisivos implicam custos avultados. À semelhança dos copistas medievais que raspavam o pergaminho para nele escreverem de novo, também os programadores televisivos vão apagando da grelha alguns programas para nela introduzirem novas emissões. Tal como antigamente era possível fazer reaparecer em parte os primitivos caracteres, uma análise cuidadosa de uma grelha televisiva permite encontrar indícios daquilo que foram as opções tomadas noutras épocas. Rizza centra a sua análise no processo de construção da grelha, acreditando que dessa opção resultam elementos que dificilmente se tornariam visíveis se apenas se tivesse em conta a oferta televisiva que chega ao telespectador. Combinando informações técnicas do trabalho do programador com outras relacionadas com as rotinas de produção, a autora conclui que a natureza do “*palimpsesto*” televisivo está condicionada por factores tão diversos como os recursos económicos da estação, a audiência prevista, a imagem e a identidade do canal, a oferta da concorrência, a possibilidade de produção ou a aquisição dos conteúdos. A sua função é maximizar a audiência, ou seja, organizar a programação de forma a que um programa se dirija a um determinado público [target] e o satisfaça. Perceber a sintaxe de um canal é, seguindo este ponto de vista, conhecer os elementos que a determinam e que se situam tanto no interior do dispositivo televisivo como naquilo que lhe é exterior. São eles que constituem as regras de combinação dos micro-elementos (as emissões) que dão corpo ao macrotexto televisivo (a grelha). Casetti e Odin juntam outros elementos que ajudam a perceber a organização da oferta televisiva num contexto de concorrência. Na sua perspectiva, a “*contaminação e o sincretismo*” são o princípio organizador de uma grelha em que a “*estrutura sintagmática tende para o fluxo contínuo*” (1990: 16-17). Os autores falam mesmo de programas *omnibus* onde cabem a informação, a ficção, o espectáculo, a publicidade, provocando a impressão de “*uma emissão proteiforme, mas única*”. Essas emissões integram-se numa lógica de fluxo, caracterizando-se por uma “*hiper-fragmentação*” (Casetti et al, 1990: 18), que permite a integração de vários micro-segmentos. Esta evolução que se deu no modo de entender a programação não se deve apenas à multiplicação de canais de televisão. Não foram somente factores tecnológicos a causa das modificações ocorridas, mas também mutações económicas, políticas, sociais e culturais. A valorização de certas franjas horárias, por exemplo, não pode ser encarada apenas como uma iniciativa unidireccional do programador, mas deve ser lida à luz das modificações das formas de vida (emprego e lazer). Atendendo à disponibilidade que as pessoas têm para ver televisão, os programadores vão procurando optimizar as audiências disponíveis.

Em Espanha, Mariano Cebrian Herreros foi um dos primeiros académicos a estudar o fenómeno da programação, dedicando a esta problemática dois capítulos do livro *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*, editado pela primeira vez em 1978². Em *Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación* publicado duas décadas depois, Cebrian Herreros (1998: 429) afirma que “*a competitividade [entre as estações] levou ao desenvolvimento de estratégias tão complexas que se chega a falar de engenharia de programação*”. Por seu lado, Jesus González Requena (1995) encara a programação como um “*macrodiscurso*”, capaz de integrar no seu interior todos os sistemas semióticos, actualizados acústica e visualmente. Uma grelha televisiva seria uma unidade discursiva superior às unidades que contém, com a capacidade de submeter tudo o que alberga à sua lógica, procedendo não raras vezes à fragmentação de subunidades com alguma violência³. A introdução do conceito de discurso no âmbito da programação permite, de acordo com Requena (1995: 27), não só “*descobrir em todo o processo de comunicação âmbitos de significação que escapam à consciência e vontade dos seus agentes*”, como também “*analisar em profundidade o papel estrutural desempenhado pela televisão na cultura de massas*”. Essa influência não resultaria apenas da actuação isolada de certos programas, saindo antes de um discurso de ordem superior, de efeitos psicológicos, ideológicos e sociais manifestos. Ao olhar uma grelha televisiva à luz de uma significação global e de uma lógica genérica de construção, ultrapassa-se a oferta em si, havendo uma implicação de todos os indivíduos afectados por ela, ou seja, os diversos públicos. Se, por um lado, a audiência se vê confrontada com informação que espartilha a grelha em emissões específicas [atenda-se, por exemplo, à programação anunciada pelos jornais e revistas especializadas; aos intervalos entre as emissões que pontuam o final de determinado programa; aos genéricos de abertura dos programas...], por outro lado, as pessoas servem-se frequentemente da expressão “*ver televisão*”, evidenciando, através dela, que entendem essa acção na sua generalidade.

Esta ideia de encarar a grelha como integradora de dois níveis aparentemente contraditórios – o da continuidade e o da fragmentação – é adoptada por outros teóricos. Em França, Jean-Pierre Esquenazi refere-se ao fluxo televisivo como a “*edificação de uma continuidade por hiper-fragmentação*” (1996: 63). Se se reconhece que cada programa impõe momentaneamente a sua velocidade, também se sublinha que cada fragmento da programação integra uma macrodiscursividade que garante a identidade do canal e que, por outro lado, assegura à televisão o papel de se constituir como “*uma instituição que regula o conjunto dos seus actos discursivos*” (1996: 28).

² Os capítulos intitulam-se “*La especificidad de la continuidad programática*” e “*La programación como obra unitária*”.

³ Os filmes e as séries sofrem frequentemente cortes não previstos pelas respectivas filmagens para darem lugar a intervalos publicitários.

A oferta televisiva como uma realidade composta por elementos específicos (os programas) inseridos num macrodiscurso global (a grelha) é uma perspectiva adoptada por vários teóricos. “*Um lugar de construção de um discurso global associando diferentes componentes*” é a definição que Guy Lochard e Henri Boyer (1995: 95) apresentam para a programação, sublinhando, no entanto, que esse não é o modo como o telespectador apreende a grelha televisiva, encarando-a, antes, como “*uma sucessão de enunciados autónomos, portadores de significações e valores independentes*” (1995: 97). A forma como se processa a recepção das mensagens televisivas não corresponde àquilo que se passa no momento da sua inserção numa grelha. A este nível, cada uma das emissões adquire o seu valor através das relações estabelecidas com os restantes componentes, formando um todo que se pretende equilibrado e, ao mesmo tempo, diversificado, dependendo essa diversidade da natureza (temática ou generalista) do canal.

Das propostas referidas, sai uma ideia de programação televisiva entendida em termos de “*macrodiscurso*”. Sublinhe-se que os investigadores apontados desenvolveram o seu trabalho tendo como referência um Panorama Audiovisual pluralista, composto por canais privados e de serviço público. Neste novo quadro, os programas deixaram de ser unidades autónomas para se converterem em fragmentos que adquirem o seu valor de acordo com a franja horária que ocupam e com o canal que integram. Enquanto nos primórdios da TV as emissões estavam separadas umas das outras por sinais de pontuação que as isolavam, na era pós-desregulação promovem-se marcas de conjunção que assinalam uma certa interdependência entre elas. Os programas já não são apresentados em sucessão, mas em sobreposição. Ao contrário daquilo que se passava em regime de monopólio, os conteúdos não cabem nos chamados géneros clássicos, surgindo conceitos que reflectem o esbatimento entre as fronteiras da informação e do entretenimento. A passagem do século exacerbou estas tendências.

2 > A Lei de TV, o contrato de concessão de serviço público de televisão e as recomendações da ERC

Enquadrada por diversos textos normativos, a televisão em Portugal não tem sobre si vigorosas orientações em matéria de programação. Do documento que se assume como matriz do audiovisual, a Lei de Televisão, recolhem-se princípios gerais, como seria expectável deste tipo de legislação. No período que aqui nos ocupa, esteve em vigor a Lei nº27/2007, de 30 de Julho, que estipula como obrigações gerais dos operadores de televisão, nomeadamente dos generalistas, o seguinte:

“a) Assegurar, incluindo nos horários de maior audiência, a difusão de uma programação diversificada e plural;

- b) Assegurar a difusão de uma informação que respeite o pluralismo, o rigor e a isenção;*
- c) Garantir uma programação e uma informação independentes face ao poder político e ao poder económico”*

A formulação é genérica, e assim é de esperar de qualquer articulado deste género, mas a redacção tal como está abre zonas de ambiguidade. À luz desta lei, um canal generalista pode, em franjas de maior audiência, centrar a sua programação num determinado tipo de oferta e promover alguma diversidade em horários com um inexpressivo número de telespectadores. Na prática poderá ser um canal temático; mas a nível legal poderá reivindicar a sua natureza generalista.

Imposições do Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão

Na nossa perspectiva, não há um jornalismo para o serviço público de televisão (SPT) e um jornalismo para as estações privadas. Mas pode (deve) haver uma informação que será mais específica dos operadores públicos. No que diz respeito ao trabalho que desenvolvem, os jornalistas de uma TV pública ou privada têm as mesmas obrigações e os mesmos direitos: fazem parte da mesma classe com cujos elementos partilham princípios éticos e deontológicos e um quadro legal intrínsecos à profissão. No entanto, uma estação pública e uma estação privada não deveriam seguir a mesma engenharia de programação e as mesmas prioridades na construção dos alinhamentos dos noticiários. No caso português, a RTP está submetida a um Contrato de Concessão de Serviço Público assinado com o Estado e a cláusulas legais específicas fixadas na Constituição da República Portuguesa e na Lei da Televisão que a obrigam a especiais cuidados. No período que nos ocupa aqui estava em vigor o Contrato assinado em Março de 2008, um documento que apresentava “obrigações mínimas de serviço público” para os canais do universo RTP. No caso da RTP1, a cláusula 9ª estipula que o canal generalista deve, pelo menos, incluir o seguinte:

- “a) Espaços regulares diários em que sejam noticiados e devidamente contextualizados os principais acontecimentos nacionais e internacionais;*
- b) Espaços regulares de debate com intervenção de personalidades representativas da vida política e social portuguesa;*
- c) Espaços regulares de entrevista a personalidades que se destaquem na sua actividade profissional ou cívica;*
- d) Espaços regulares sobre a actividade política nacional, que tenham em conta a pluralidade e a representatividade dos partidos políticos com assento nas instituições parlamentares;*
- e) Espaços regulares de grande reportagem;*
- f) Espaços regulares de difusão de documentários originais, focando a realidade social, histórica, cultural, ambiental, científica ou artística portuguesa.”*

Face a estas disposições, no mesmo artigo considera-se exigível a seguinte frequência mínima:

- “a) Três vezes por dia, para os noticiários;*
- b) Semanal, para os programas de informação sobre as instituições políticas e promoção da cidadania, para os programas de debate e entrevista e para os programas de divulgação cultural;*
- c) Mensal, para os programas de grande reportagem e documentários, assim como para a exibição de longas-metragens portuguesas.”*

A RTPN (que viria a alterar o nome para RTP Informação a 19 de Setembro de 2011), segundo o Contrato de Concessão de Serviço Público (2008), destina-se à seguinte actividade:

“Prestação especializada de informação nas suas diferentes formas, designadamente noticiários, reportagens, documentários e debates, com destaque para temas, ideias e protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, como os que relevam da área cultural ou científica, e concedendo especial atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas” (Cláusula 13ª)

Determinações da ERC para a TV privada

Recuando até ao aparecimento da SIC (Outubro de 1992) e da TVI (Fevereiro de 1993) e lembrando como era nessa altura a respectiva oferta televisiva, constatamos que, ao longo do tempo, as grelhas mudaram substancialmente ao ponto de tornarem irreconhecíveis os projectos iniciais de ambos os canais privados, mas de concessão pública. Em Junho de 2006, a Entidade Reguladora para a Comunicação Social aprova a primeira renovação das licenças dos canais privados através de uma deliberação que não se circunscreve a um puro acto administrativo. Nesse documento (1-L/2006 com a data de 20 de Junho), fixam-se algumas linhas de programação que obrigam a SIC e a TVI a inflectirem uma tendência que, desde 2001, as tinha convertido em canais monotemáticos de entretenimento no que ao horário nobre dizia respeito. Nesse texto, sublinha-se o seguinte:

“Relativamente a algumas obrigações assumidas pelos operadores televisivos – quer por decorrência directa da lei, quer porque a isso se comprometeram na apresentação da respectiva candidatura (em 1990) ou em momento posterior – verifica-se um cumprimento pouco satisfatório”⁴.

⁴ Da parte da SIC, salientam-se como incumprimento os seguintes aspectos: diminuição progressiva do número de jornais informativos (quatro em 1990, três em 1999, dois em 2005); desaparecimento de programas especializados no campo da reportagem nacional e internacional, da entrevista e do debate com autonomia relativamente aos blocos informativos das 13h00 e das 20h00, em claro incumprimento dos compromissos assumidos em 1999; eliminação do *flash* informativo diário, contemplado no projecto de 1999; emissões destinadas a públicos infantis remetidas para horários pouco adequados, de se-

Face a isto, a ERC determinou que os operadores privados cumprissem várias obrigações. Destacamos aqui as seguintes:

- “Emitir um mínimo de três blocos noticiosos diários.
- Emitir programas de informação dos subgéneros debate e entrevista, autónomos em relação aos blocos noticiosos diários, com periodicidade não inferior a semanal.
- Diversificar os géneros da programação emitida no chamado horário nobre (20h00-23h00).”

Ambas as estações consideraram as referidas orientações abusivas (Diário de Notícias, 8 de Agosto de 2006). Conhecida essa discordância da parte dos responsáveis dos canais privados em relação à decisão dos membros do órgão regulador dos media, esperar-se-ia, no entanto, que algo mudasse na oferta televisiva.

Numa análise feita à oferta informativa proporcionada pelos canais generalistas privados em 2006 e em 2007, concluímos que SIC e TVI continuavam a ser “*canais monotemáticos de entretenimento*”, como vinha acontecendo desde finais de 2000 (Lopes, 2007a). No final da primeira década e no início da segunda do século XXI, repetimos essa análise, alargando essa amostra ao canal generalista de serviço público (RTP1) e aos três canais temáticos de informação que emitem através do cabo (SIC Notícias, RTPN e TVI 24). Ao longo de dez meses (entre Setembro de 2010 e Junho de 2011), analisámos as grelhas de programação dos três canais generalistas e dos três canais temáticos em horário nocturno, tendo em conta para esse estudo programas com alguma perenidade (pelo menos dois meses de emissão).

3 > Mapeamento da programação informativa nos canais generalistas e temáticos de informação

3.1 > RTP1: uma informação de formatos diversificados

O canal generalista de serviço público é aquele que apresenta uma oferta informativa mais diversificada em sinal aberto. Para além do tradicional noticiário diário das 20h00, a RTP1

gunda a sexta e desaparecidos da grelha de programas em 2006; programação cultural com presença reduzida na grelha e emitida em horários de audiência diminuta. Da parte da TVI, sublinha-se o seguinte: emissões destinadas a públicos infantis remetidas para o fim-de-semana; programação cultural esporádica e emitida em horários de audiência reduzida, ausência de programas especializados no campo da reportagem nacional e internacional, da entrevista e do debate, autónomos em relação aos blocos informativos das 13h00 e das 20h00, em claro incumprimento dos compromissos assumidos em 1999; eliminação do *flash* informativo diário contemplado no projecto de 1999.

emite, em horário nobre e ao ritmo semanal, formatos nos principais géneros jornalísticos: debate, entrevista e reportagem.

Em Setembro de 2010, o director de programação do operador público José Fragoso defendia que o canal dedicava uma “atenção muito especial [à informação]”: “Temos formatos permanentes, não andamos a dizer que vamos investir na informação e daqui a duas semanas acabamos com um programa...”. Considerando a informação uma “pedra fundamental” da programação da RTP, Fragoso explicava assim a articulação com o director de informação:

“Temos uma linha aberta permanente para a informação, que entra na programação sempre que desejar. O José Alberto Carvalho [na altura, director de informação] telefona-me e diz-me que precisa de fazer um extra sobre isto ou aquilo e nós abrimos a janela para a informação. No dia-a-dia é feito com esta simplicidade que estou a dizer” (“Correio da Manhã”, 24 de Setembro de 2010).

Na cerimónia de apresentação da grelha de Outono/Inverno 2010, estes directores de programação e informação afirmaram que o “triumfo da RTP é a diversidade”, garantindo que “as audiências não são uma preocupação, mas o reflexo do trabalho” dos jornalistas do operador público (DN, 1 de Outubro de 2010). Não apresentando nenhuma novidade assinalável na grelha deste período, a aposta da RTP na informação parece reflectir uma lógica de continuidade.

Quadro 1 > Oferta informativa da RTP1 (Setembro de 2010 a Junho de 2011)

NOME DO PROGRAMA	SINOPSE	PERIODICIDADE	DIA DA SEMANA
Telejornal	Noticiário da hora do jantar	Diário	Todos os dias
Vidas Contadas	Programa de reportagem de histórias de vida	Semanal	Segunda-feira
Prós e Contras	Espaço de debate público	Semanal	Segunda-feira
30 Minutos	Programa de mini-reportagens	Semanal	Terça-feira
Linha da Frente	Reportagens especiais	Semanal	Quarta-feira
Corredor do Poder	Debate político com uma nova geração de políticos	Semanal	Quinta-feira
Grande Entrevista	Espaço de entrevista semanal	Semanal	Quinta-feira
Serviço de Saúde	Espaço de debate sobre questões de saúde	Semanal	Terça-feira

Como se pode depreender pela análise do Quadro 1, a RTP1 oferece uma grelha informativa diferenciada. O horário nobre abre com o Telejornal e o serão segue, em determinados dias da semana, com formatos específicos, muitas vezes por acumulação. Quando comparado com os outros canais generalistas, o serviço público diferencia-se nos géneros entrevista com Grande Entrevista e debate com Prós e Contras e Corredor do Poder. Estes dois últimos programas são diferentes entre si. Enquanto o primeiro tem um tema próprio todas as semanas e convidados diferentes em cada emissão, o segundo integra um painel fixo e um tema de discussão assente na actualidade política nacional. A reportagem encontra espaço através de 30 Minutos (um bloco de reportagens curtas), Vidas Contadas (um formato de reportagem sobre casos de vida) e Linha da Frente (um formato de reportagem de temática diversificada). Na primavera de 2011, a RTP fez reaparecer um formato temático: Serviço de Saúde, um debate moderado pela jornalista Maria Elisa à volta das doenças que mais afectam os portugueses.

3.2 > SIC: uma informação aquém das expectativas criadas

Líder de audiências de 1995 a 2000, a SIC vem alternando, ao longo da primeira década do século XXI, entre o segundo e o terceiro lugar com a RTP1. Tendo sido um canal com uma forte aposta na informação nos anos 90, este canal foi subalternizando esse tipo de oferta televisiva (Lopes, 2007b). Nos últimos meses de 2010, os programas informativos circunscrevem-se a um grupo muito reduzido.

Por altura da preparação da grelha da rentrée de 2010, o director-geral da SIC, Luís Marques, assegurava que o canal estava a preparar um *“grande investimento na informação”*. O responsável pela estação referia-se em particular a Condenados e Histórias com Gente Dentro, dois formatos apresentados como apostas do canal (Correio da Manhã, 29 de Agosto de 2010). Poucos dias depois destas afirmações, o director de informação da SIC, Alcides Vieira, anunciava um reforço na área informativa, justificado pela *“realidade política e económica do país, muito rica até ao final do ano”* (JN, 8 de Setembro de 2010). Sinal desse esforço seriam certamente os “especiais de informação”, organizados semanalmente numa lógica que acompanharia a dinâmica da actualidade e da agenda noticiosa, tendo a coordenação do jornalista Miguel Sousa Tavares.

As duas novidades da grelha de Outono/Inverno de 2010 são diferentes entre si. Condenados é constituído por quatro emissões com quatro histórias relacionadas com a área da justiça, resultantes de investigação jornalística sobre a vida de condenados em julgamentos polémicos. Segundo Alcides Vieira, *“o objectivo é inovar dentro desta área, que tem um grande peso no horário nobre, e apostar forte na reportagem”* (Correio da Manhã, 29 de Agosto de 2010). De acordo com a responsável pelo programa, a jornalista Sofia Pinto Colho, Condenados propõe-se a *“explorar um conjunto de elementos que não foram tidos em conta ou não foram julgados”* (Jornal

de Notícias, 27 de Outubro de 2010]. Histórias com Gente Dentro é o regresso de um formato que conta histórias extraordinárias protagonizadas por pessoas ordinárias. *“Toda a gente tem uma boa história para contar, o que é preciso é saber ouvir. Histórias com Gente Dentro cumpre isso”*, refere Ana Sofia Fonseca, a jornalista responsável pelo programa (JN, 29 de Outubro de 2010). Na *rentrée* de Outono de 2010, o director de informação da estação dizia, em entrevista ao Correio da Manhã, que, *“para além das notícias do dia, a SIC teria diariamente uma oferta diversificada, como uma espécie de complemento ao jornal”*. Quando questionado sobre a ausência de um espaço de entrevista e debate na grelha da SIC, Alcides Vieira disse não pretender apresentar uma grelha fechada: *“temos especiais de informação dois dias por semana, e haverá muitos em que será entrevista. Não queremos ter uma grelha previsível. O correcto é ser o jornalismo a reagir aos assuntos de actualidade, seja através de uma entrevista, de um debate cujo formato e o dia não têm de estar predefinidos. Os factos é que o determinam. Fechar uma grelha é redutor”* (CM, 29, de Outubro de 2010). À distância destas afirmações, constata-se que esta não foi a política da estação que, para além das rubricas do Jornal da Noite e dos formatos de reportagem previstos, pouca informação ofereceu, mesmo ao nível de emissões especiais. Com o passar do tempo, os programas de reportagem anunciados terminaram, sem haver qualquer renovação a esse nível.

Quadro 2 > Oferta informativa da SIC na grelha de Outono/Inverno de 2010

NOME DO PROGRAMA	SINOPSE	PERIODICIDADE	DIA DA SEMANA
Jornal da Noite	Noticiário da hora do jantar	Diário	Todos os dias
Condenados	Série de reportagens que investigava erros dos tribunais	Semanal	Quarta-feira
Histórias com Gente Dentro	Reportagens sobre percursos de pessoas	Semanal	Sexta-feira
Perdidos e Achados	Bloco de reportagens especiais	Semanal	Sábado
Grande Reportagem	Programa de reportagem	Semanal	Domingo

A noite informativa da SIC não regista grandes variações. O Jornal da Noite é o noticiário de referência da estação, estendendo-se frequentemente por 90 minutos que podem contemplar reportagens especiais, entrevistas e debates em estúdio (por exemplo, a partir de Setembro de 2010 Miguel Sousa Tavares passou a ter um espaço de comentário dentro do próprio Jornal da Noite de segunda-feira). Na informação não-diária, a SIC apresenta, sobretudo, formatos de reportagem, muitas vezes indistintos do noticiário das 20h00. Histórias com Gente Dentro aparece frequentemente como um segmento

do Jornal da Noite de sexta-feira, tal como Pedidos e Achados se constitui como uma rubrica que recupera e actualiza histórias antigas, sendo emitida no noticiário de sábado. O fim-de-semana é o período em que a informação semanal adquire mais expressividade com a Grande Reportagem, o formato de referência da TV. É este programa que mais se salienta na SIC, quando se fala de informação não-diária. Na grelha de Outono de 2010, houve outros formatos. Que não perduraram.

3.3 > TVI: quando a informação não é uma aposta visível

Dos três principais canais generalistas, a TVI é aquele que tem uma oferta quantitativamente mais reduzida. A estação que, em 2010, foi líder de audiências emitia de forma regular apenas dois conteúdos informativos à noite ao longo da semana: um noticiário e um programa de reportagem. O final de 2009 foi complicado para a estação, acusada pelo então primeiro-ministro de parcialidade informativa contra o Governo e a braços com uma tentativa gorada de oferta de compra por parte da PT. Essa conjuntura ditou uma crise interna, da qual resultou a saída do director-geral José Eduardo Moniz e da sua mulher Manuela Moura Guedes, a principal pivot do noticiário das 20h00. Em Setembro de 2009, é designado um novo director de informação da TVI, o jornalista Júlio Magalhães, cuja estratégia passou não pela criação de formatos novos, mas por retocar conteúdos existentes, à custa, por exemplo, da contratação de comentadores, todos da área política: Marcelo Rebelo de Sousa (comentário no Jornal Nacional de domingo), Manuel Maria Carrilho e Santana Lopes (debate no Jornal Nacional de sábado). Este grupo juntava-se a António Perez Metelo, um jornalista com espaço fixo de opinião no Jornal Nacional de terça-feira. De acordo com o director de informação da TVI, estes novos elementos da equipa de comentadores vinham “*dar um importante contributo numa área que é de grande importância para a estação*” [Jornal de Notícias, 12 de Outubro de 2010].

Em Abril de 2011, a TVI vê chegar à estação uma nova direcção de informação: José Alberto Carvalho e Judite de Sousa deixam a direcção de informação da RTP e mudam-se para esta estação privada. Não é ainda na grelha da primavera que se vêem alterações de fundo na informação não-diária, embora a transferência de Judite de Sousa introduzisse no noticiário da noite algumas entrevistas. Por exemplo, a banqueiros, em plena crise financeira do país. A maior mudança, no início do mandato desta dupla, dá-se no Jornal Nacional que, a 6 de Maio de 2011, muda o nome para Jornal das 8. O director de informação explica as razões: “*A mudança de nome foi para marcar de forma definitiva a nova fase de informação da TVI*” [revista Noticias TV, 20 a 26 de Maio de 2011].

Quadro 3 > Oferta informativa da TVI na grelha de Outono/Inverno de 2010

NOME DO PROGRAMA	SINOPSE	PERIODICIDADE	DIA DA SEMANA
Jornal Nacional/ Jornal das 8	Noticiário da hora do jantar	Diário	Todos os dias
Repórter TVI	Programa de reportagem	Semanal	Segunda-feira
Jornada	Resumo da jornada futebolística	Semanal	Domingo

Entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, a maior parte da oferta informativa da estação centra-se nos noticiários. Tal como a SIC, também a TVI reserva espaço de comentário individualizado no Jornal Nacional. Esta estação apenas oferece um espaço de reportagem semanal às segundas-feiras: Repórter TVI, um formato que, ao longo deste período, conquistou boas audiências para o canal. Com a nova época desportiva de 2010, veio também um novo formato de rescaldo da jornada futebolística. O programa Jornada traz a estúdio dois ex-jogadores (João Vieira Pinto e Pedro Barbosa) e um ex-árbitro (Pedro Henriques) para dissecar o que se passou nos relvados portugueses ao longo do fim-de-semana.

3.4 > SIC Notícias: um canal líder de audiências e plural nos conteúdos

Estávamos em Janeiro de 2001, quando a televisão por cabo em Portugal passou a receber o contributo da SIC Notícias, o primeiro canal de notícias que, ao longo da primeira década do século XXI, tem sido muitas vezes líder no cabo. Esta popularidade é reiteradamente sublinhada pelos seus responsáveis: “A SIC Notícias é líder no cabo, o que é extraordinário, porque não acontece em nenhum outro lugar do Mundo um canal de notícias ser líder. É uma marca de qualidade indiscutível”, sublinha o director-geral da SIC, Luís Marques (Correio da Manhã, 6 de Outubro de 2010). O director de informação da SIC, Alcides Vieira, refere que “a SIC Notícias é um projecto vencedor, consolidado e que cresce de ano a ano” (Correio da Manhã, 29 de Outubro de 2010).

Sendo a SIC Notícias um canal de informação, boa parte dos conteúdos disponibilizados são naturalmente informativos e produzidos pelos jornalistas da SIC. No entanto, também há espaço para programas de informação importados, programas que misturam informação com entretenimento e para outros contratados pela SIC Notícias a terceiros. Neste artigo, ocupamo-nos dos conteúdos produzidos a partir do trabalho dos jornalistas desta empresa, que constituem a maior parte da oferta do canal.

Quadro 4 > Oferta informativa da SIC Notícias na grelha de Outono/Inverno de 2010

NOME DO PROGRAMA	SINOPSE	PERIODICIDADE	DIA DA SEMANA
Jornal das Nove	Noticiário apresentado por Mário Crespo	Diário	Seg. - Sex.
Edição da Noite	Noticiário diário emitido a partir das 22h onde se discutem os temas fortes do dia	Diário	Seg. - Sex
Jornal da Meia-noite	Noticiário emitido entre as 00h e a 01	Diário	Seg. - Sex.
O Dia Seguinte	Debate das noites de segunda-feira onde se faz o rescaldo da jornada futebolística	Semanal	Segunda-feira
Contraste	Debate político com comentadores residentes	Semanal	Terça-feira
Condenados	Debate no canal temático sobre reportagem exibida no canal generalista	Semanal	Quarta-feira
Negócios da Semana	Debate/entrevista semanal onde os actores da economia portuguesa conversam sobre economia	Semanal	Quarta-feira
Quadratura do Círculo	Programa de debate político	Semanal	Quinta-feira
Expresso da Meia-Noite	Espaço de debate sobre a actualidade nacional e internacional e revista da primeira página do semanário Expresso	Semanal	Sexta-feira
Falar Global	Programa de discussão sobre os desafios da globalização	Semanal	Sábado
Eixo do Mal	Debate semanal onde se discute de forma satírica os acontecimentos da semana	Semanal	Sábado
Sociedade das Nações	Programa de debate sobre temas internacionais	Semanal	Sábado
Plano Inclinado	Debate onde Mário Crespo, Medina Carreira, Nuno Crato, João Duque e convidados discutem os temas da semana	Semanal	Sábado
Jornal de Sábado	Noticiário da noite	Semanal	Sábado
Ponto/Contraponto	Um espaço de opinião assinado por Pacheco Pereira onde este analisa os média	Semanal	Domingo
Tempo Extra	Espaço de opinião e discussão sobre futebol assinado pelo jornalista Rui Santos	Semanal	Domingo
Jornal de Domingo	Noticiário da noite	Semanal	Domingo

A noite informativa começa, nos canais temáticos do cabo, às 21h00. Aqui, a SIC Notícias emite o Jornal das 9, um noticiário com uma linha editorial interventiva, resultante da postura do *pivot* principal (o jornalista Mário Crespo) e com um alinhamento frequentemente desligado da pressão noticiosa do dia. Ali se discutem os temas que vão marcando ou que se pretende que

marquem a agenda mediática. Às 22h, a jornalista Ana Lourenço apresenta a Edição da Noite onde se continua a promover a discussão dos principais temas do dia e a chamar a estúdio personalidades que vão acrescentando outras visões para a interpretação do real em notícia. Após os dois noticiários mais fortes do canal, abre-se espaço para o debate. Todos os dias, programas diferentes com temáticas diversas convidam protagonistas distintos para discutirem os assuntos que estão na ordem do dia: desde o debate em torno do futebol no Dia Seguinte, à conversa económica do Negócios da Semana.

Ao chegar aos 10 anos de vida, que assinalou a 8 de Janeiro de 2001, a SIC Notícias assume-se como líder dos canais de informação. O seu director, António José Teixeira, perspectiva este tempo assim:

“Há 10 anos, a SIC Notícias fez uma revolução na televisão em Portugal. Aproximou os acontecimentos dos espectadores, dedicou-lhes atenção permanente. Esse continua a ser o desafio [...] O nosso tom é urbano, informal, fluentes, simples, sem ser simplista. Gostamos de descomplicar e não de complicar.” (JN, 3 de Janeiro de 2011).

3.5 > RTPN: um canal com programação fora dos estúdios de Lisboa e atenta ao universo digital

A televisão pública também está presente na informação por cabo através da RTPN, originalmente um canal dedicado ao Norte do país. Aproveitando, sobretudo, as duas principais redacções do operador público (Porto e Lisboa), a RTPN transmite a partir de ambos os locais, sendo, por isso, o único canal com emissão própria difundida fora de Lisboa⁵. A oferta informativa da RTPN não difere significativamente daquela proporcionada pela SIC Notícias, centrando-se em noticiários, debates, entrevistas e fóruns de informação. Tal como a sua concorrente mais directa, esta estação também procura promover a discussão em torno dos assuntos da actualidade e acolher em estúdio personalidades que melhor podem conversar sobre os temas em questão. O traço distintivo aqui reside mais nos convidados que se levam a estúdio, um grupo mais diversificado do que a SICN e a TVI 24. O maior problema do canal é o de não conseguir capitalizar audiências. O na altura director adjunto, Carlos Daniel, explicava esta dificuldade nestes termos:

“ Que a RTPN não teve um crescimento extraordinário ao nível das audiências, é uma verdade. Mas esse nunca foi um objectivo definido, nem em algum momento dissemos que queríamos liderar [...]. Temos a noção que a RTP teve uma história que não a favorece em

⁵ No período da tarde, a RTPN emite programação informativa a partir dos centros de produção da Madeira e dos Açores.

termos de definição do perfil do canal aos olhos do público. Fazer com que as pessoas percebam que este é um canal essencialmente de informação e que é diferentes dos outros tem sido o esforço dos últimos meses” (Noticias TV, 27 de Fevereiro a 5 de Março).

Quadro 5 > Oferta informativa da RTPN na grelha de Outono/Inverno de 2010

NOME DO PROGRAMA	SINOPSE	PERIODICIDADE	DIA DA SEMANA
À Noite, As Notícias/ Noite Informativa	Noticiário diário	Diário	Seg – Sex
Notícias às 24	Noticiário do fim da noite	Diário	Todos os dias
Pontos de Vista	Programa de debate sobre a actualidade política	Semanal	Segunda-feira
Trio D'ataque	Debate semanal sobre futebol	Semanal	Terça-feira
Directo ao Assunto	Programa de debate semanal onde 3 comentadores residentes discutem a actualidade política nacional	Semanal	Quarta-feira
Pontapé de Saída	Debate semanal em que se faz a antevisão futebolística do fim-de-semana futebolístico	Semanal	Quinta-feira
Contra-análise	Programa de debate político	Semanal	Sexta-feira
Hora de Fecho	Debate feito entre jornalistas que discutem os temas da semana e fazem uma antevisão da semana que vem	Semanal	Sexta-feira
Zona Mista	Debate de sábado à noite em torno do arranque da jornada futebolística	Semanal	Sábado
4 X Ciência	Programa de debate semanal sobre ciência	Semanal	Sábado
Estação das Artes	Magazine onde se apresentam os principais espectáculos em território nacional	Semanal	Sábado
Eurodeputados	Os Eurodeputados portugueses discutem os temas da actualidade europeia	Semanal	Sábado
Geração saúde	Programa de debate sobre saúde	Semanal	Sábado
Radar de Negócios	Programa sobre a economia real e casos de sucesso de empreendedorismo	Semanal	Domingo
Olhar o Mundo	Programa de actualidade internacional	Semanal	Domingo
Cinemax	Programa de cinema onde se discutem as estreias e entrevistam os protagonistas	Semanal	Domingo

Com uma grelha sobretudo assente em noticiários e debates, a RTPN oferece uma certa variedade temática. Para além dos programas que cobrem os assuntos da actualidade política nacional, o canal tem também conteúdos ligados ao desporto (vários), à economia, à saúde, às matérias internacionais e aos acontecimentos culturais. No entanto, a originalidade desta estação situa-se noutra nível: na aposta nas novas plataformas digitais. Entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, a RTPN era (praticamente) o único canal português a integrar regularmente nas suas emissões conteúdos originalmente publicados noutras plataformas mediáticas, como sites da internet ou redes sociais. Em emissões como o *À Noite as Notícias*⁶, o canal fomentava a participação dos telespectadores através dessas novas vias digitais. Esta aposta da RTPN poderá revelar-se de grande utilidade no futuro, em que o ecrã de televisão não já não se assumirá como janela ou espelho do mundo, mas como porta de entrada dos telespectadores.

3.6 > TVI24: um canal à procura do seu espaço televisivo

A TVI24 é o canal de notícias da TVI, estação líder nas audiências em Portugal. Contudo, entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, com cerca de dois anos de emissão, a TVI24 continua na terceira posição na lista de canais de informação mais vistos em Portugal, muito longe da SIC Notícias. Neste tempo, a TVI24 construiu uma grelha informativa semelhante às da concorrência, apostando em noticiários e em debates e promovendo o aparecimento de novos *opinion makers*. Há, contudo, um aspecto onde a estação de notícias de Queluz assumiu estar à frente das outras: na expansão dos estúdios virtuais a vários formatos informativos.

⁶ *À Noite as Notícias* foi um formato que desapareceu dia 5 de Maio de 2011, dando origem à *Noite Informativo*. A mancha horária é a mesma, a linha editorial semelhante. Perderam-se duas coisas que, embora parecendo insignificantes, reúnem grande importância: a emissão feita a partir de Gaia passou a ser feita em Lisboa; a integração da plataforma digital no alinhamento do jornal extinguiu-se.

Quadro 6 > Oferta informativa da TVI 24 na grelha de Outono/Inverno de 2010

NOME DO PROGRAMA	SINOPSE	PERIODICIDADE	DIA DA SEMANA
Jornal do Dia	Noticiário das 21h	Diário	Todos os dias
Edição das Dez	Noticiário	Diário	Seg. Sex.
Última Edição	Noticiário que fecha o dia	Diário	Todos os dias
Prolongamento	Debate dedicado ao futebol e ao rescaldo da jornada futebolística	Semanal	Terça-feira
Combate de blogs	Alguns dos mais reputados bloggers nacionais juntam-se à mesa para discutir os temas que marcam a actualidade portuguesa	Semanal	Terça-feira
É Golo	Programa de debate sobre a actualidade do futebol	Semanal	Quarta-feira
Livraria Ideal	Programa de informação e divulgação cultural	Semanal	Quinta-feira
Contas à Vida	Debate sobre finanças públicas protagonizado por dois ex-ministros das finanças	Semanal	Quinta-feira
Mais Futebol	Debate ligado ao futebol num registo mais soft	Semanal	Sexta-feira
Sala de Imprensa	Jornalistas reúnem-se para fazerem uma revista de imprensa	Semanal	Sexta-feira
A Torto e a Direito	Actualidade da semana analisada por três comentadores residentes	Semanal	Sábado
Cinebox	As estreias de cinema e as curiosidades da sétima arte	Semanal	Sábado
Pressão Alta	Depois da jornada futebolística estar completa, dois comentadores discutem as incidências das partidas	Semanal	Sábado
Portugal Português	Programa emitido ao domingo onde se discutem problemas das regiões	Semanal	Domingo
Jornal de Domingo	Noticiário	Semanal	Domingo
De homem para homem	Programa de entrevistas a personalidades da vida pública portuguesa	Semanal	Domingo
Cartaz das Artes	Programa onde se destacam as principais estreias no mercado cultural português	Semanal	Domingo

Ao contrário dos seus concorrentes directos, a TVI24 aposta num número substancial de formatos comprados no estrangeiro. Mesmo assim, este canal apresenta uma oferta informativa variada. Tal como a RTPN e a SIC Notícias, boa parte do alinhamento diário da TVI24 é construído

com noticiários e programas de debate, muito centrado em campos sociais que os canais concorrentes também destacam (política, economia, futebol...). Há, no entanto, um formato onde a estação parece ter-se antecipado em relação à concorrência: no Combate de Blogues abre-se a porta do estúdio aos protagonistas da nova vaga de comunicação na Internet que aí discutem temas sobre os quais escrevem nos seus blogues. Esta iniciativa é inédita em Portugal e uma refrescante marca de criatividade por parte do canal que resolveu chamar à televisão alguns dos notáveis do ciberespaço.

4 > A TV poderá ignorar a ERC? A ERC pode fazer de conta que a TV não cumpre as suas determinações?

Percorrendo a programação informativa dos canais generalistas e temáticos, poder-se-á retirar três conclusões:

- A RTP cumpre, em termos de formatos, aquilo que está estipulado no Contrato de Concessão de Serviço Público, podendo, no entanto, ser mais inovadora na oferta televisiva proposta na RTP1 e na RTPN.
- A SIC e a TVI desrespeitam aquilo que a ERC estipulou aquando da renovação das licenças de TV.
- A SIC Notícias, a RTPN e a TVI 24 vão fomentando alguma diversidade nos temas que noticiam, embora nem sempre promovam a pluralidade de opiniões.

Quem esperava que a deliberação da ERC de Junho de 2006 provocasse uma renovação de fundo da programação televisiva das estações privadas fica certamente desiludido com aquilo que esses canais (não) fizeram. Nem mesmo a insistência da TV pública em programas de debate e de grande-entrevista levou a SIC ou a TVI a adoptar formatos semelhantes⁷. Canais monotemáticos de entretenimento: eis o que continua a caracterizar a programação da SIC e da TVI depois do noticiário das 20h00. Uma tendência que se vinha notando desde 2001 (Lopes, 2007b), sem que nenhuma entidade tivesse tido força suficiente para travar uma engenharia de programação que negava a natureza generalista das estações privadas em horário de maior audiência. Sendo canais privados, mas de concessão pública, a SIC e a TVI violaram, neste tempo, as determinações do órgão regulador e, até certo ponto, aquilo que estipulava a Lei de TV na altura em vigor que os considerava em teoria canais generalistas, sem que o fossem realmente em

⁷ A SIC chegou a incluir na sua grelha formatos de debate, como o Aqui e Agora, e de entrevista, Mário Crespo Entrevista, mas rapidamente estas apostas desapareceram da programação semanal da SIC.

horário nobre. As consequências deste rumo da programação que exclui das franjas de maior audiência a informação semanal são diversas. Apontamos aqui três.

- Estrangulamento do espaço público mediatizado enquanto espaço de discussão de diversas temáticas de interesse público. A substancial diminuição de formatos de debate e de grande-entrevista nos canais generalistas não permite alargar a discussão a diferentes campos sociais. Neste contexto, tende-se a eleger tópicos que gravitam em torno do(s) poder(es) dominante(s), ou seja, fala-se mais do mesmo. Desse modo, avoluma-se uma espiral do silêncio (Noelle-Neumann 1995) que vai expelindo para as margens as temáticas que estruturam o nosso quotidiano, mas que não têm poder para suplantar assuntos considerados de maior importância, porque apresentam um cordão umbilical à ordem dominante. *“Somos os melhores exemplos europeus de arcaicos pós-modernos. Longe de criar uma zona de respiração e um fora, os media amplificaram a comunicação social para novamente a fechar”*, lembra José Gil (2005: 33), num livro sugestivamente intitulado *Portugal Hoje. O medo de existir*.
- Fortalecimento de elites que se perpetuam no poder na exacta medida em que se mantêm nos palcos televisivos. *“Quem não aparece nos media não existe para a realidade política e quem aparece esporadicamente e com uma imagem disfuncional será um elemento marginal”*, escreve Sanchez Noriega (1997: 244), que reconhece igualmente que *“hoje seria improvável que alguns líderes de épocas pré-mediáticas tivessem existido”* (1997: 254). A diminuição das *ágoras* mediáticas origina a saturação das vozes autorizadas a falar na TV, instituindo-se uma espécie de confraria habilitada a discutir temáticas variadas.
- Reconfiguração do noticiário como género televisivo. Vendo-se obrigado a ser esticado até muito depois dos 60 minutos, o noticiário da noite tornou-se uma espécie de albergue espanhol que integra as notícias do dia, as reportagens de média duração, as entrevistas e os debates em estúdio... O telejornal das 20h00 deixa, assim, de apenas reflectir o que de mais importante se passa no país e no mundo. Por um lado, porque o jogo com as audiências e o interesse do público o atiram para uma agenda que persiste em misturar jornalismo com espectáculo das notícias (Thussu, 2007). Por outro, porque as redacções dos canais generalistas privados, confrontando-se com a ausência de espaços na grelha de programação para formatos informativos de conversação em estúdio, misturam-nos com peças noticiosas que se fazem ao ritmo veloz do dia-a-dia.

Há, em torno deste incumprimento da deliberação da ERC, um enigmático silêncio. Se esse mutismo não tivesse consequências directas sobre o espaço público por onde todos circulamos, poderíamos ousar não agir de modo a alterar a actual tendência da oferta televisiva que vem

sendo proporcionada em horário nobre. Mas talvez haja ainda uma outra saída que não aquela de nos sentarmos em frente ao televisor a divertir-nos... até morrer, como, aliás, vaticinava um dos títulos dos livros de Neil Postman (1985).

Bibliografia

- Casetti, Francesco; Odin, Roger (1990). *“De la paléo à la neotélévision. Approche sémio-pragmatique”*. Rev. *“Communications”*, nº 51, Paris: Le Seuil.
- Cebrian Herreros, Mariano (1978). *Introducción al Lenguaje de la Televisión. Una perspectiva semiótica*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Cebrian Herreros, Mariano (1998). *Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Cebrian Herreros, Mariano (2004). *Modelos de Televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Piados.
- Eco, Umberto (1985). *La Guerre du Faux*. Grasset.
- Esquenazi, Jean-Pierre (1996). *Le Pouvoir d'un Média : TF1 et son discours*. Paris: L'Harmattan.
- Gil, José (2005). *Portugal, Hoje. O Medo de Existir*. Relógio d' Água.
- Gonzalez Requena, Jesús (1995). *El Discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Catedra.
- Lopes, Felisbela (2007). *“SIC e TVI longe das recomendações da ERC”*. Actas do 5º Congresso da SOPCOM, (<http://lasics.uminho.pt/ojs/index.php/5sopcom/issue/view/5sopcom/showToc>).
- Lopes, Felisbela (2007b). *A TV das Elites*. Campo das Letras.
- Lochard, Guy; Boyer, Henri (1995). *Notre Écran Quotidien*. Paris: Dunod.
- Negri, Alberto; Signorelli, Paolo; De Berti, Raffaelli (1990). *“Scènes de la vie quotidienne”*. In (dir) Paul Beaud et al. *Sociologie de la Communication*, Ed. CENT, Col. Réseaux.
- Noëlle-Neumann, Elisabeth (1995). *“La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública”*. In Ferry, Jean-Marc et al. *El Nuevo Espacio Público*. Gedisa Editorial, Barcelona.
- Rizza, Nora (1990). *“Construire des Palimpsestes”*. Rev. *“Réseaux”*, nº 44/45.
- Sánchez Noriega, José Luis (1997). *Crítica de la Seducción Mediática*. Ed. Tecnos.
- Thussu, Daya Kishan (2007). *News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment*. Sage
- Williams, Raymond (1975). *Television, Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.

Documentos legais

Constituição da República Portuguesa.

Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão, 25 de Março de 2008.

Lei da Televisão [Lei nº27/2007, de 30 de Julho].

Deliberações da Entidade Reguladora para a Comunicação Social: 1-L/2006, de 20 de Junho.

Jornais

Correio da Manhã, 29 de Agosto de 2010

Correio da Manhã, 6 de Outubro de 2010

Correio da Manhã, 29, de Outubro de 2010

Diário de Notícias, 8 de Agosto de 2006

Diário de Notícias, 1 de Outubro de 2010

Jornal de Notícias, 3 de Janeiro de 2011

Jornal de Notícias, 8 de Setembro de 2010

Jornal de Notícias, 12 de Outubro de 2010

Jornal de Notícias, 27 de Outubro de 2010

Jornal de Notícias, 29 de Outubro de 2010

Noticias TV, 27 de Fevereiro a 5 de Março de 2011

Noticias TV, 20 a 26 de Maio de 2011

Quando as elites da capital dominam o que se diz sobre o país e o mundo

Felisbela Lopes e Luís Miguel Loureiro¹

A TV é hoje um meio de grande repercussão social. Cada emissão desenha uma espécie de ágora que condiciona a evolução do espaço público da sociedade contemporânea e é condicionada pelas alterações desse mesmo espaço. Neste trabalho, procuramos saber que tipo de espaço público se desenha nos *plateaux* informativos da TV portuguesa. Ao longo de um ano de programação (Setembro de 2010 a Junho de 2011), estudámos a composição dos estúdios de informação para perceber quem era chamado a debater a actualidade. Essa análise recaiu sobre 1673 programas que contaram com a participação de 2158 convidados.

1 > Do espaço público rarefeito

A nossa aproximação à TV, nomeadamente à informação televisiva, faz-se através de uma perspectiva que a encara não enquanto *textos*, mas enquanto *discursos*. Mais do que *elementos da linguagem*, olhamos as emissões televisivas como *factos sociais*, ou melhor, como *elementos simbólicos* da realidade social que desenharam, dentro do pequeno ecrã, uma ágora que estrutura o espaço público da sociedade contemporânea e é estruturada pelas alterações desse mesmo espaço.

Nesta discussão do espaço público, há invariavelmente dois eixos que se cruzam:

- um opõe as noções de *público* e *privado*;
- outro parte da separação problemática entre *real* e *virtual*.

Há, na verdade, uma dificuldade muito grande em definir o conceito de espaço público. Poucos serão os que ainda arriscam delimitar o que *só* pertence ao público e o que é *exclusivamente privado* (McQuail, 2003: 67-68; Lopes, 2008: 91). Igualmente, não será tarefa fácil a dos que se queiram debater com a questão da *realização* e *reificação* do espaço público na contemporaneidade

¹ Investigadores do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Artigo escrito no âmbito do projecto "Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital" (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008).

mediática, sejam os que o tomam já como mera erupção *simulacral* (Miranda, 2008: 155), seja os que preferem a sua concretização substitutiva como *espaço público mediatizado* (Mesquita, 2004: 95), o que leva a que outros, ainda, partindo de uma analítica dos media como *quarto poder*, identifiquem na presente *crise* uma situação “*ameaçadora e um verdadeiro perigo para o próprio Espaço Público*” (Esteves, 2005: 26). Este, como conceito capaz de traduzir uma totalidade empírica, emerge, assim, crescentemente fugidio, somando-se apenas as certezas de que já pouco valerá a investigação de um inverificável *espaço público natural* (Martins, 2005: 158). Não surpreenderão, pois, os actuais caminhos da pesquisa que se desenvolvem no sentido da *reformulação* conceptual do espaço público (Innerarity, 2010: 15), quando não mesmo da sua total ultrapassagem, através da busca de alternativas mais radicais, concebendo o espaço público como aquele passível de surgir no seio de *espaços de anonimato* (López-Petit, 2010: 120-127). Se o eixo público/privado sempre foi, antes de mais, da ordem da *bios*, a separação real/virtual remete, hoje como nunca, à ordem da *tekhné*, e é a fusão de ambos no campo de uma experiência cada vez mais atravessada pela técnica que confirma a asserção de Moisés de Lemos Martins ao descrever a contemporânea crise do humano como “*a imersão da técnica na história e nos corpos*” (2005: 160). De facto, se é certo que “*o espaço público nunca se reduziu à oposição entre público e privado, nem à simples mediação entre sociedade civil e Estado, nem mesmo à representação [...]*” (Miranda, 2008: 156), isso relacionar-se-á, mais do que nunca, com a invasão, operada pela técnica, de todos os espaços modernos de *controlo da mediação*, na qual os media assumiram papel de vanguarda. É desta substituição do espaço público pelos seus correlatos mediáticos e mediatizados, isto é, da substituição do *acontecimento* pela *notícia* (Martins, 2011: 43-46), que se ocupa a problematização da separação entre o *real* e o *virtual*, na qual se joga também a cada vez mais indefnida fronteira do humano.

Ao atingirem com uma força inaudita a esfera privada, os media tecnológicos vêm reforçando o surgimento de um espectador paradoxal que, contrariamente ao que sucedia na época clássica (Arendt, 2001: 248-249), já não *aparece* na *ágora* da *polis*. Se existe, para ele, uma *ágora*, esta só poderá desenhar-se sobre uma inversão que opera a partir do seu próprio espaço de intimidade, o que nos remete para um processo de diluição da antiga fronteira entre o público e o privado que, para o filósofo e sociólogo alemão Jürgen Habermas (1997: 98), começou, a partir dos séculos XVII e XVIII, “*a aparecer nas formas de reunião e de organização de um público leitor, composto de pessoas privadas burguesas, que se aglutinavam em torno de jornais e periódicos*”.

Assim, para poder constituir-se como sujeito político, livre para expressar o que pensa, o espectador tem de encontrar um espaço público acessível e plural. Um espaço público sem homens livres é um espaço público vácuo. Sucede o mesmo com o oxigénio na atmosfera terrestre: no ar rarefeito é o oxigénio que falha. Toda a acção se torna torpor, todo o corpo vivo se transforma

em fadiga. Onde falha o oxigénio, falha a potencialidade da acção biomecânica, diminui a possibilidade da combustão, da reacção física e química que liberta energia cinética e luminosa sobre o mundo. Não é assim que encontramos o espaço público na contemporaneidade, virtualmente sobreocupado mas, na verdade, *rarefeito*. Se olharmos o espaço público que os *plateaux* informativos constroem, encontramos espaços ocupados pelas elites que falam perante sujeitos mobilizados numa audiência passiva.

Com a virtualização colonialista do espaço público pelos espaços de aparência mediáticos, produz-se, na verdade, *um efeito ilusório sobre um desfasamento*. Os media, ao tornarem visível, tornam eufemisticamente acessível. Ao espaço público substitutivo que promovem, todos parecem poder aceder. Há sempre, nos novos ou nos velhos media, um potencial cinético, uma mobilização permanente do *espectador*. Sob as luzes onde se revela o visível, todo o movimento parece simples e possível. É dia *em qualquer lado*. Assim *se mostra* o espaço público eufemisticamente sobrepovoado dos media. Eufemisticamente povoado de eufemísticos cidadãos numa eufemística democracia, na qual todos têm a ilusão do acesso. Mas eis que uma escavação naquilo que se mostra revela um efectivo desfasamento. Ali, onde os processos de decisão verdadeiramente se formam, a luz só muito raramente entra, e há-de necessitar sempre de percorrer refacções e reflexões num trajecto sinuoso que cruza, invariavelmente, num binómio inescapável, poder e capital. Ali onde todos parecem discutir, aqueles que debatem sob a luz dos estúdios de TV circunscrevem-se a uma confraria que salta de palco em palco. Estamos, pois, a atingir o âmago de um questionamento fulcral:

- i) Será democrático *o espaço virtual dos media*?
- ii) Poderá ser tomado como *público* o território dissimulado dos processos de tomada de decisão, esse espaço rarefeito, onde a *Realpolitik* verdadeiramente se dá?

Julgamos aqui resumir um dos problemas mais prementes das sociedades contemporâneas ocidentais: a tantas vezes denominada *crise da democracia representativa*.

Apesar de reconhecer, em *Faktizität und Geltung* (original de 1991), que a esfera mediática contemporânea está a produzir uma *despolitização* da comunicação pública (Habermas, 1997: 110), o que está consentâneo com o cepticismo que sempre manifestou relativamente ao papel dos media, o filósofo e sociólogo alemão considera que, "*a partir do momento em que acontece uma mobilização, as estruturas sobre as quais se apoia a autoridade de um público que toma posição começam a vibrar. E as relações de força entre a sociedade civil e o sistema político podem sofrer modificações*" (1997: 113). Isto é, Jürgen Habermas pressupõe sempre a existência de potenciais actores públicos, individuais ou colectivos, mesmo quando se encontram latentes ou situados na periferia das esferas de acção. O despertar, a mobilização para a acção racional deliberativa e política, estão, assim, ao nível de uma *linguagem comum*, acessível quando o

que Habermas designa os *sistemas funcionais autopoieticamente fechados*, de que se compõe a sociedade complexa contemporânea (sistemas auto-organizados, tendencialmente fechados e específicos, cuja especialização progressiva se constitui como barreira à comunicação com os outros sistemas), se abrem a essa linguagem, “*situada abaixo do limiar de diferenciação dos códigos especializados, a qual circula em toda a sociedade*” (Habermas, 1997: 84). A linguagem comum não especializada será, pois, “*o medium do agir orientado pelo entendimento, através do qual o mundo da vida se reproduz e os próprios componentes do mundo da vida se entrelaçam*” (Habermas, 1997: 85). Ou seja, de acordo com as premissas do pensador germânico, um *mundo comum* só pode ser possibilitado mediante uma linguagem comunicável entre todos, o que requer esferas de mediação onde se possa situar essa linguagem e onde se façam presentes, da periferia para o centro, os sujeitos da acção comunicativa, individuais ou colectivos, criando-se as condições para uma comunicação racional capaz de empreender a *totalização do mundo*².

Um dos problemas com que se defronta a noção de espaço público em Habermas será, julgamo-lo, a imposição *apriorística* de um *povoamento*: só mediante o concurso de esferas públicas já povoadas de *cidadãos* livres e iguais, capazes de agir individual ou colectivamente, será possível a realização de uma *acção comunicativa racional orientada pelo entendimento*, conceito central na formulação habermasiana de um espaço público consequente, plural e democrático, potenciador de consensos elaboradores da *polis*. A questão reside no facto de que a contemporaneidade nos vem mostrando sinais muito mais evidentes do domínio de processos comunicativos de um *agir estratégico orientado para fins*, isto é, um agir determinado e conduzido por interesses específicos e *in-comuns*, dirigido ao êxito, que institucionaliza o *modelo do mercado como “forma corriqueira de governação”* (Innerarity, 2010: 56). O investigador português João Pissarra Esteves observa aqui os sinais de uma crise do espaço público, que se evidenciam, ao nível da comunicação pública, na “*rarefação dos valores da liberdade e da igualdade*” (2005: 14). A consequência, para o comunicólogo, é a “*imagem de uma cidadania diminuída*”, que emerge de um indivíduo “*produtor de opinião pública que se viu reduzido, nas presentes condições sociais e comunicacionais, à condição de mero consumidor de mensagens mediáticas*” (Esteves, 2005: 15). Porque não tem canais de participação nos media. Porque neles não vê reflectida a sua vida. Assim, numa sociedade de consumidores e utilizadores, na qual se destaca um grupo restrito de elites com acesso à palavra mediática, observa-se, a cada passo, a *dissolução do comum*

² Não se terá Habermas apercebido de que a mobilização pela *linguagem comum* que o filósofo advoga como modo de agitar o repouso corre o permanente risco de se perverter, na prática, numa *mobilização populista* tal como a que observamos nos contemporâneos espaços públicos rarefeitos, virtualizados pelo modo de operação dos *media*, tornando-se modo de dominação?

[López-Petit, 2010: 96]. Neste quadro, teremos cada vez maiores dificuldades em encontrar uma autêntica e estável esfera pública e, em consequência, ainda mais espinhosa será a tarefa de achar uma esfera real de acção e cidadania. Só nos parece realizável uma tal noção de espaço público mediante a verificação da pré-condição, que o próprio Habermas coloca diante de todas as restantes: a de que o espaço público só se torna possível pela via de uma acção comunicativa racional, plural e orientada pelo entendimento. Ou seja, para se realizar o espaço público habermasiano, que pressupõe a totalização possível da pluralidade, ele não necessita apenas de estar povoado, mas de sê-lo *comunicacionalmente*, por autênticos sujeitos racionais capazes de um agir político, aberto e apontado às possibilidades do consenso. O próprio Habermas o reconhece:

“Esse tipo de esferas públicas, autónomas e capazes de ressonância, dependem de uma ancoragem social em associações da sociedade civil e de uma introdução em padrões liberais da socialização e da cultura política, numa palavra: dependem da contrapartida de um mundo da vida racionalizado” (Habermas, 1997: 90-91).

Ao esvaziar a antiga esfera política, ao *privatizá-la*, através de uma experiência *mediaticamente mediada* em que o mundo é agora vivido em *segunda mão* (Innerarity, 2010: 89), o *espectador mobilizado* deixa-se submergir nas *ágoras* metafóricas dos *espaços de aparência* tecnológicos (televisivos ou informáticos), nos quais, na verdade, já só aparecerá dissimulado, como *cidadão virtual*, tantas vezes, como fonte de uma informação espúria ou comentador de utilidade circunstancial, a chamada *vox populi*.

2 > Caminhos de análise

Muitos são aqueles que retiram à informação televisiva a capacidade de promover um debate plural, participado, que problematize questões actuais, que interesse a todos, sem ser *voyeurista* naquilo que procura saber, nem excessivamente intimista nas perguntas formuladas aos respectivos interlocutores. Pressionada por constrangimentos económicos, a televisão verga frequentemente o seu trabalho aos gostos mais populares e aos rostos mais conhecidos, o que, como afirma Victoria Camps (2004: 45), não faz dela “o *cenário idóneo para que se converta na ágora deliberativa no nosso tempo*”. Terá certamente razão a filósofa espanhola, mas, como a própria reconhece, não será eficaz um discurso demonizador do audiovisual. Importará, sobretudo, perscrutar o que essas cenas televisivas absorvem e devolvem relativamente ao que lhes é exterior. Esse exercício permitirá perceber o que é iluminado e aquilo que, sendo importante para a vida social, permanece em zonas sombrias.

Procurando delinear o retrato daqueles que falam nos *plateaux* de informação e, conseqüentemente, conhecer que tipo de espaço público é aí construído, estudámos a oferta informativa dos canais generalistas (RTP1, SIC e TVI) e dos canais temáticos de informação (SICN, RTPN e TVI 24) durante dez meses (de Setembro de 2010 a Junho de 2011). Nesse tempo, foram identificados todos os convidados dos conteúdos informativos emitidos entre as 18h00 e a 01h00, de segunda a sexta-feira. A este estudo, foi ainda acrescentada a análise dos fóruns de informação dos canais temáticos, espaços de participação do telespectador por excelência.

Cada convidado foi caracterizado em função de duas variáveis:

- Profissão
- Lugar de origem

O período aqui considerado permitiu a análise de 1673 programas que contaram com a participação de 2158 convidados em estúdio, distribuídos pelos seis canais de televisão estudados.

3 > Um espaço público televisivo saturado com uma confraria

Pelo pequeno ecrã temos acesso àquilo que de mais importante se passa à nossa volta, mas a construção audiovisual da realidade também redesenha o mundo que temos (Lopes, 2008). Chamando a si o papel de “*aduaneiro*”, o jornalista selecciona temas, instituições e pessoas que serão expostas à luz pública, passando-os, deste modo, para o centro da comunicação pública. Na configuração desse mapa social, os jornalistas que trabalham em televisão têm aí uma influência importante. Neste ponto, iremos perceber quem foram aqueles que, entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, passaram pelos *plateaux* informativos para discutir Portugal e o mundo.

Da nossa análise, sobressai uma esmagadora percentagem de convidados com origem geográfica na capital do país. Quem reside fora da Zona da Grande Lisboa não tem acesso facilitado à palavra televisiva. Os programas de informação, por uma questão de proximidade, mas também porque construíram toda uma elite mediática concentrada na maior cidade do país, desvalorizam a opinião daqueles que habitam outras regiões. Olhando o Quadro 1, é impressionante o número de pessoas que falam na TV a partir de um ponto geográfico concreto: Lisboa. A segunda região mais valorizada é o norte do país. Contudo, a diferença numérica é substancial. O Centro, o Algarve, as Ilhas e o Alentejo (por esta ordem) praticamente inexistem nos palcos de informação televisiva. Refira-se que há uma pequena percentagem de convidados que falam desgarrados de um lugar específico, embora o seu local de trabalho seja, a maior parte das vezes, Lisboa (exemplo: os ministros).

Se a referência forem as variáveis nacional/internacional, a verdade é que os programas de informação preferem interlocutores oriundos do território português. Quando isso não acontece, a Europa (principalmente os deputados europeus) é a parte do mundo mais valorizada. Pessoas de outros continentes serão aqui a excepção: pela inacessibilidade geográfica (mesmo que o *duplex* fosse uma solução, é difícil encontrar noutros países uma base a partir da qual o directo seja possível) e pela questão da língua (será difícil, quase impossível, introduzir num debate falado em português, uma outra pessoa que fale outra língua).

Quadro 1 > Origem geográfica dos convidados dos *plateaux* televisivos (por mês)

MÊS	NACIONAL	NORTE	CENTRO	LISBOA	ALGARVE	ALENTEJO	ILHAS	EUROPA	AMÉRICA DO SUL	OUTROS
Set.	7	31	1	152	1	1	-	1	3	1
Out.	4	40	8	183	1	-	-	6	1	
Nov.	2	28	3	160		-	-	8	2	
Dez.	3	35	4	189	1	-	1	10	2	2
Jan.		24	5	156		-	1	3		2
Fev.	6	35	5	162		-	-	5	1	1
Mar.	3	36	2	189	1	-	2	7	-	1
Abr.	1	38	6	127	1	-	1	2	-	-
Mai.	4	39	4	154		1	1	1	-	-
Jun.	2	39	7	181	3	-	1	5	-	-
Total	32	345	45	1653	5	2	7	48	9	7

Todos os canais somam mais convidados oriundos de Lisboa do que aqueles com origem geográfica noutros pontos do país. No caso da TVI, todos os que têm acesso ao *plateau* informativo são de Lisboa. Nos outros dois canais generalistas, a prioridade também vai para interlocutores da capital. A segunda região mais valorizada é o norte, reunindo na SIC uma percentagem de 9.75 por cento e na RTP1, de 21.3 por cento.

Os canais temáticos funcionam como um reflexo dos respectivos canais generalistas. No cabo, a estação com um *plateau* de debate mais equilibrado é a RTPN, o canal informativo de serviço público. Se bem que Lisboa reúna uma percentagem de convidados de 59.8 por cento, a região norte soma 31.6 por cento. Tal deve-se ao facto de o canal ter emissões repartidas entre Lisboa e Vila Nova Gaia. Isso condiciona decisivamente o equilíbrio/diversidade dos *plateaux* de informação. O que vai ao encontro daquilo que estipula o Contrato de Concessão de Serviço Público (2008) para a RTPN:

“A prestação especializada de informação nas suas diferentes formas, designadamente noticiários, reportagens, documentários e debates, com destaque para temas, ideias e protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, como os que relevam da área cultural ou científica, e concedendo especial atenção a temas com interesse para regiões e comunidades específicas” (Cláusula 13).

Da nossa análise, conclui-se que o lugar onde se constrói a informação tem influência na composição do *plateau* que debate a actualidade noticiosa. Muitos dos convidados que passaram pelos dois estúdios (de Lisboa e de Gaia) apenas participaram nessas emissões devido ao facto de o noticiário em causa ter aí a respectiva coordenação e emissão. Na nossa perspectiva, a emissão bicéfala é decisiva no cumprimento daquilo que o Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão estipula para este canal temático: apresentar uma informação diversificada e participativa.

Quadro 2 > Origem geográfica dos convidados dos *plateaux* televisivos (por canal)

CANAL	NACIONAL	NORTE	CENTRO	LISBOA	ALGARVE	ALENTEJO	EUROPA	AMÉRICA DO SUL
RTP1	5	34	7	105	1	-	7	-
SIC	2	4	1	34	-	-	-	-
TVI	-	-	-	36	-	-	-	-
SICN	6	35	3	429	-	1	12	-
RTPN	11	240	29	454	4	-	20	-
TVI24	8	32	5	595	-	1	9	9
Total	32	345	45	1653	5	2	48	9

Olhando para a profissão daqueles que são chamados a falar nos *plateaux* televisivos, constatámos que os jornalistas são os mais requisitados ao longo do ano. Se nos anos 90 a classe política era a mais solicitada para participar em debates televisivos (Lopes, 2007), na primeira década do século XXI a selecção de convidados parece estar a passar por algumas mudanças. Agora é a classe jornalística, nomeadamente aquela que exerce funções de direcção dentro e fora das empresas televisivas, a que é mais convidada para os estúdios de informação. Não falamos de um grupo alargado. Pelo contrário. Cada canal apresenta um conjunto restrito de nomes de quem se vai socorrendo para debater temáticas diversificadas. Esses jornalistas, quando externos ao canal, mantêm-se fiéis a uma determinada empresa televisiva. É com

essa confraria, seleccionada entre a elite jornalística, que se desenvolve um apertado processo de “agenda-setting” sobre aquilo que se discute em determinada momento, criando-se, conseqüentemente, uma espiral de silêncio na qual se precipitam especialistas e pontos de vista que importaria ouvir. Este grupo restrito de jornalistas com acesso privilegiado ao *plateau* informativo converte-se, assim, num grupo de celebridades mediáticas, aptas a falar de vários assuntos.

A classe política, embora tenha perdido o seu lugar hegemónico ao nível da opinião televisiva, mantém ainda um espaço de grande destaque nos *plateaux* informativos. Juntamente com a classe jornalística, os políticos são hoje actores importantíssimos na configuração da esfera pública mediática. Tal como acontece com os jornalistas, não se trata aqui de um grupo diversificado. Antes de uma elite política que se perpetua no poder de acordo com a sua capacidade de circulação no espaço público televisivo e vice-versa. Estamos, deste modo, longe de uma esfera pública (televisiva) que reúna um número alargado de processos de configuração da opinião e da vontade colectivas. O que vemos hoje nos ecrãs de TV é uma confraria política. Que procura aí um espaço com afinco, tal como se esforça por conquistar um lugar de relevo dentro do respectivo partido político.

Se aplicarmos à informação televisiva as teses de Anthony Giddens para quem “*o self, tal como os contextos institucionais mais vastos nos quais ele existe, tem de ser construído reflexivamente*” (1994: 2), os *plateaux* dos debates, se se propusessem construir com o telespectador um “*contrato/promessa de explicação*”, teriam de ceder um lugar privilegiado aos especialistas. Por ser um tipo de interlocutor que institucionaliza a realidade de determinado ângulo, esse grupo deveria apresentar no seu interior uma certa diversidade a fim de re-ligar aquilo que se discute a um vasto número de campos sociais com os quais determinado tema terá ressonâncias. O *mapa* – para retomarmos a metáfora do conto de Borges – tem um poder ilimitado de reprodução, capaz mesmo de se sobrepor ao território. Daí a vantagem de munir as audiências com *mapas* construídos por discursos claros, expressivos, concisos e pertinentes. Não foi bem isso que aconteceu nos estúdios de informação dos canais portugueses entre Setembro de 2010 e Junho de 2011. Se bem que os académicos constituam a terceira classe mais visível, a verdade é que o seu número se distancia bastante dos dois primeiros lugares e tal percentagem é tributária da presença de um grupo de repetentes. Ao longo deste tempo, tendeu-se a convidar aqueles que já foram convidados pelos canais concorrentes, abrindo-se, assim, uma enorme espiral do silêncio em torno daqueles que têm coisas válidas para dizer, mas não entram na agenda dos jornalistas de TV.

Quadro 3 > Profissão dos convidados dos *plateaux* televisivos (por mês)

MÊS	JORNALISTAS	POLÍTICOS	PROFES./ INVESTIG.	ECONOM./ EMPRESÁRIOS	JURISTAS/ MAGISTRADOS	FUTEBOL	INDÚSTRIAS CULTURAIS	SAÚDE	OUTROS
Set.	75	51	16	22	4	11	4	2	13
Out.	89	55	25	24	11	7	5	5	21
Nov.	60	42	25	9	19	14	9	2	23
Dez.	89	45	27	12	15	10	7	12	30
Jan.	66	35	24	16	14	9	5	6	16
Fev.	72	52	22	19	10	11	8	4	17
Mar.	91	56	27	16	8	8	5	2	25
Abr.	51	42	23	12	5	5	4	3	26
Mai.	84	48	21	11	4	8	11	3	11
Jun.	82	58	30	11	9	3	3	5	32
Total	759	484	240	152	99	86	61	41	214

Com excepção da RTP1, todos os canais de TV encontram nos jornalistas o grupo mais presente nos *plateaux* de informação, seguido dos políticos, estes mais visíveis no canal generalista de serviço público. Essa presença deve-se não à informação diária (os noticiários só excepcionalmente levam convidados a estúdio), mas, sobretudo, à informação semanal. No período em análise, a grelha da RTP1 emitia regularmente, em horário nobre, três programas semanais com convidados em estúdio e todos seguiam uma linha editorial orientada para a discussão política e, conseqüentemente, desenvolviam-se graças à presença dos políticos (em painel fixo no caso do Corredor do Poder, com convidados variados no caso do debate Prós e Contras e da Grande Entrevista). Os canais privados não integravam na grelha formatos informativos de conversação com periodicidade semanal, o que explica o número residual de interlocutores em estúdio. Os convidados da SIC e da TVI que figuram no Quadro 4 foram, na sua maioria, integrados no Jornal da Noite e no Jornal Nacional, respectivamente.

Comparando os canais generalistas com os temáticos, regista-se um número substancialmente maior de convidados, produto de uma programação feita essencialmente de fluxo, logo com muito mais espaço em antena para fazer entrar pessoas em estúdio. Aliás, grande parte do serão informativo dos canais de informação faz-se com a discussão da actualidade. Neste contexto, jornalistas (em primeiro lugar) e políticos (em segundo lugar) são os mais presentes nos *plateaux* desses canais. Interessante o facto de o principal noticiário da SICN (Jornal das 9) e da RTPN (À Noite, as Notícias) integrar em cada edição um frente-a-frente constituído pela classe política para discutir os acontecimentos em notícia. São os políticos os escolhidos para descodifi-

car aquilo que a TV marca como o mais importante do dia. Falamos aqui de um grupo restrito. De uma elite política que detém/deteve cargos e que capitaliza notoriedade mediática.

Comparando os canais temáticos entre si, regista-se um maior número de convidados na RTPN (689), seguida da TVI 24 (586) e, por último, da SICN (456). Quanto ao perfil de convidados, todos os canais centram mais de 60 por cento dos convites nos jornalistas e nos políticos³. Em termos de diversidade de convidados, o canal com um leque menos variado é a SICN. RTPN e TVI 24 reúnem um número considerável de pessoas de outras profissões.

Quadro 4 > Profissão dos convidados por canal televisivo (por canal)

MÊS	JORNALISTAS	POLÍTICOS	PROFES./ INVESTIG.	ECONOM./ EMPRESÁRIOS	JURISTAS/ MAGISTRADOS	FUTEBOL	INDÚSTRIAS CULTURAIS	SAÚDE
RTP1	17	74	10	9	9	2	-	-
SIC	26	6	3	1	-	-	-	-
TVI	17	10	2	2	1	1	1	-
SICN	164	133	62	38	43	11	3	2
RTPN	290	163	85	39	23	34	37	18
TVI24	245	98	78	63	23	38	20	21
Total	759	484	240	152	99	86	61	41

4 > Notas finais

Percorrendo os convidados dos *plateaux* informativos, evidencia-se a importância atribuída ao exercício profissional, o que, à partida, transforma os não-profissionais (os que ainda/já não trabalham) em categorias menosprezadas. De entre os profissionais, os diversos programas de informação chamaram prioritariamente jornalistas e políticos, ou seja, profissionais cujo trabalho não é a produção de um bem, mas de uma relação social e humana, o que lhes possibilita a expatiação da sua opinião para assuntos que não os envolvem directamente. Qualquer um deles está autorizado a uma extensão da sua competência a que um biólogo, por exemplo, não está. Significa isso que aquilo que não pertence ao mundo dos serviços e da

³ Em termos percentuais, a RTPN reúne 65.7 por cento de convidados entre jornalistas e políticos; a SICN 65.1 por cento e a TVI24, 60.2 por cento.

informação tem uma legitimidade minorada no mundo das ideias que a televisão discute. Por aqui também se explica a ausência de engenheiros, técnicos, agricultores ou comerciantes dos debates televisivos. Este é um quadro que Sébastien Rouquette também encontrou, ao estudar meio século de debates televisivos nos canais franceses de televisão. A esses grupos profissionais que se ocupam da dimensão humana e que são valorizados pelos jornalistas franceses, o investigador francês chama “*engenheiros do social*” (2001: 171). Na sua perspectiva, é deles o espaço social televisivo, são eles que se reapropriam dos problemas colectivos que circulam no espaço público contemporâneo. No seu conjunto, afirma Rouquette (2001: 213-4), “*a força dos engenheiros do social é de existir fora dos seus problemas profissionais próprios, fora dos escândalos que envolvem a sua corporação, das reformas jurídicas dolorosas ou das greves duras*”.

Olhando aqueles que ocupam os estúdios de informação, vêem-se aí um grupo restrito de elites. Se a entrada nos *plateaux* televisivos privilegia aqueles que já conquistaram inter pares alguma importância, a visibilidade mediática que a televisão proporciona revela-se um meio estruturante da identidade pública desses actores. Se quem fala na TV são as elites, elas perpetuam-se no poder de acordo com a capacidade de circulação no espaço público televisivo. Concisão naquilo que se diz e expressividade na forma como se diz são actualmente traços exigidos ao discurso de qualquer convidado a participar numa entrevista/debate televisivos, porque também interessa fixar os telespectadores à emissão. A isto junta-se o capital de notoriedade que cada um apresenta como condição mínima de acesso aos *plateaux* televisivos. Neste quadro, o grupo dos seleccionáveis não é muito extenso, sendo, por isso, comum a presença dos mesmos interlocutores em diferentes programas ou no mesmo para falar de assuntos diversos. Face a estes requisitos, percebe-se a vantagem de certos grupos, nomeadamente das elites jornalísticas e políticas, as mais bem treinadas na arte de colocar o poder em cena, as mais capazes para representar uma dramaturgia democrática, as mais habituadas a conciliar o seu discurso com as exigências mediáticas. Entre os jornalistas e os políticos, os primeiros foram, no tempo desta análise, os preferidos nos programas de informação da TV portuguesa. São eles agora as novas celebridades da opinião difundida a partir dos *plateaux* de informação. Entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, a generalidade dos canais portugueses seleccionou prioritariamente para os respectivos estúdios de informação jornalistas com considerável capital mediático, que trabalham em Lisboa e que, não intervindo directamente nos assuntos em causa, ofereciam um olhar exterior sobre a matéria em destaque. Foram jornalistas a pedir a opinião de jornalistas, o que adensa a lógica da estrutura circular da informação. O único canal que pareceu resistir a esta tendência foi a RTP1 que apresentou uma paleta de convidados mais diversificada, em termos de profissão do con-

vidado. No entanto, também aí primou o critério da notoriedade pública de quem se convidou. Em termos de geografia, regista-se uma preferência por convidados oriundos de Lisboa onde estão situadas as sedes de todos os canais de TV, com excepção da RTPN. Percebe-se essa opção. Trabalhando com o permanente constrangimento do tempo, as estações chamam para os respectivos *plateaux* aqueles que estão mais perto. Porque essas pessoas têm mais facilidade em chegar aos estúdios; porque os jornalistas, pela proximidade, sentem mais confiança com gente que já conhecem e já “experimentaram” em directo. Essa hegemonia de convidados oriundos de Lisboa é quebrada pela RTPN, o canal de informação de serviço público cujas emissões se fazem a partir de dois sítios: Lisboa e Gaia. É essa descentralização que permite um maior equilíbrio geográfico daqueles que têm acesso à palavra televisiva. Analisando os estúdios da RTPN, encontramos nele sinais que contrariam uma evolução da informação televisiva que, nos últimos anos, tem sido dominada por um grupo extremamente reduzido de elites da capital do país. Na nossa perspectiva, se não há um jornalismo para o serviço público de televisão (SPT) e um jornalismo para as estações privadas, pode (deve) haver uma informação que será mais específica dos operadores públicos. No que diz respeito ao trabalho que desenvolvem, os jornalistas de uma TV pública ou privada têm as mesmas obrigações e os mesmos direitos: fazem parte da mesma classe com cujos elementos partilham princípios éticos e deontológicos e um quadro legal intrínsecos à profissão. No entanto, uma estação pública e uma estação privada não devem seguir a mesma engenharia de programação e as mesmas prioridades na construção dos programas de informação⁴. Ao nível dos convidados, a RTPN cumpre aquilo que está estipulado na Cláusula 13 do Contrato de Concessão de Serviço Público: chamar “*protagonistas não habitualmente representados na comunicação social, como os que relevam da área cultural ou científica*”.

Num livro em que aborda o lugar do jornalismo na esfera pública contemporânea, José Luis Dader considera que “*a administração que os jornalistas fazem do espaço público é mais decisiva do que a administração social tradicional, embora seja esta quem dá as respostas definitivas*” (1992: 157). Partilhamos esse ponto de vista e acrescentamos que dele resultam maiores responsabilidades para o campo jornalístico, que tem, assim, de encontrar um ponto de equilíbrio entre as forças de mercado que lhes exigem audiências e a opinião pública a quem deve ser proporcionada uma informação que potencie um espaço público mais diversificado, mais participativo, mais imune ao *voyeurismo* e mais preocupado com as questões relevantes dos vários campos sociais.

⁴ No caso português, a RTP está submetida a um Contrato de Concessão de Serviço Público assinado com o Estado e a cláusulas legais específicas fixadas na Constituição da República Portuguesa e na Lei da Televisão que a obrigam a especiais cuidados.

Tendo em conta os dados aqui apresentados, conclui-se que estamos longe de uma esfera pública como lugar que reflecta processos diversificados de configuração da opinião. Olhando os ecrãs da TV, percebemos que eles são dominados por dois grupos: jornalistas e políticos, os mais hábeis em colocar o poder em cena, os mais desembaraçados no verbo e no gesto ajustados aos ritmos da TV. Percorrendo os nomes dos convidados para os debates/entrevistas televisivas, percebe-se que quem é incapaz de adaptar o seu discurso aos códigos televisivos (construir uma palavra pública mediada) não pode falar em televisão; quem é desconhecido da opinião pública está também excluído, a menos que protagonize um acontecimento com grande amplitude; quem não pertence a instituições centrais onde se exerce o poder político tem também poucas hipóteses de ser convidado de um programa de informação semanal. Consequentemente, constrói-se, no espaço televisivo, uma enorme espiral de silêncio que se vai avolumando ao longo dos anos. Que está dentro do pequeno ecrã, mas que tem consequências fora dele.

Bibliografia

- Arendt, Hannah (2001). *A Condição Humana*, Lisboa: Relógio d'Água Editores.
- Dader, José Luís (1992). *El Periodista en el Espacio Público*. Barcelona: Bosch.
- Esteves, João Pissarra (2005). *O Espaço Público e os Media – Sobre a Comunicação entre Normatividade e Facticidade*, Lisboa : Edições Colibri.
- Giddens, Anthony (1994). *Modernidade e Identidade Pessoal*. Oeiras: Celta Editora.
- Habermas, Jürgen (1997). *Direito e Democracia – Entre facticidade e validade*, Vol. II, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Innerarity, Daniel (2010). *O Novo Espaço Público*, Lisboa: Editorial Teorema.
- Lopes, Felisbela (2008). *A TV do Real – a Televisão e o Espaço Público*, Coimbra: Minerva, Coimbra.
- Lopes, Felisbela (2007). *A TV das Elites*. Campo das Letras.
- López-Petit, Santiago (2010). *A Vida como acto de sabotagem*, in LÓPEZ-PETIT, Santiago, A Mobilização Global seguido de O Estado-Guerra e outros textos, Porto: Deriva Editores.
- Martins, Moisés de Lemos (2005). Espaço Público e Vida Privada, in *Revista Filosófica de Coimbra*, nº 27, Coimbra: Instituto de Estudos Filosóficos da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.
- Martins, Moisés de Lemos (2011). *Crise no Castelo da Cultura – Das Estrelas para os Ecrãs*, Coimbra: Grácio Editor.
- McQuail, Denis (2003). *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mesquita, Mário (2004), *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra: MinervaCoimbra.
- Miranda, José A. Bragança de (2008), *Política e Modernidade – Linguagem e Violência na Cultura Contemporânea*, 2ª edição, Lisboa: Edições Colibri.
- Rouquette, Sébastien (2001). *L'Impopulaire Télévision Populaire : Logiques Sociales, Professionnelles et Normatives des Palabres Télévisées*. Paris : L'Harmattan.

Documentos legais:

Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão, 2008

Os comentadores residentes da televisão portuguesa

Felisbela Lopes e Hália Costa Santos¹

Uma das opções dos canais televisivos, de sinal aberto ou por cabo, para produzir debate e opinião sobre determinados assuntos da actualidade tem sido a criação de programas com comentadores residentes, dando origem ao que se convencionou chamar “painéis fixos”. Semana após semana, os mesmos indivíduos apresentam e rebatem argumentos. Como é que se distinguem estes programas, entre si, e quem são estes comentadores? Estas são duas questões a que este artigo pretende responder, depois de se fazer um levantamento sobre as principais questões teóricas produzidas em torno da opinião que se faz em televisão.

1 > O papel e o poder dos comentadores televisivos

A televisão reflecte, actualmente, um conjunto de produtos comunicacionais, apresentados sob diferentes e variados formatos, o que a faz manter, na sua essência, os seus objectivos iniciais. A formação dos elementos de uma sociedade continua a ser uma missão preponderante da televisão, enquanto meio de comunicação social de massas. Como argumenta Nuno Goulart Brandão, “os media, e em especial a televisão, são hoje os maiores distribuidores de cultura ao domicílio, pelo que é também crescente a nossa dependência desses meios, para termos um sentido de percepção do mundo” (2010:150). Este poder de fazer chegar informação, de forma generalizada, a um vasto conjunto de pessoas, com diferentes características e distintas formas de se posicionarem, atribui à televisão uma outra missão: a responsabilidade social de recuperar valores e de incentivar a cidadania. Por outras palavras, a missão de informar não é suficiente; a televisão tem também que ajudar a decodificar. Os media que chegam a um grande número de pessoas têm um papel importantíssimo na formação da opinião (individual e/ou pública). Neste contexto, não será suficiente dotar os cidadãos telespectadores de informação, será também necessário fornecer-lhes diferentes visões do mundo e várias interpretações de um mesmo acontecimento. É neste contexto que nasce a necessidade de chamar para os palcos mediáticos comentadores de perfis profissionais diferenciados.

¹ Investigadoras do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Artigo escrito no âmbito do projecto “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008).

Um exemplo recente que mostra o papel de interpretação e descodificação, desempenhado pelos comentadores dos meios de comunicação em geral, foi a crise do 'subprime', que surgiu nos Estados Unidos da América. Sobre este tema, Claire Oldfield fez um estudo para a Editorial Intellegence. No prefácio, Charles Stewart Smith explica assim a importância que os comentadores tiveram neste momento da História:

“Os resultados não são equívocos; nem nunca pretenderam ser. Mas parecerem comprovar a nossa premissa básica: os comentadores efectivamente ajudaram a formar a opinião e, até certo ponto, os eventos. Claro que uns fizeram-no melhor do que outros; mas no geral constata-se que nos serviram bem!” (Smith em Oldfield, 2009:6).

Na sua análise, Oldfield lembra que “os meios de comunicação audiovisual em particular tiveram uma vantagem, por causa da sua capacidade de informar rapidamente.” No caso concreto da crise americana, sublinha-se que “Robert Peston, Editor de Negócios da BBC, se transformou no rosto da crise financeira, trazendo novidades sobre as questões financeiras a uma nova audiência, através das suas análises diárias, das suas novas histórias [...]” (2009:14). Não só identificou os diferentes aspectos da crise na televisão, como usou blogues para explicar melhor o que estava a acontecer a um conjunto de pessoas que não tinham instrumentos para compreender questões que afectavam o seu dia-a-dia. No caso concreto da crise norte-americana, Claire Oldfield explica que “tanto os comentadores da política como os da economia tiveram que se transformar em analistas macro-económicos de um fenómeno que poucos, ou mesmo nenhuns, tinham visto antes.” (2009:5). Esta autora cita Woody Kerr, quando este defende que “o papel dos comentadores é destilar, analisar e prever” (2009:7). Estas capacidades atribuídas aos comentadores serão aquelas que os telespectadores supostamente necessitam da informação televisiva: mais do que saber o que aconteceu, o comentador deve desmontar os acontecimentos, atribuindo-lhes significados e explicações, para que seja possível admitir cenários de futuro. No fundo, o que o comum cidadão espera é que lhe seja fornecida uma leitura dos acontecimentos que lhe dê alguma garantia de estabilidade, de segurança. Ou, não sendo possível obtê-las nas condições em que está, que lhe sejam proporcionadas alternativas para procurar informação noutros locais [entrando, neste ponto, a função de previsão].

Uma das formas de tranquilizar a opinião pública é, por exemplo, explicar o que significam conceitos desconhecidos até um determinado momento e que passam a ser de uso corrente associados a determinada onda noticiosa. No caso acima referido, “a resposta passou pelos comentadores e profissionais do audiovisual conduzirem um subtil – e rápido – processo de educação. Woody Kerr diz que “uma nova linguagem entrou na consciência generalizada”. Foi apimentada com palavras e expressões como ‘crise de crédito’, ‘derivados’, ‘hedge funds’, ‘securitisation’

e 'subprime.' (Oldfield, 2009:16). E a verdade é que alguns destes termos passaram a ser usados em Portugal, em inglês. No caso da crise americana, não só os cidadãos norte-americanos começaram a dominar um vocabulário específico como também os consumidores de informação de várias partes do mundo se familiarizaram com um jargão técnico até aí cativo de uma elite do mundo das finanças e da economia. E isto aconteceu não tanto pela recepção de notícias, mas mais pela atenção dada pelos comentadores ao assunto, explicando o que significam expressões específicas (o 'subprime' é, talvez, o melhor exemplo disso mesmo).

Nem sempre os comentadores televisivos (e outros) funcionam como garante de acalmia. Jones e Smith admitem que, em certos casos, o discurso dos comentadores falha. Parece ter sido o que aconteceu por altura do ataque às torres gêmeas de Nova Iorque, como resultado da necessidade de reagir rapidamente. Entre outros aspectos, os autores argumentam que a incapacidade de perceber 'o outro' (no caso, os terroristas) deu origem a interpretações pouco rigorosas.

“Tais comentários que formam a opinião pública nos media actuais (escritos e audiovisuais) resultam de um imperativo de imediatismo, conduzido pela tecnologia da comunicação electrónica, que formata o acelerado mundo da política. O comentador interpreta um determinado evento para o grande público, mas não se preocupa em fazer uma análise cuidada do problema nem das suas nuances. A urgência antecipa a investigação exaustiva, avançando para padrões que aumentam a ameaça. Consequentemente, surge um diagnóstico desadequado que facilita um discurso fracassado.” (Jones e Smith, 2006: 1079).

Considerando a procura da necessária objectividade jornalística, na forma como se seleccionam e apresentam os acontecimentos (sem esquecer todas as discussões sobre a eficácia ou manipulação destas práticas), importa analisar a outra componente do universo comunicacional da televisão, aquela em que se interpretam e analisam esses mesmos acontecimentos, de uma forma regular, permanente, com os mesmos protagonistas. Procurando dar uma imagem de pluralismo e tentando cumprir lógicas de representatividade de diferentes sectores (assim como dentro de cada um deles), os responsáveis pelos canais de televisão têm vindo a constituir painéis de comentadores residentes.

Admite-se que esta aposta de convidar/contratar indivíduos com carácter de permanência garanta uma fidelização de audiências, que se identificariam com determinado posicionamento apresentado pelo comentador A ou B. Esta estratégia poderá também funcionar pela negativa, quando os telespectadores seguem um comentador com cujas posições não concordam. Vêem a emissão para se oporem ao que aí é dito. Vêem pela polémica que uma emissão levanta. Em qualquer dos casos (admitindo-se que a primeira hipótese seja a mais frequente), os telespectadores obtêm neste tipo de painéis fixos

argumentos para, numa primeira fase, construir a sua própria opinião e, numa segunda fase, poder discuti-la nos mais variados contextos.

Recuperando a teoria da 'espiral do silêncio', importa lembrar a ideia de que "*a sociedade ameaça com isolamento os indivíduos que se desviam*" (McQuail, 2003:103). Daí a importância de dotar (potencialmente) todos os cidadãos de informação e de opinião. McQuail explica assim a teoria de Noell-Neumann:

"Basicamente, a teoria defende que, para evitar o isolamento no que respeita a assuntos públicos importantes (como o apoio a um partido político), muitas pessoas procuram, no seu ambiente, pistas sobre a opinião dominante e os pontos de vista que ganham força ou estão em declínio." (McQuail, 2003:103).

O poder que os comentadores detêm tem sido alvo de várias análises, reconhecendo-se, em geral, a força que possuem e a capacidade que têm de influenciar, seja através da apresentação de argumentos, seja através da própria manipulação. Neste processo construtivo entram também em linha de conta aspectos relacionados com os valores e com as atitudes. Glynn explica estes conceitos deste modo: "*Valores são ideais. As crenças representam o nosso conhecimento de como as coisas são, mas os valores representam o nosso conhecimento de como as coisas deveriam ser.*" (Glynn et al, 1999: 105). O autor defende que as atitudes são generalizadas e dizem respeito a um sentimento positivo ou negativo acerca de uma pessoa, objecto ou assunto. Assim, semana após semana, os comentadores residentes esforçam-se por generalizar as suas convicções, com o objectivo de as tornar atitudes.

Num país democrático, é assumido que cada cidadão terá todas as condições para formar a sua própria opinião. "*O ideal democrático perspectiva um indivíduo independente obtendo informação, pesando escolhas, fazendo um julgamento avaliativo, tudo isto com limitada interferência dos restantes cidadãos ou dos políticos.*" (Glynn et al, 1999: 145). Mas o certo é que os comentadores da TV funcionam como faróis, como guias para o entendimento de determinados assuntos, introduzindo as suas perspectivas. Estes contributos servem para criar, solidificar ou contrariar ideias. E a estratégia de continuidade, assegurada pela permanência no mesmo programa televisivo, no mesmo dia, à mesma hora, visa, sem dúvida, acentuar esses objectivos de formação da opinião.

"Desde há muito tempo que a televisão é vista pelos jornalistas do 'papel' com alguma suspeição: mas a maioria já reconheceu que, para a maioria da população no Reino Unido (e em todo o lado), a televisão é o meio de informação dominante – e, como diz MacShane: 'A maioria das pessoas forma as suas opiniões através da televisão'." (Hobsbawm e Lloyd: 29)

Por outro lado, o fenómeno da construção de opinião debate-se com uma realidade: Glynn et al argumentam que a Opinião Pública “*não é um objecto estático e imóvel que tenha sempre a mesma forma e volume. Pelo contrário, é um processo extremamente dinâmico e fluído que reflecte o que as pessoas pensam, as interacções entre uns e outros, e lida com as forças políticas de acordo com a sua própria forma de organização.*” Para além disso, “*os cidadãos mudam constantemente e reavaliam as suas atitudes e opiniões*” (Glynn et al, 1999: 381). Assim, considerando a rapidez com que os indivíduos mudam de opinião (veja-se, a título de exemplo, as significativas flutuações em sondagens, inquéritos de opinião e, ainda, resultados eleitorais), faz ainda mais sentido que os mesmos argumentos, as mesmas ideias, se repitam semana após semana.

Juntando todos os comentadores televisivos, poder-se-ia considerar que os responsáveis editoriais manifestam aí alguma preocupação de pluralismo. No caso de Portugal, poderia ser maior, como iremos constatar pelos dados empíricos. No entanto, a fragmentação do espaço público nem sempre facilita esta procura de diversidade e de representatividade nos painéis de comentadores residentes. Dader explica que o mais relevante no processo de representação da vida social traduzida pelos media “*implica que o subsistema dos media recupere a sua função [...] de mediação crítica, sendo, ao mesmo tempo, uma plataforma plural aberta à agregação de vozes interessadas ou afectas à acção política. O principal obstáculo que distancia os nossos media dessa ideia é a fragmentação do espaço público em pequenos espaços atomizados, com um eco que é cada vez mais pequeno.*” (2008:230).

Paralelamente à composição dos painéis e ao conseqüente problema do pluralismo, há também a questão da agenda que se fixa para determinado debate. Se determinados comentadores residentes se inclinam mais para uma estrutura de pensamento dominante, a verdade é que os temas escolhidos também determinam o desenvolvimento de um programa.

“Através da selecção e apresentação diária de notícias os editores e os directores de informação centram a sua atenção e influência ou percepções naqueles que são os assuntos mais importantes do dia. Esta capacidade para fazer sobressair determinados tópicos na agenda pública tem vindo a ser chamada de ‘agenda-setting’ dos media informativos.”
(McCombs, 2004:1).

Embora os editores dos órgãos de comunicação social continuem a ter um papel determinante na definição da agenda, dos assuntos que serão, ou não, tratados jornalisticamente, também os comentadores assumem uma parte dessa função. Ou seja, não se limitam a comentar aquilo que foi notícia (porque os editores assim o entenderam), como frequentemente recuperam para

o debate assuntos que tiveram pouco destaque ou que nem sequer foram noticiados. Neste contexto, torna-se importante verificar as funções que, por exemplo, Hobsbawm e Lloyd atribuem aos comentadores: “*entreter; marcar as agendas; garantir que dizem a verdade; polemizar; visionar ou estabelecer tendências; formar, ou falar para, os cidadãos; mudar as opiniões; exercer poder*” (2008:18-25).

Os comentadores dos programas de televisão têm, naturalmente, o poder de falar directamente para os cidadãos. Mas o seu discurso é, frequentemente, duplo, no sentido em que os painéis em que participam se tornam campos de batalha (nas mais variadas áreas). Para além de se dirigirem a um público vasto, os comentários dirigem-se, muitas vezes, a opositores, nomeadamente no campo da política. Como a política se faz, em boa medida, de anúncios, de comentários e de reacções, os programas televisivos com comentadores fixos revelam-se um excelente lugar para testar ideias e para reagir ao que foi feito e /ou dito pelos 'outros'. Mesmo que alguns não reconheçam que o que dizem altera a opinião pública, “*os comentadores são levados a sério por aqueles que constituem a classe política; e, de uma forma ou de outra, os próprios comentadores também consideram que a sua actividade é para ser vista como algo sério.*” (Hobsbawm e Lloyd, 2008: 33).

Neste artigo, iremos identificar quem são os comentadores residentes da TV portuguesa, que canais os privilegiam e que formatos os escolhem. Num segundo momento, vamos analisar os programas com mais convidados residentes: os programas de desporto e os de política.

2 > Caminhos metodológicos

Os comentadores residentes são aqueles que constituem painéis fixos nos programas informativos de debate na televisão. Queremos aqui identificar estes participantes activos na produção do discurso televisivo, no campo da opinião e da análise. Para isso, foi feito um levantamento dos programas em exibição entre Setembro de 2010 e Junho de 2011 nos canais generalistas e nos canais temáticos (informação por cabo), entre segunda e sexta-feira. Nestas condições, foram identificados 17 programas, distribuídos por dois canais generalistas (RTP1 e SIC) e três temáticos (RTPN, SIC Notícias e TVI24).

Constado o facto de serem os programas de política e de futebol aqueles que reuniam mais painéis fixos, analisamos, num segundo momento, a constituição desses grupos. Foram identificados 47 comentadores (apenas 4 são mulheres), que se distribuíram por ocupações profissionais específicas (naturalmente que, na maior parte dos casos, em função do tipo de programa).

A caracterização dos comentadores dos painéis fixos foi feita com base na informação do domínio comum. Porque se trata, na generalidade, de figuras públicas, foi relativamente fácil identi-

ficar cada um dos comentadores com uma profissão e/ou com um determinado posicionamento (político/partidário ou clubístico). Nesta categorização foi também utilizada a identificação de tomadas de posição claramente a favor ou contra partidos ou clubes. Para além da questão profissional (sendo que as principais profissões em presença eram, à partida, óbvias, nomeadamente no que diz respeito aos políticos, aos jornalistas e aos profissionais ligados ao futebol), era necessário comprovar a existência, ou não, de factores de representatividade das diferentes forças em presença nos debates.

Para a caracterização de cada um dos programas foram utilizadas informações disponíveis online, nomeadamente nos sítios de cada canal, assim como artigos publicados na comunicação social. Neste caso, não se trata de um levantamento exaustivo, porque o âmbito do estudo se centra sobretudo na tentativa de caracterização dos comentadores e na busca de uma resposta para as razões que terão estado na origem das respectivas escolhas. Importa, sobretudo, saber quem são estes comentadores e o que representam, quer esta representatividade seja óbvia ou mais difícil de descortinar.

3 > Quem são e onde estão os comentadores residentes da TV portuguesa

Não são muito diversificados os comentadores da TV portuguesa. Olhando a origem geográfica, constata-se que a esmagadora maioria daqueles que têm acesso regular aos *plateaux* informativos é de Lisboa. É também no masculino que se declinam as opiniões que semanalmente se vão esgrimindo em formatos que falam sobretudo de política e de futebol.

Comparando os canais generalistas com os canais temáticos, conclui-se que é na televisão por cabo que os painéis se multiplicam. Porque há mais programas de informação, porque o fluxo contínuo exige que se garantam presenças fixas, porque os canais de TV precisam de convidados com projecção pública para conquistar notoriedade e uma das formas de conseguir isso é criar com eles um contrato/acordo de prestação de serviços.

² O Jornal Nacional da TVI também integra convidados nas edições de fim-de-semana (ex: Marcelo Rebelo de Sousa ao domingo), mas esse trabalho apenas analisa as emissões de segunda a sexta-feira.

Na televisão generalista, o Jornal da Noite da SIC é o único noticiário que, durante a semana, recebe um convidado fixo²: o jornalista Miguel Sousa Tavares que, em finais de 2009, protagonizou uma mudança de empresa televisiva, transferindo-se da TVI para a SIC, ele que já havia trabalhado aí nos primeiros anos desta estação privada (saiu dali em 1999 para a TVI). No canal público generalista, o programa que integra um painel fixo de convidados é o Corredor do Poder, um formato que estreou a 28 de Fevereiro de 2008, apresentado pela jornalista Sandra Sousa e que contava, nas noites de quinta-feira, com políticos dos partidos com assento parlamentar. Tratou-se aqui de cumprir uma das alíneas da cláusula 9 do contrato de concessão de serviço público que fixava para a RTP 1 a emissão de “espaços regulares sobre a actividade política nacional, que tenham em conta a pluralidade e a representatividade dos partidos políticos com assento nas instituições parlamentares”. Com este formato, a RTP quis experimentar captar imagens em estúdio com câmaras escondidas.

Durante a apresentação deste novo programa, o então director de informação, José Alberto Carvalho, defendeu que esta opção era “um desafio para a realização e para a cenografia”, tendo como objetivo “tornar o debate mais espontâneo, embora as pessoas saibam que estão na televisão” (DN, 28 de Fevereiro de 2008). O programa não incorporava qualquer peça jornalística de enquadramento, ficando a jornalista que o conduzia com a função de distribuir temas e gerir as intervenções, o que transformava este espaço numa réplica do Parlamento. A principal diferença são os tempos dados a cada representante (aqui, têm todos o mesmo ‘peso’) e, sobretudo, o tipo de linguagem utilizada pelos comentadores, que sabiam que estavam a ser ouvidos pelo ‘grande público’.

Quadro 1 > Comentadores residentes dos programas da TV portuguesa (2010/2011)³

PROGRAMA	CANAL	PAINEL	TIPO DE PAINEL
Corredor do Poder	RTP1	Nuno Melo; Luíz Menezes; Sérgio Sousa Pinto; José Gusmão; João Oliveira	Clara representatividade
Jornal da Noite	SIC	Miguel Sousa Tavares	Visão única
Dia Seguinte	SIC N	Dias Ferreira; Guilherme Aguiar; Rui Gomes da Silva	Limitada representatividade
Contraste	SIC N	Morais Sarmiento; Francisco Assis	Limitada representatividade
Quadratura do Círculo	SIC N	Pacheco Pereira; Lobo Xavier; António Costa	Representatividade intermédia
Plano inclinado	SIC N	Medina Carreira ⁴	Visão única
Trio D'ataque	RTPN	António Pedro Vasconcelos; Rui Oliveira e Costa; Miguel Guedes	Limitada representatividade
Pontapé de Saída	RTPN	Carlos Carvalhal; Luís Freitas Lobo	Visões específicas
Directo ao Assunto	RTPN	Carlos Abreu Amorim; Emídio Rangel; Joana Amaral Dias	Representatividade intermédia
Intermédia	RTPN	Luís Menezes; José Lello; João Almeida; Jorge Machado; Catarina Martins	Clara representatividade
Contra-Análise	RTPN	Paulo Rangel; Correia de Campos; Miguel Carvalho; Ricardo Jorge Pinto; Manuel Carvalho	Visões mistas
Prolongamento	TVI24	Eduardo Barroso; Fernando Seara; Manuel Serrão	Limitada representatividade
Mais Futebol	TVI24	Nuno Madureira; Pedro Ribeiro; Tomaz Morais; João Vieira Pinto	Visões mistas
Prova dos 9	TVI24	Santana Lopes; Medeiros Ferreira; Fernando Rosas	Representatividade intermédia
Contas à Vida	TVI24	Pina Moura; Jorge Braga de Macedo	Limitada representatividade
Jornal do Dia	TVI24	Alberto João Jardim /Ana Gomes	Limitada representatividade
Sala de Imprensa	TVI24	Ana Sá Lopes; António Ribeiro Ferreira	Visão distanciada

Os programas que, entre 2010 e 2011, viviam da presença de comentadores permanentes distinguem-se de acordo com as opções feitas: com clara representatividade (ouvindo-se todas as facções); com limitada representatividade (apenas as partes consideradas mais importantes); com visões específicas (diferentes tipos de profissionais dentro da mesma área); com uma

² O Jornal Nacional da TVI também integra convidados nas edições de fim-de-semana (ex: Marcelo Rebelo de Sousa ao domingo), mas esse trabalho apenas analisa as emissões de segunda a sexta-feira.

³ Os nomes inseridos neste quadro correspondem àqueles que, no tempo de escrita deste texto (Setembro/Octubre de 2011), integravam os painéis.

⁴ Medina Carreira haveria de se transferir em Outubro de 2011 para a TVI 24 para fazer, juntamente com a jornalista Judite de Sousa, o programa Olhos nos Olhos.

visão única [apenas um especialista]; com uma visão distanciada [apenas jornalistas]; com visões mistas [profissionais da área e jornalistas/observadores].

No que diz respeito às profissões dos comentadores residentes, verifica-se que, no total dos 47 comentadores [Luís Menezes aparece duas vezes], os painéis contam com 24 políticos (2 deles em programas desportivos), 3 não filiados, mas identificados com um partido político, 9 jornalistas, 3 profissionais do desporto, 8 com outras profissões [sendo uma parte considerável destes comentadores figuras que o público se habituou a ver noutros contextos mediáticos, pelas actividades que desenvolvem].

O facto de os programas com painéis residentes se centrarem sobretudo na área da política e do desporto faz com que os comentadores que neles têm assento sejam muito pouco representativos dos diferentes grupos sociais. Um outro aspecto importante é que, quer no caso dos programas de política quer no caso dos programas de futebol se registam algumas substituições, por situações diversas [mudança de canal, renovação do painel, eleição para cargos incompatíveis, falecimento].

- Políticos [em programas de Política]: Luís Menezes [PSD]; Morais Sarmiento [PSD]; Santana Lopes [PSD]; Jorge Braga de Macedo [PSD]; Paulo Rangel [PSD]; Pacheco Pereira [PSD]; Alberto João Jardim [PSD]; Sérgio Sousa Pinto [PS]; Francisco Assis [PS]; António Costa [PS]; Pina Moura [PS]; Correia de Campos [PS]; Ana Gomes [PS]; Medeiros Ferreira [PS]; José Lello [PS]; Nuno Melo [CDS-PP]; Lobo Xavier [CDS-PP]; João Almeida [CDS-PP]; José Gusmão [BE]; Fernando Rosas [BE]; Catarina Martins [BE]; Jorge Machado [PCP]; João Oliveira [PCP].
- Políticos [em programas de Desporto]: Rui Gomes da Silva [PSD]; Fernando Seara [PSD].
- Não filiados, mas identificados com um partido político: Carlos Abreu Amorim; Emídio Rangel; Joana Amaral Dias.
- Jornalistas: Pedro Ribeiro; Miguel Carvalho; Ricardo Jorge Pinto; Manuel Carvalho; Nuno Madureira; Miguel Sousa Tavares; Ana Sá Lopes; António Ribeiro Ferreira.
- Profissionais do Desporto: Tomaz Morais [treinador de râguebi]; Carlos Carvalhal [treinador futebol]; João Pinto [ex-jogador internacional].
- Outros: Luís Freitas Lobo [jurista] Medina Carreira [economista]; Guilherme Aguiar [advogado]; António Pedro Vasconcelos [cineasta]; Miguel Guedes [músico e advogado]; Rui Oliveira e Costa [empresário]; Eduardo Barroso [médico]; Manuel Serrão [empresário]; Dias Ferreira [advogado].

Nos canais de informação por cabo, destacam-se três tipos de programas que recorrem a comentadores fixos:

- Noticiários.
- Programas de futebol.
- Programas de política.

No caso dos noticiários, é a TVI 24 que mais assume essa opção. No período em análise, a SIC Notícias e a RTPN têm nos seus jornais das 21h00 espaços cativos para um frente-a-frente protagonizado pela classe política, mas por esse espaço circula um número assinalável de políticos, sem dia marcado para aparecer em antena. O canal de informação da TVI torna esse convite fixo para certas pessoas em determinados serões.

O estúdio do futebol

Os programas de desporto, nomeadamente de futebol, têm uma grande centralidade nos canais de televisão, com particular destaque nos canais de informação. Ora, para discutir a bola durante algum tempo, são necessárias pessoas que promovam esse debate e a TV portuguesa faz isso criando, no interior de cada formato, um painel fixo. São três os modelos adoptados:

- Grupo especializado: (ex) treinadores, (ex) futebolistas, (ex) árbitros;
- Grupo de adeptos notáveis: convidados que representam os adeptos daqueles que se consideram os três maiores clubes (Porto, Benfica, Sporting);
- Grupo misto: juntam-se em estúdio jornalistas, com desportistas e, por vezes, adeptos, dando a todos o estatuto de comentador.
- Comentário individual: apenas se convida um comentador e ele estrutura todo o programa.

O primeiro modelo é seguido pelo único canal generalista que tem um programa de debate com comentadores fixos: a TVI. Trata-se de Liga ZON Sagres, emitido ao domingo, às 00h45. São comentadores permanentes João Pinto (ex-jogador), Pedro Barbosa (ex-jogador), Pedro Henriques (ex-árbitro). Aqui, a preocupação não será a da representatividade clubística, mas antes uma opção em função dos conhecimentos técnicos e experiências relacionados com o tema do programa.

A história recente dos programas de debate de futebol com painéis fixos coloca como vector estruturante deste filão um formato de programa que faz sentar no *plateau* um moderador e um representante daqueles que se consideram ser os três maiores clubes de futebol (Porto, Benfica, Sporting). São estes programas os mais importantes, aqueles com maior longevidade e que atraem maiores índices de audiência. Esses comentadores-residentes, todos homens, são rostos que, há mais de uma década, circulam por este tipo de formato. Em sobreposição de horário (este é o modelo prevalente na SIC Notícias e na TVI 24) ou em dias alternativos (caso da RTPN), todos os canais de informação do cabo fazem deste tipo de formato uma das suas principais âncoras de programação em horário nobre.

A SIC Notícias criou em Agosto de 2003 O Dia Seguinte, um formato que vai para o ar às segundas-feiras e que é líder das audiências neste segmento de oferta e um dos programas mais vistos do

canal. Ao longo destes anos, o painel de comentadores foi sofrendo alguns retoques. Do trio inicial, apenas Guilherme Aguiar (FC Porto) se mantém. Fernando Seara (Benfica) transitou para o *plateau* de um programa concorrente que, na TVI 24, vai para o ar à mesma hora. Dias Ferreira (Sporting) abandonou o programa depois de anunciar aí a sua candidatura à presidência do Sporting. Com a partida de Fernando Seara, o lugar de comentador afecto ao Benfica foi entregue a Sílvio Cervan, dirigente do clube e conhecido *opinion maker* da imprensa desportiva portuguesa, o qual, passados dois anos (antes do início da época 2010/2011), foi substituído por Rui Gomes da Silva, também ele dirigente do Benfica. Já para o lugar de Dias Ferreira foi convidado, em Fevereiro de 2011, o gestor Paulo Andrade, que permaneceu no painel cerca de três meses (o período em que Dias Ferreira foi candidato à liderança do Sporting). Em Outubro de 2011, os comentários são feitos por três personalidades com ligações distintas ao futebol: o advogado Rui Gomes da Silva é o adepto do Benfica e, para além de ter sido ministro do XVI Governo Constitucional, é vice-presidente da Direcção do clube da Luz; José Guilherme Aguiar é adepto do Futebol Clube do Porto, vereador da Câmara Municipal de Matosinhos e ex-Director-Executivo da Liga de Clubes; Dias Ferreira, advogado e sócio do Sporting, candidatou-se à liderança deste clube em Abril de 2011.

Quadro 2 > Comentadores d' O Dia Seguinte (SIC Notícias)

NOME DO PROGRAMA	COMENTADORES	CANAL	ANO
O Dia Seguinte	1ª geração Fernando Seara, Dias Ferreira, Guilherme Aguiar	SIC NOT	2003
	2ª geração Sílvio Cervan, Dias Ferreira, Guilherme Aguiar	SIC NOT	2009
	3ª geração Rui Gomes da Silva, Dias Ferreira, Guilherme Aguiar	SIC NOT	2010
	4ª geração Rui Gomes da Silva, Paulo Andrade, Guilherme Aguiar	SIC NOT	2011
	5ª geração Rui Gomes da Silva, Dias Ferreira, Guilherme Aguiar	SIC NOT	2011

O segundo programa há mais tempo no ar é emitido na RTPN: é o Trio d'Ataque. Foi criado em 2005 e ocupa um lugar de destaque na grelha do canal público de informação nas noites de terça-feira. O trio inicial foi sendo renovado. O apresentador Jorge Gabriel abandonou o programa depois de ter aceite o convite para treinar uma equipa semi-profissional da II divisão, tendo sido substituído pelo músico Sérgio Godinho, primeiro, e, depois, pelo empresário Rui Oliveira e Costa. Já o afastamento de Rui Moreira do programa deu mais que falar, uma vez que o comentador abandonou o estúdio em directo durante a emissão do dia 5 de Outubro de 2010 por discordar dos comentários

de António Pedro Vasconcelos sobre a divulgação de novas escutas do “Apito Dourado” no Youtube e que envolviam o FC Porto. O então presidente da Associação Comercial do Porto, próximo das estruturas dirigentes do clube que representava, viria a ser substituído por Miguel Guedes, vocalista do grupo musical “Blind Zero” que, na rádio pública, tinha funções idênticas àquelas para que foi chamado no operador público de TV.

Quadro 3 > Comentadores d' Trio de Ataque (RTPN)

NOME DO PROGRAMA	COMENTADORES	CANAL	ANO
Trio d'Ataque	1ª geração António Pedro Vasconcelos, Jorge Gabriel, Rui Moreira	RTPN	2005
	2ª geração António Pedro Vasconcelos, Sérgio Godinho, Rui Moreira	RTPN	2006
	3ª geração António Pedro Vasconcelos, Rui Oliveira e Costa, Rui Moreira	RTPN	2006
	4ª geração António Pedro Vasconcelos, Rui Oliveira e Costa, Miguel Guedes	RTPN	2010

A TVI24 emite desde a sua criação (em 2009) um formato de debate em torno do futebol: o Prolongamento chega à segunda-feira à noite. Moderado por Sousa Martins, o programa conta, desde 2009, com Fernando Seara e Eduardo Barroso, tendo, no início de 2011, incluído Manuel Serrão, depois da morte de Pôncio Monteiro. Todos estes comentadores são repetentes neste género de programas.

Quadro 4 > Comentadores do Prolongamento (TVI 24)

NOME DO PROGRAMA	COMENTADORES	CANAL	ANO
Prolongamento	1ª geração Fernando Seara, Eduardo Barroso, Pôncio Monteiro	TVI24	2009
	2ª geração Fernando Seara, Eduardo Barroso, Manuel Serrão	TVI24	2011

Na época desportiva 2010/2011, por diferentes motivos, os três programas aqui em análise tiveram de encontrar novos comentadores. O Dia Seguinte escolheu Rui Gomes da Silva para ocupar o lugar de Sílvio Cervan por “estar disponível, por ser uma pessoa mediática, e ligada ao Benfica”, explica-nos Martim Mariano, o coordenador deste formato (entrevista própria). No

Prolongamento, era necessário um adepto do Futebol Clube do Porto para ocupar o lugar de Pôncio Monteiro, falecido no final de 2010. "Precisámos de um adepto do FC Porto com notoriedade pública e agressividade em debate, alguém conhecido por defender de forma acirrada e até polémica o seu clube e com boa capacidade argumentativa", explica o responsável pelo programa [entrevista própria]. A escolha recaiu no empresário Manuel Serrão. No Trio d' Ataque, foi necessário substituir Rui Moreira, que abandonou o programa em directo, em protesto pelas críticas feitas por António Pedro Vasconcelos ao presidente do FC Porto. Escolheu-se o vocalista de uma banda musical e comentador desportivo na rádio pública, Miguel Guedes.

Parece então evidente que tão importante quanto a ligação a um dos três clubes, crucial no momento da escolha de um novo convidado, é a sua notoriedade pública. Do actual naipe de comentadores, há vários que se eternizaram nestes formatos. Sendo o futebol um desporto de massas, uma paixão partilhada por quase todo o país, por que razão os canais de TV tendem a entregar o poder da palavra aos mesmos? "Em equipa que ganha não se mexe. Creio que esta máxima se aplica perfeitamente a este tipo de programas. Se temos um formato vencedor, sólido, que dá audiências, e que consegue manter essa mesma solidez ao longo de várias temporadas, para quê mudar? A mudança tem de ser sempre bem pensada em televisão. O público que consome o produto está familiarizado com o formato e, em caso de descaracterização, deixa de se sentir identificado com o produto que até aqui existia e procura uma alternativa, que está ao simples alcance de um botão no comando da televisão", explica o produtor d' O Dia Seguinte, Martim Mariano. "[Os comentadores] ganham mediatismo e relevância social. São idolatrados pelos adeptos. São mais conhecidos do que muitos jogadores dos clubes que representam", sintetiza o jornalista e apresentador do Trio d' Ataque, Hugo Gilberto.

Na hora de definir os temas a tratar, há duas formas de organização: revelar antecipadamente aos comentadores quais os assuntos em destaque ou mantê-los na ignorância. Esta última opção é adoptada no Trio d' Ataque: "Não há qualquer acordo prévio. Eu defino os assuntos e eles comentam-nos. Nem sequer há qualquer conversa de bastidores sobre o conteúdo do programa". O Dia Seguinte segue outra estratégia, recebendo os convidados durante o dia de segunda-feira "um pré-alinhamento onde estão indicados os temas que vão ser discutidos no programa" de forma a dar-lhes "a possibilidade de se prepararem para o programa e definirem linhas de raciocínio e de construção do comentário". O produtor do Prolongamento segue um plano similar, referindo que "na maior parte das vezes os convidados sabem os temas dos quais vão falar. Os temas, não as perguntas ou as abordagens".

O terceiro modelo junta 'especialistas' com jornalistas. Exemplo disso é o Pontapé de Saída, que, entre Setembro de 2010 e Junho de 2011, era transmitido pela RTPN, às quintas, pelas 22h30, e que contava em estúdio com o comentador desportivo Luís Freitas Lobo e com o antigo treinador do

Sporting Carlos Carvalho. Neste formato havia ainda a figura de um segundo pivot, Álvaro Costa, que estava ali para fazer a ponte com as redes sociais e com aquilo que os telespectadores iam escrevendo à medida que o alinhamento ia progredindo. Outro exemplo é o do Mais Futebol, emitido na TVI 24.

No quarto modelo, o pivot encontra em estúdio um comentador que vai tecendo considerações sobre o universo do futebol. É isso que se passa em Tempo Extra que a SIC Notícias emite às 23h00 de domingo, Rui Santos comenta sozinho a actualidade desportiva, numa espécie de “one-man-show”. Aos sábados à noite, a RTP coloca no ar um formato algo semelhante, com apenas uma nota distintiva: em vez de um comentador, Zona Mista faz sentar em estúdio dois comentadores que são jornalistas [João Govern e Bruno Prata]. Estes são, no entanto, programas que não se incluem nesta análise por serem emitidos ao fim-de-semana.

A TV da política

A televisão sempre gostou da política e os políticos da televisão. Percorrendo os alinhamentos temáticos dos programas de informação, os estudos que se debruçam sobre os conteúdos televisivos percebem rapidamente que o campo político é hegemónico no trabalho dos jornalistas da TV. Ora, quando há necessidade de se pensar em comentadores residentes para determinados programas, a linha de raciocínio mantém-se: valorizam-se os políticos e, nos últimos anos, os jornalistas que adquiriram alguma projecção pública. Isto acontece porque estas pessoas apresentavam algumas destas características:

- Discurso fluente e expressivo;
- Possibilidade de falar em nome de terceiros;
- Telegenia/ rentabilidade mediática;
- Notoriedade pública ou, na ausência dela, capacidade de prender as audiências através daquilo que dizem.

Olhando para o Quadro 1, salienta-se um conjunto importante de programas políticos que se desdobram em dois modelos:

- Ora são feitos com políticos em estúdio.
- Ora juntam políticos com jornalistas nos *plateaux* de informação.

No primeiro modelo, inserem-se os seguintes programas:

Corredor do Poder (RTP1) – Sandra Sousa modera o debate com cinco comentadores, representantes das cinco principais forças partidárias, discutindo todas as situações relevantes do espaço público nacional. Trata-se de um programa de debate político que, de acordo com informações da própria RTP, “preenche um espaço em branco nas grelhas de programação dos principais canais generalistas portugueses”. No início do programa, os cinco comentadores permanentes do Corredor do Poder eram Ana Drago, Margarida Botelho, Nuno Melo, Marcos Perestrello e Marco António Costa. A produção salientava que com este painel de comentadores, do qual resulta uma média etária relativamente jovem para este tipo de programas, procurava “dar voz a novos argumentos e a novas ideias sobre Portugal e o mundo”. Em Outubro de 2011 participavam no programa os comentadores Nuno Melo (CDS-PP), Sérgio Sousa Pinto (PS), José Gusmão (BE), João Oliveira (PCP) e Luís Menezes (PSD).

Quadratura do Círculo (SIC Notícias): eis o formato de debate político com mais longevidade na TV portuguesa. Estreou na rádio nos anos 80 com o nome de Flashback, na altura apresentado por Emídio Rangel. Tinha como slogan “*Um olhar sobre a actualidade*” e esse olhar era semanalmente construído por políticos (José Magalhães, José Pacheco Pereira e Vasco Pulido Valente⁵). Mais tarde Rangel haveria de dar lugar ao jornalista Carlos Andrade e, no início dos anos 90, o programa radiofónico haveria de se transferir para a SIC generalista, sendo colocado na franja horária da noite. Sempre com a política como ângulo de análise. Em 2003, Flashback desaparece. No ano seguinte, haveria de aparecer um formato muito semelhante na SIC Notícias com apresentação de Carlos Andrade e com um painel fixo composto por José Pacheco Pereira, José Magalhães⁶ e António Lobo Xavier. Este é um claro exemplo de um programa em que o debate se faz não só para a opinião pública, em geral, mas também para agendar a actualidade política. Muitas vezes aquilo que é ali dito é depois aproveitado para peças noticiosas. O programa que comenta o que acontece é ele próprio criador de metacontecimentos. Independentemente das audiências do programa, os políticos que nele participam sabem que o que ali disserem vai ter réplicas, vai dar origem a comentários e vai, frequentemente, suscitar novas posições sobre os mesmos assuntos, num ciclo que parece não ter fim.

Contraste (SIC Notícias): debate que teve a sua estreia a 9 de Março de 2010 e perdurou por um período de um ano (a última emissão foi a 15 de Março de 2011). Este formato, moderado pela jornalista Ana

⁵ Com a saída de Vasco Pulido Valente do programa, sucedeu-se Miguel Sousa Tavares e, depois, Nogueira de Brito.

⁶ José Magalhães foi substituído por Jorge Coelho e este por sua vez deu lugar a António Costa.

Lourenço, colocava frente-a-frente o socialista Francisco Assis (na altura presidente do grupo parlamentar) e o social-democrata Nuno Morais Sarmiento. Não há aqui qualquer preocupação com o pluralismo partidário, apenas a vontade de incentivar uma discussão musculada. Os dois comentadores não são estrepantes neste tipo de emissão. Nuno Morais Sarmiento foi o interlocutor de Augusto Santos Silva em Cara a Cara, no arranque do TVI 24. Francisco Assis integrava o grupo de comentadores da RTPN.

Plano Inclinado (SIC Notícias): apresentando-se como um formato de análise económica, este programa constituía-se também como um espaço de debate político entre um convidado residente, Medina Carreira, e os convidados que semanalmente o moderador Mário Crespo chamava para estúdio. Criado em Novembro de 2009, este formato desaparece de antena em Fevereiro de 2011, alegadamente depois de uma discussão entre os dois protagonistas, antes de uma edição. A SIC justificou a suspensão de programa por estar num momento de 'ponderação'.

Pontos de Vista (RTPN): inicialmente apresentado por Fátima Araújo (tendo também contado com a apresentação de João Fernando Ramos, Estela Machado, Sandra Pereira e de Jorge Oliveira da Silva), este programa teve a sua última emissão a 12 de Setembro de 2011. Tratava-se de um programa semanal de debate cujo enfoque estava sobretudo nas questões da actualidade política, com representantes das cinco principais forças partidárias, embora também fossem discutidas questões económicas e sociais. Os comentadores que representavam os cinco partidos foram variando ao longo do tempo. Esta rotatividade de participantes permite concluir que, mais do que um interesse em ter determinados comentadores, o objectivo do programa era o de ter uma clara representatividade político/partidária.

Contas à Vida (TVI 24): apesar de o enfoque ser o económico, o painel fixo composto por dois economistas que exerceram funções governativas ligados a partidos diferentes (Pina Moura, do PS e Braga de Macedo do PSD) arrastam a discussão para o campo político. Forçosamente.

Provas dos Nove (TVI 24): este programa, que estreou a 22 de Fevereiro de 2011, coloca semanalmente em estúdio (às 23h00 de terça-feira) o seguinte painel fixo: o professor universitário que já foi dirigente do PS (e ministro de um Governo de Mário Soares) Medeiros Ferreira, o académico e fundador do Bloco de Esquerda Fernando Rosas e o ex-primeiro ministro do PSD Pedro Santana Lopes. A moderação fica a cargo da editora de política da TVI, Constança Cunha e Sá. A promoção do programa é clara relativamente aos objectivos de pluralidade: "Três opiniões distintas. Três quadrantes políticos. Três visões do país e do mundo que não vai querer perder. [...]"

A estes comentadores, Constança Cunha e Sá junta a actualidade política, económica e social. O que se passa em Portugal e no mundo. Que perspectivas de futuro podemos ter.” Um dos ingredientes do programa é, naturalmente, a polémica⁷.

No segundo modelo, temos:

Directo ao Assunto (RTPN): estreou a 29 de Abril de 2009 e manteve-se cerca de dois anos em antena. A ideia era debater a actualidade política com individualidades que, não sendo filiadas, tinham posições que se identificavam com determinados partidos. Para comentadores residentes escolheram-se então Emídio Rangel (de posições próximas do PS), Carlos Abreu Amorim (com posições próximas dos partidos de direita) e Rui Tavares (com posições identificadas com a esquerda). Com a ida deste último para deputado no Parlamento Europeu (pelo Bloco de Esquerda), contratou-se Joana Amaral Dias. Abreu Amorim haveria de sair também, quando eleito deputado para a Assembleia da República (pelo PSD).

Contra-Análise (RTPN): estreou a 22 de Outubro de 2011 e tinha como fim conjugar opinião política com a análise de actualidade, durante uma hora e meia (entre as 22.30 e as 24 horas). Para isso contava em estúdio com os eurodeputados Paulo Rangel (PSD) e Correia de Campos (PS) e com os jornalistas Miguel Carvalho (Visão), Ricardo Jorge Pinto (Expresso) e Manuel Carvalho (Público). Este programa juntava-se a Pontos de Vista⁸, com representantes das várias forças políticas, à segunda-feira, e a Directo ao Assunto, com comentadores não filiados, à quarta. De acordo com o moderador do programa e, na altura, director-adjunto da RTPN, tratava-se aqui de uma oportunidade de “trazer a debate grandes protagonistas da vida política e que tivesse uma dimensão de análise” (JN, 22/10/10). Este formato esteve pouco tempo no ar.

⁷ Aliás, Pedro Santana Lopes, num artigo de opinião publicado no Sol a 4 de Julho de 2011, escreveu: “Esta semana, por exemplo, como tive uma troca de palavras muito acesa com Fernando Rosas, na Prova dos Nove da TVI 24, falaram-me várias pessoas a expressarem a sua satisfação por estar de volta o meu «antigo estilo em debates».”

⁸ Este programa não é aqui considerado, porque não tem um painel fixo. Apenas se garante a presença de representantes dos partidos com assentos parlamentar. Que se renovam todas as semanas.

4 > Notas finais

Os comentadores da TV funcionam como faróis, como guias para o entendimento de determinados assuntos, introduzindo as suas perspectivas. Estes contributos servem para criar, solidificar ou contrariar ideias. E a estratégia de continuidade, assegurada pela permanência no mesmo programa televisivo, no mesmo dia, à mesma hora, visa, sem dúvida, acentuar esses objectivos de formação da opinião. Este é, claramente, um ponto de partida que permite concluir sobre a importância que estas figuras têm no panorama televisivo e na formação da opinião pública.

Entre 2010 e 2011, estiveram no ar 17 programas de debate político e futebolístico. Nele participaram 47 comentadores (um, Luís Menezes, participa/ou em dois programas), sendo que deste grupo apenas se registam 4 mulheres. A natureza dos programas em análise faz com que os comentadores que neles têm assento sejam muito pouco representativos dos diferentes grupos sociais. Na verdade, os painéis contam com 24 políticos (2 deles em programas desportivos); 3 não filiados, mas identificados com um partido político; 9 jornalistas; 3 profissionais do desporto e 8 com outras profissões. Estes últimos actuam no mundo das empresas, da advocacia ou da cultura e são pessoas com notoriedade mediática.

Os comentadores dos painéis são figuras que o público se habituou a ver também noutros contextos mediáticos pelas actividades que desenvolvem. Ou seja, raramente aparece como comentador fixo alguém que ainda não seja do domínio público, assim como raramente aparecem indivíduos representantes de sectores sociais e/ou económicos, apesar de muitos dos programas definirem nos seus objectivos uma preocupação de promover o debate sobre questões sociais, que supostamente interessam a todos. Para além disso, e à semelhança do que acontece, em geral, nos programas de debate e no campo do comentário esporádico, os jornalistas marcam uma presença forte no tipo de programas analisados. Trata-se, sobretudo, de jornalistas especializados na área do desporto e da política que assumem, também, um papel de comentadores, numa perspectiva de análise. Embora seja possível, pelo discurso produzido, identificar algumas tendências opinativas destes profissionais, o certo é que o fazem, na generalidade, sem esquecer a sua obrigação de independência.

A presença de comentadores com estas experiências profissionais corresponde às opções dos programadores, que poderão não ir ao encontro dos reais interesses dos cidadãos. A política e o desporto são duas áreas que, embora movimentando muitos interesses e embora sendo campos propícios a discussões aceras (porque envolvem grandes paixões), nem sempre respondem àquilo que os cidadãos necessitam de saber. Por outro lado, se a ideia dos programas com comentadores residentes é dar diferentes perspectivas sobre aspectos da vida comum considerados importantes, então teremos que concluir que muitas áreas de interesse dos cidadãos ficaram excluídas da discussão.

Este predomínio do desporto e da política em programas com comentadores residentes poderá explicar-se pelo facto de se tratar de áreas que, geralmente, geram polémica. Sabemos que um dos principais factores de atractividade, em termos de comunicação, é o conflito e este, frequentemente, está presente nos programas em análise. A questão que se coloca, e sobre a qual importa reflectir, é se temas como a educação e a saúde também não poderiam dar origem a programas de debate/opinião, com comentadores fixos, com equivalentes níveis de aceitação por parte do público. Porque, na verdade, estes assuntos têm o ingrediente principal: estão presentes na vida de praticamente todos os portugueses (directa ou indirectamente) e têm, na sua essência, muitas questões que dão origem a debates, se não mesmo, conflitos.

Olhando para o painel de comentadores residentes, verifica-se que, regra geral, partilham determinadas características: à-vontade perante as câmaras; capacidade de argumentação; rapidez no raciocínio; bom domínio da comunicação não verbal; gosto pela polémica. Aliás, estas poderão ser as principais características que lhes terão garantido este estatuto de comentadores residentes. Estes lugares não se adquirem de um dia para o outro; regra geral, estes comentadores só passam a residentes depois de algumas prestações esporádicas. Admite-se que esta passagem de eventual a permanente resulte de uma análise que os programadores fazem, concluindo que alguns deles têm os ingredientes necessários para se conseguirem manter no ar, semana após semana, garantindo audiências, com argumentos simultaneamente válidos e polémicos.

Em termos de representatividade, assumindo uma forma simples de catalogar os programas, verifica-se que apenas 2 dos 17 programas analisados têm uma clara preocupação de representatividade (são programas de debate político, com presença de representantes dos partidos com assento parlamentar: PSD, PS, CDS-PP, BE e PCP). Existe o que se pode considerar de representatividade intermédia em 3 programas (todos no campo da política, com representantes de apenas três partidos) e representatividade limitada em 6 programas (no caso da política têm apenas dois comentadores – um do PSD e outro do PS – e no caso do desporto apenas incluem representantes dos 'três grandes' clubes de futebol – Futebol Clube do Porto, Benfica e Sporting –, independentemente destes estarem, ou não, nos primeiros lugares do campeonato). Os programas com comentadores permanentes considerados de visão única são apenas 2 (com Miguel Sousa Tavares e Medina Carreira⁸). Na categoria de visões mistas foram identificados 2 programas (1 na política e 1 no desporto, com vários participantes com distintas posições e experiências profissionais). Finalmente, regista-se 1 programa com visões específicas (futebol) e 1 com uma visão distanciada (política, com comentários de jornalistas).

No global, poderá concluir-se que, nos programas analisados, existe uma preocupação de pluralidade que é relativa. Evidentemente, não se esperaria que todos os pequenos partidos e que

todos os clubes da 1ª divisão estivessem representados semanalmente nestes programas com comentadores fixos. Mas poderia estudar-se um modelo alternativo em que, na política, fosse dada voz aos pequenos partidos e em que, no futebol, fossem incluídos adeptos de clubes que, pelo menos em cada época, se destacassem por um bom desempenho (às vezes chegando a ultrapassar um ou mais dos supostos 'três grandes').

Concluindo, os painéis de comentadores residentes reflectem, sobretudo, dois sectores da sociedade portuguesa, deixando de fora todos os telespectadores que não se interessem nem por política, nem por desporto. Estas áreas são, claramente, as que garantem mais espectáculo televisivo, na medida em que proporcionam confrontos e polémicas. E talvez estas variáveis estejam a ser mais valorizadas do que a preocupação de pluralismo e de representatividade.

Bibliografia

Brandão, N.G. (2010), *As notícias nos telejornais*. Lisboa: Guerra e Paz.

Oldfield, Claire (2009), *The credit crunch commentariat*. London: Editorial Intelligence.

Dader, J.L. (2008), "*Secuestro y fuga de la opinión pública ante el periodismo*" in Capellan, G., *Opinión pública, historia y presente*. Madrid: Editorial Trotta.

Glynn, C.J., Herbst, S., O'Keefe, G.J. e Shapiro, R.Y. (1999). *Public Opinion*. Boulder, CO: Westview Press.

Hobsbawm, J. and Lloyd, J. (2008). *The Power of the Commentariat*. London: Editorial Intelligence Ltd in association with the Reuters Institute for the Study of Journalism.

Jones, D.M. and Smith, L.L.R. (2006). "*The commentariat and discourse failure: language and atrocity in Cool Britannia*". In *International Affairs* 82: 6 (2006) 1077–1100. London: Blackwell

McCombs, M. (2004), *Setting the agenda, the mass media and public opinion*. London: Polity Press.

McQuail, D. e Windahl, S. (2003). *Modelos de Comunicação*. Lisboa: Editorial Notícias.

Jornais

DN, 28 de Fevereiro de 2008

Sol, 4 de Julho de 2011

Mulheres (quase) não entram nos estúdios da televisão portuguesa

Carla Baptista¹

São maioritariamente homens, jornalistas e políticos. Este é o perfil que domina os convidados de três canais generalistas (*RTPI*, *SIC* e *TVI*) e três canais temáticos de informação (*SICN*, *RTPN* e *TVI 24*). Os dados incluem todos os convidados dos conteúdos informativos emitidos entre as 18h00 e as 01h00, de segunda a sexta-feira, ao longo de 10 meses, entre Setembro de 2010 a Junho de 2011, e apontam para uma gritante discriminação de género praticada, sem excepção, pelos canais televisivos monitorizados.

1 > Introdução

Em 2009, Maria João Silveirinha tituló o seu texto de apresentação do número 15 da revista *Media e Jornalismo sobre Género, Media e Espaço Público* da seguinte forma: “De como tanto mudou e como tanto ficou na mesma”. Referia-se, por um lado, aos avanços realizados em matéria de investigação académica e políticas públicas para a promoção de igualdade de género e, por outro, à permanência de “silenciamentos” e “trivializações” que indicam um “acesso discursivo desigual e genderizado” (Silveirinha, 2009:7,8).

Em 1995, a Quarta Conferência Mundial de Mulheres da ONU, realizada em Pequim, incluiu a comunicação mediática como uma das 12 áreas críticas de preocupação com a melhoria dos direitos das mulheres no mundo, identificando dois objectivos estratégicos: aumentar a participação e o acesso de mulheres à expressão e tomada de decisão nos e pelos velhos e novos media; promover um retrato equilibrado e não estereotipado das mulheres nos media (ONU, 1995).

Maria João Silveirinha sublinhou a “interligação” destas duas metas, já que “apenas quando as mulheres forem visíveis nos meios de comunicação social como desempenhando papéis activos na política, no trabalho e nos temas da vida comum, poderão elas constituir-se activamente também como públicos e ser estimuladas a participar em todas as áreas da vida social de um modo reconhecidamente paritário” (Silveirinha, 2009:7).

¹ Professora Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa/CIMJ.

As dimensões ética e normativa da comunicação mediática implicam sempre uma reflexão sobre o espaço de liberdade de que gozam os seus actores e a extensão da sua responsabilidade. A preocupação com uma presença regular e equitativa das mulheres nos media não integra especificamente a maioria dos códigos deontológicos de jornalistas, mas certamente integra o respeito pela tolerância e uma visão de justiça.

Já nos idos de 1983, a Declaração da UNESCO sobre os media, recorda Daniel Cornu, “não se limita a denunciar as discriminações, mas insiste na diversidade dos povos e das culturas, numa perspectiva universalista”, clarificando que “esta visão de justiça passa pelo respeito fundamental da dignidade humana. Tem a ver com o respeito pelo indivíduo, tal como deve ser tido em conta o tratamento dos factos da sociedade, e o respeito pelas comunidades. A informação dirige-se ao homem na sua totalidade. Por outro lado, esta é, e cada vez mais, destinada à totalidade dos homens” [Cornu, 1999:100].

Usamos aqui um argumento de justiça social formulado numa linguagem pouco inclusiva (menciona homens e não homens e mulheres) típica de uma obra cuja primeira edição remonta a 1994. Documentos reguladores mais recentes, como o III Plano Nacional para a Igualdade – Cidadania e Género² (2002-2010), recomendam “a valorização do papel de uma linguagem inclusiva que possa agir criticamente sobre os estereótipos de género, o fortalecimento do movimento associativo e da sociedade civil, bem como a responsabilização da comunicação social, enquanto instrumento de influência de comportamentos e atitudes sociais”³.

O “anacronismo histórico” é intencional já que, face aos dados recolhidos pelos investigadores do projecto “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008), a disparidade existente entre o número de homens e o número de mulheres presentes na qualidade de convidados televisivos em programas de informação é tão elevada que bastaria essa primeira preocupação ética, quase “arqueológica” face à evolução entretanto realizada no âmbito da reflexão sobre género, para corrigir de forma positiva uma situação continuada de flagrante discriminação.

² Criado pela Resolução de Conselho e Ministros nº 82/2007, foi um instrumento de harmonização da política de género do XVII Governo Constitucional com as recomendações internacionais, designadamente o Roteiro para a Igualdade entre Homens e Mulheres (2006-2010) da Comissão Europeia.

³ Pode ser consultado em http://www.gep.mtss.gov.pt/planeamento/rcm82_2007.pdf

2 > Os dados

Ao longo de quase um ano de programação, entre Setembro de 2010 e Junho de 2011], foram estudados os perfis dos convidados chamados a comentar a actualidade informativa no estúdio de três canais generalistas (RTPI, SIC e TVI) e três canais temáticos (SICN, RTPN e TVI 24). A análise contemplou 1673 programas, onde participaram 2158 convidados, dos quais 1812 são homens e 346 são mulheres (ver quadro 1).

Quadro 1 > Repartição dos convidados por género no total convidados da TV portuguesa

MÊS	HOMEM	MULHER
Setembro 2010	169	29
Outubro 2010	199	44
Novembro 2010	172	31
Dezembro 2010	207	40
Janeiro 2011	161	30
Fevereiro 2011	180	35
Março 2011	200	41
Abril 2011	155	21
Maio 2011	175	31
Junho 2011	194	44
Total	1812	346

A extrema marginalização das mulheres no espaço de comentário televisivo é comum a todos os canais e não apresenta variações significativas (ver quadro 2). A RTP1, ao longo de 10 meses de programação, convidou 22 mulheres para debaterem e opinarem sobre temas da actualidade informativa, seguida da TVI, que convidou 9 mulheres, e da SIC, que chamou ao estúdio apenas 4 convidadas.

A pequena vantagem numérica registada pela estação pública está longe de a configurar como exemplo pois, ao convidar, durante idêntico período de tempo, 139 convidados homens, aplicou uma enorme desproporção de critérios que seguramente a afastam do imperativo, legal e ético, de contribuir para uma representação diversificada, plural e inclusiva da comunidade de telespectadores.

A SIC destaca-se pela negativa, permitindo a existência de sucessivos meses, nomeadamente Outubro, Novembro, Dezembro, Janeiro, Fevereiro, Maio e Junho, em que as mulheres pura e simplesmente não entraram nos estúdios de informação. Nestes períodos, o discurso televisivo transmitido foi totalmente proferido por vozes masculinas. Nos restantes meses, Setembro, Abril e Março, a presença de mulheres é tão escassa, respectivamente duas e uma, que *elas* constituem verdadeiras *aparições*.

A TVI fica-se pelas 9 convidadas e os meses de Outubro, Novembro, Janeiro e Abril, onde não existiram convidados femininos, configuram igualmente uma espécie de “estação seca” relativamente à presença de mulheres. Em termos numéricos absolutos, a *performance* da TVI é muito semelhante à da RTP1, o que permite concluir que o estatuto público ou privado não inscreve nenhuma diferença nas escolhas televisivas relativamente ao género.

O número de mulheres aumenta de forma significativa nos canais temáticos informativos. O comentário televisivo ocupa um espaço central na lógica de programação destes canais e, portanto, não é surpreendente que dispare o número de convidadas em estúdio, alterando um pouco a lógica relativamente aos canais generalistas do mesmo grupo empresarial.

Assim, a RTPN lidera a lista, tendo convidado 108 mulheres, seguida da TVI 24, com 146 mulheres. Na SICN foram assinaladas 44 mulheres, confirmando a SIC como a estação de televisão que menos inclui o feminino no leque de comentadores.

Em termos proporcionais, a disparidade na variável género mantém-se em moldes muito semelhantes aos praticados pelos canais generalistas, pois o número de convidados homens foi de 655 na RTPN, 508 na TVI 24 e 445 na SICN. Esta constatação leva-nos a concluir que o aumento do número de mulheres nos canais temáticos resulta somente de uma lógica interna de programação televisiva e não de qualquer desejo de tornar, ao menos nos canais alojados no cabo, os perfis dos convidados em estúdio mais coincidentes com a diversidade existente na sociedade portuguesa.

Quadro 2 > Género por canal televisivo e mês de análise

Setembro 2010	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	10	5	1	52	46	55
Mulher	1	2	2	4	7	13
Outubro 2010	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	15	4	2	47	75	56
Mulher	1	0	0	8	12	23
Novembro 2010	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	12	2	2	40	55	61
Mulher	2	0	0	4	12	13
Dezembro 2010	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	12	4	4	53	75	59
Mulher	1	0	1	3	16	19
Janeiro 2011	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	10	1	3	40	71	36
Mulher	3	0	0	2	10	15
Fevereiro 2011	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	13	3	2	42	69	51
Mulher	1	0	1	4	15	14
Março 2011	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	14	5	4	45	73	59
Mulher	4	1	2	6	12	16
Abril 2011	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	6	6	3	39	64	37
Mulher	2	1	0	4	7	7
Mai 2011	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	24	5	3	37	61	45
Mulher	3	0	1	5	5	17
Junho 2011	RTP1	SIC	TVI	SIC NOT	RTPN	TVI24
Homem	23	3	3	50	66	49
Mulher	4	0	2	4	12	22

A conclusão anterior é reforçada pela análise dos dados relativos à profissão das mulheres que são convidadas para os *plateaux* informativos (ver quadro 3). Em termos relativos, a distribuição dos grupos profissionais é semelhante à dos convidados homens, com a notória exceção do futebol já que, durante os meses analisados, nenhuma das comentadoras convidadas trabalhava no mundo futebolístico.

O futebol configura um universo discursivo totalmente masculinizado, com uma tendência histórica para prolongar o recrutamento endogâmico dos comentadores, imune à captação de tendências marcantes no universo desportivo contemporâneo, como é o caso do aumento significativo do número de adeptos mulheres e também, noutros países, da maior popularidade das ligas de futebol feminino.

Nas restantes profissões, as convidadas jornalistas são o grupo mais numeroso, com 188 presenças, seguida das mulheres vindas do mundo da política, que atingem as 70 passagens pelos estúdios da televisão.

O terceiro grupo profissional mais representado entre as mulheres são os professores/investigadores e coincide com o dos homens, embora com grande disparidade numérica: os canais de televisão convidaram 215 destes profissionais homens, contra apenas 24 mulheres.

As profissionais oriundas da área da saúde foram o quarto grupo mais convidado, com 21 idas aos estúdios para comentar factos e acontecimentos da actualidade (no caso dos homens, registaram-se 36 presenças dentro desta profissão). Nas outras profissões assinaladas, a presença de mulheres torna-se quase residual: foram contabilizadas 8 nomes oriundos das indústrias culturais, 5 comentadoras juristas ou magistradas e 4 empresárias ou economistas. Embora próxima, a distribuição entre os homens não é igual, pois, nestes, a quarta profissão mais representada são os empresários e economistas (149), seguidos dos juristas e magistrados (95), dos membros do universo futebolístico (86), das indústrias culturais (52) e da saúde (36).

A tendência para recrutar convidados entre as elites jornalística e política é esmagadora, penalizando fortemente os restantes grupos profissionais. A rigidez deste par de interlocutores extremamente privilegiado em termos de acesso, permanência e visibilidade nos ecrãs contribui para a fraca diversidade de vozes presentes, para um estreitamento dos pontos de vista em disputa e para a partidarização do debate, confirmando a “rarefacção” do espaço público mediatizado pela televisão.

Fora dos campos da política e do jornalismo, o leque de actividades é restrito, concentrando-se nas profissões liberais associadas a três esferas profissionais: universidade, economia, direito. Verifica-se uma exclusão quase completa das profissões com um carácter mais técnico, artesanal ou operário. A sub-representação existe em áreas que exigem grande literacia e estão associadas a prestígio social, como é o caso da saúde, tornando ainda mais complexa a compreensão dos factores de exclusão.

Variáveis como a pertença a uma determinada classe social ou a posse de competências de comunicação adequadas não são os únicos motivos para justificar a concentração de tantos comentadores em apenas duas profissões.

A explicação reside provavelmente num conjunto complexo de razões, ligadas a rotinas profissionais e padrões de recrutamento, que cruzam exclusões sucessivas, destacando-se a variável género como uma das mais penalizadoras para a definição de um perfil de comentador de sucesso.

Quadro 3 > Género e profissão dos convidados

PROFISSÕES	HOMENS	MULHERES
Políticos	424	70
Jornalistas	575	188
Futebol	86	
Professores/investigadores	215	24
Juristas/magistrados	95	5
Empresários/economistas	149	4
Saúde	36	21
Indústrias Culturais	52	8
Outros	180	26
	1812	346
		2158

A concentração de jornalistas e políticos no espaço ocupado pelo comentário televisivo convida uma leitura crítica acerca do mapa de relações existentes entre media, política e cidadãos sugerido pela televisão portuguesa. Alguns traços do modelo mediático “pluralista polarizado” descrito por Hallin e Mancini parecem bastante adequados:

“Os media nos países mediterrânicos são, em termos relativos, muito politizados e o paralelismo político é relativamente elevado. O estilo de jornalismo dá um enfoque substancial ao comentário” (Hallin e Mancini, 2010: 110).

As raízes políticas e literárias do jornalismo praticado em Portugal (e nos restantes países incluídos naquele modelo, nomeadamente Espanha, Itália e França), bem como o baixo e tardio grau de profissionalização dos jornalistas são elementos históricos importantes que ajudam a explicar o gosto pela exposição de ideias e opiniões, em detrimento da informação e da investigação.

O baixo grau de profissionalização, que os autores clarificam nada ter a ver com literacia ou competência [pelo contrário, nestes países, os jornalistas tendem a ser mais instruídos e a escrever de forma mais sofisticada], prende-se com o fato do jornalismo estar mais próximo das elites, servir mais os seus objectivos políticos e culturais e possuir menos autonomia do que noutras regiões caracterizadas por modelos mediáticos diversos.

Em Portugal, esta dinâmica cruza-se com uma tendência, igualmente histórica, para a marginalização das mulheres no espaço mediático. Estudos anteriores, realizados para o universo da imprensa escrita, apontam no mesmo sentido do que os dados agora recolhidos para a televisão. Referindo-se ao universo dos autores de espaços de opinião na imprensa escrita de referência, no período compreendido entre 2000 e 2005, Rita Figueiras assinalava “a disparidade” existente entre homens e mulheres e definia o perfil das poucas comentadoras assim:

“19 provêm do jornalismo, 5 da política, 3 da academia, 3 da cultura e 2 da área dos media. A maioria das colaboradoras é recrutada internamente ao campo jornalístico e exerce a profissão no jornal onde escreve a coluna de opinião” (Figueiras, 2007: 118).

A coincidência das origens profissionais das comentadoras em jornais e na televisão, essencialmente recrutadas no jornalismo, na política e na universidade, sugere uma contiguidade de actores entre a imprensa e o audiovisual. Este traço reforça a ideia de um enorme fechamento do jornalismo em torno das mesmas figuras e discursos e contribui para justificar a ideia de que os media partilham características de um cosmos mais imóvel e menos moderno do que a própria sociedade portuguesa.

Em contraste com as alterações rápidas registadas ao nível do mercado de trabalho, onde os níveis de participação feminina colocam Portugal à frente de muitos países do norte da Europa⁴, o “*espaço Opinião na imprensa de referência portuguesa parece denunciar vestígios de uma sociedade mais arcaica*”. (Figueiras, 2007:133). Os dados recolhidos para a televisão apontam para uma conclusão semelhante aplicável ao universo das comentadoras televisivas.

O campo laboral dos jornalistas é um excelente espelho das mudanças comuns a outras áreas e que estão a conduzir a uma intensa e acelerada feminização de profissões outrora reservadas aos homens. O estudo *Ser Jornalista em Portugal, perfis sociológicos*, referindo-se aos dados mais recentes disponibilizados pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalistas, respei-

⁴ Sobre as taxas de feminização do mercado de trabalho e educativo, consultar o relatório da Comissão para a Cidadania e Igualdade de Género (CIG), “Homens e Mulheres em Portugal 2010”.

tantes ao biénio 2007-2009, revela que *“até ao grupo etário dos 30-34 anos, as mulheres são maioritárias (...) Nos próximos anos, e considerando apenas os efeitos do envelhecimento e da aposentação das gerações mais idosas, é de esperar uma intensificação da feminização”* (Rebello, 2011:48).

A pesquisa académica sobre o impacto da variável género na selecção de temas e enquadramentos das notícias revela que o aumento do número de mulheres nas redacções dos media, em todo o mundo, não contribui para modificar os alinhamentos ou a cobertura jornalística. Existem poucas diferenças entre homens e mulheres ao nível das percepções dos papéis e condutas profissionais:

“Os resultados sugerem que a redacção e o ambiente social são influências muito mais fortes nos valores profissionais dos jornalistas (e, provavelmente, nos conteúdos que estes produzem) do que o género, levantando a questão de saber se a cobertura noticiosa irá mudar assim tanto à medida que mais mulheres entram no jornalismo e assumem posições de maior responsabilidade” (Weaver, 1997:37)⁵.

Por outro lado, a investigação produzida pela teoria feminista insiste na necessidade de promover uma cultura cívica e, por inerência, mediática, que envolva as mulheres num processo comunicacional reforçador da constituição política das suas identidades:

“A responsabilidade social dos meios de comunicação neste processo estende-se à representação de uma ampla variedade não só de relações de género, como das exigências políticas que as mulheres fazem, no sentido de verem satisfeitos os seus direitos como mulheres e não apenas como membros de uma comunidade política construída à imagem de um universal feminino” (Silveirinha, 2009: 7).

Se esta parece ser uma reivindicação complexa, na medida em que exige tanto jornalistas como cidadãos engajados no mesmo ideal normativo de espaço público, também é condição imprescindível para o fim da prática de *“aniquilação simbólica”* das mulheres, na acepção pioneira introduzida por Gaye Tuchman⁶.

⁵ Tradução nossa.

⁶ *The Symbolic Annihilation of Women*”, introdução ao livro *Hearth and Home: Images of Women in the Mass Media*, originalmente publicado por Gaye Tuchman em 1978.

3 > Conclusão

A igualdade entre mulheres e homens é um princípio da Constituição Portuguesa, reiterado por vários compromissos assumidos em numerosas instâncias internacionais, entre as quais se destacam: a Carta das Nações Unidas, a Declaração Universal dos Direitos do Homem, a Convenção para a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação contra as Mulheres; a Convenção Europeia dos Direitos Humanos; a Carta Social Europeia e a Declaração de Acção da Plataforma de Acção de Pequim.

Estes documentos, e outros, como a Estratégia de Lisboa (2000), o Roteiro para a Igualdade entre Homens e Mulheres (2006-2010) e o Pacto Europeu para a Igualdade de Género (2006), defendem a centralidade e a transversalidade da política para a igualdade de género na estrutura da governação.

A sociedade não muda simplesmente porque bons instrumentos definidores de orientações estratégicas, normas e padrões de acção são produzidos. Uma das expectativas sociais geradas em torno dos media é que estes ajudem a dar visibilidade a certas temáticas reformistas, contribuindo para o reforço da sua inscrição nas preocupações e práticas das instituições e da sociedade civil.

Herbert Ganz, no seu livro seminal de 1979, *Deciding What's News*, tinha uma impressão optimista sobre o carácter genericamente "progressista" da imprensa norte-americana. A sociedade podia permanecer desigual, estereotipada, injusta, mas os media trabalhavam no sentido do reforço da democracia, da vigilância dos poderes e da prevenção dos abusos.

Num livro mais recente, *Democracy and the News*, publicado em 2004, Ganz já se mostrou mais pessimista, apontando várias causas para o "enfraquecimento" dos media e consequente fragilização da democracia: diminuição do seu papel tradicional de "watchdog", perda de poder dos jornalistas, progressiva mercantilização dos conteúdos informativos e fragmentação das audiências.

A democracia assenta numa relação primordial com os cidadãos, obrigando a uma certa coincidência de agendas entre os poderes, os media e a comunidade. Ganz, respondendo a várias críticas que foram proferidas ao seu porventura excessivo "idealismo" na crença de um jornalismo centrado nos cidadãos, a que chamou de "jornalismo participativo", recordou o clássico *Democracia na América*, escrito em 1835 e 1840 por Alexis de Tocqueville.

Inspirado por uma frase de Thomas Jefferson, terceiro presidente Americano e um dos “pais fundadores” da nação, Tocqueville acreditava que “*o preço da democracia é a eterna vigilância*”, articulando a liberdade de imprensa com a liberdade cívica e de associação política. Entre os vários papéis atribuídos ao jornalismo, existe um grande consenso em reconhecer que o papel de “monitorizar”⁷ e o papel de “facilitar”⁸ são funções tradicionais da imprensa.

Vários autores têm sublinhado os “défices identitários” dos jornalistas, agravado pelas novas configurações (mudanças tecnológicas e de contextos profissionais) que afectam o campo jornalístico, mas certamente também radicado numa construção histórica *mais virtual do que real, mais fluida do que consistente* (Ruellan, 1993), remetendo-se sobretudo aos planos do simbólico e do retórico e, por isso, resistindo mal a uma confrontação aberta e despreconceituosa tanto com as ideias como com os factos observáveis do dia-a-dia (Fidalgo, 2009: 17).

Esta “aporia” radical foi diversas vezes assinalada pelas teóricas feministas, como resume Maria João Silveirinha: “*Sabemos, por exemplo, que historicamente, para os movimentos de mulheres, as redes de comunicação de massas fizeram tanto para frustrar como para promover os objectivos feministas*” (2009: 8).

Entre acusações de desinteresse, trivialização e estereotipação das mulheres veiculadas pelos media, e a crescente valorização do poder das audiências para descodificarem ou “domesticarem” as mensagens mediáticas, o contributo dos media para a construção social e discursiva das identidades femininas e masculinas permanece uma área importante de investigação académica. Os dados sobre a televisão portuguesa analisados neste artigo referem-se apenas ao número de convidadas dos *plateaux* de informação televisiva. Não permitem por isso tecer quaisquer interpretações sobre representações de género ou definição de temáticas. Para isso seria necessário saber, para além de *quantas são e quem são*, também *sobre o quê falam e como falam*. Mas são inequivocamente indicativos de uma desigualdade de acesso ao espaço televisivo tão extremada que só podem ser lidos com alarme e motivar o desejo de mais investigação sobre este tema.

⁷ “The term “monitorial” includes the notion of providing advance intelligence, advice, warning, and everything of general utility for information seekers” in *Normative Theories of the Media, Journalism in Democratic Societies*, 2009, University of Illinois Press, pp. 31.

⁸ “Consistent with the normative character of journalism’s roles, the news media do not merely report on civil society’s associations and activities but support and strengthen them”, *Idem, Ibidem*.

Bibliografia

- Cornu, Daniel (1994). *Jornalismo e Verdade. Para uma Ética da Informação*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Gauntlett, David (2008). *Media, Gender and Identity, an Introduction*. London and New York: Routledge.
- Hallin, Daniel; Mancini, Paolo (2010). *Sistemas de Media: Estudo Comparativo. Três Modelos de Comunicação e Política*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Fidalgo, Joaquim (2009). *O Lugar da Ética e da Auto-Regulação na Identidade Profissional dos Jornalistas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Figueiras, Rita (2007). "Os Comentadores na Imprensa de Referência : 2000-2005". In Ferin, Isabel (coord.) *Jornalismo e Democracia*. Lisboa: Edições Paulus.
- McChesney, Robert W; Nerone, John (eds.) (2009). *Normative Theories of the Media*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.
- Rebelo, José (2011) (coord.). *Ser Jornalista em Portugal, perfis sociológicos*. Lisboa: Gradiva.
- Silveirinha, Maria João (2009). "De como tanto mudou e como tanto ficou na mesma". In *Media e Jornalismo*, nº 15, volume 8, nº 2. Lisboa: Mariposa Azul.
- Sue, Thornham (2007). *Women, Feminism and Media*. Edinburg: Edinburg University Press.
- Weaver, David (1997). "Women as Journalists". In Norris, PIPPA (ed.) *Women, Media and Politics*. New York, London: Oxford University Press.

Documentos:

- III Plano Nacional para a Igualdade – Cidadania e Género (2007-2010), Resolução do Conselho de Ministros nº 82/2007.
- ONU (1995). Beijing Declaration and Platform for Action, Pequim.

O conceito de ‘participação’ nos media : sombras e claridades numa floresta de definições

Fábio Ribeiro

De acordo com Manuel Castells, “os fluxos não são só um elemento da organização social: são os processos que dominam a nossa vida económica, política e simbólica” (2005:436). Em certo sentido, a afirmação que o autor enuncia no âmbito da sua tese sobre a sociedade em rede poderia ser expressiva não apenas dos movimentos que organizam a transmissão de informação, mas também dos movimentos que organizam as pessoas. Na verdade, também no que diz respeito à mobilidade dos indivíduos, o termo ‘fluxo’ condiz bem com um tempo em que a relação das pessoas com os espaços tende a ser cada vez mais desenraizada. É talvez aí que se situa o fundamento da proposta de Castells, segundo o qual ao ‘espaço dos lugares’ se sucede o ‘espaço dos fluxos’. Condição vista como essencial à integração sociopolítica, a participação apresenta-se como a chave de uma sociedade dita de informação, que apela à transição de uma assembleia de massas para uma comunidade de indivíduos comprometidos pessoalmente.

O envolvimento dos cidadãos em determinadas esferas sociais, como a mediática, por exemplo, pode ser interpretado à luz deste último entendimento, tendo em conta uma certa mobilidade de vozes que se dividem pelos mais diversos formatos actualmente desenhados para promover a auscultação do público. Neste contexto paradigmático da actividade dos media, no segmento específico da relação com os seus seguidores, também os estudos em ciências da comunicação não se demitiram da responsabilidade académica de investigar esta realidade premente. Contudo, tem sido aparentemente difícil encontrar um consenso entre as várias definições propostas por investigadores que se debruçaram sobre esta matéria. Uma das razões principais para esta multiplicidade de entendimentos sobre o que significa exactamente o envolvimento dos cidadãos nos media estará eventualmente relacionada com a disparidade de disciplinas que se prestam a tentar enquadrar esta questão: da sociologia, à comunicação, passando pela semiótica ou linguística.

¹ Investigador do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Artigo escrito no âmbito do projecto “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008).

A este propósito, poderíamos convocar o entendimento de Michel Maffesoli, uma das personalidades mais reconhecidas e activas nos estudos da ciência dos signos linguísticos. Para o sociólogo francês, o termo evoca uma certa plasticidade, retomando parte daquele que será o debate sobre a sua raiz primitiva: “uma dessas ‘ideias-chave’ além da separação, de essência tecnológica, própria à tradição judaico-cristã, refere-se precisamente à participação, próxima de um senso místico do termo, de qualquer coisa que lhe dá sentido. Uma perspectiva holística que assinala o regresso de forças primitivas, um pouco tenebrosas” (2007:104). Neste *Lebenswelt* [mundo da vida], como o autor define, a participação emerge de uma comunidade que valoriza a componente sentimental, emocional, racionalizada, um pouco na linha do debate crítico e racional que Jürgen Habermas defendera em 1962, com a sua tese de doutoramento *Strukturwandel der Öffentlichkeit* [traduzida nos anos 80 como *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Burgeois Society*]. Para Maffesoli, parte dessas raízes encontra-se em “períodos que acentuavam o sentimento de pertença com os mitos, as pequenas histórias e os afectos partilhados como vectores comunitários”. Recordando as palavras de uma obra de Émile Durkheim, *Les Formes élémentaires de la vie religieuse*, o investigador destaca que “este processo de ‘participação mágica’ a uma entidade bem mais vasta, esta transcendência imanente favorece a união ao outro, à comunhão da alteridade, à integração do estranho, à incorporação de uma estranheza que se destaca por entre a realização de um ser colectivo” (2007: 109-110).

Ainda nos terrenos da semiótica, poderíamos encontrar outra abordagem no livro *Crítica das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasions*, organizado por José Bragança de Miranda e Maria Teresa Cruz. Nesta obra não existem, de facto, referências explícitas à participação e aos media, ainda assim é possível descobrir algumas interpretações que concorrem para uma certa ideia de relação entre indivíduos e instituições mediáticas. Com efeito, o termo ‘ligação’ acaba por ser um elemento determinante nesta obra, através de diversas perspectivas sobre as relações que se estabelecem por via da técnica, nesta era da contemporaneidade, ao longo de uma tipologia dividida entre ligações estranhas, livres, enredadas, perigosas, *on-off*. Ora, o termo ‘participação’, subliminarmente conotado em vários desses entendimentos, encontra maior profundidade nas palavras de Bragança de Miranda, ao defender que “todas as coisas estão ligadas, quer vejamos as conexões ou não” (2002:259). Provavelmente um dos pontos mais interessantes acaba por ser a forma como o autor analisa as ligações nas redes sociais: “vivemos, nos nossos dias, no meio de “conexões”, de “links”, do “online”, estamos votados à participação, à “interactividade”. Algo de novo está a emergir” (*ibidem*).

Não obstante os importantes contributos da semiótica social, enquanto disciplina que analisa a reprodução dos significados que percorrem as mais variadas actividades da socie-

dade, encontramos outro tipo de reflexões sobre este tema no terreno da sociologia e da comunicação. Novamente constatamos que estas análises não convergem exactamente nos mesmos pontos. Observemos, por isso, alguns casos. Partindo do importante contributo de Chantal Mouffe e Ernest Laclau (1964) – possivelmente um dos trabalhos pioneiros nesta área – percebe-se que ‘participação’, tomada aqui como pretexto da intervenção na esfera mediática, não obstante a sua aplicabilidade a outros terrenos da vida social, se refere a um conceito que flutua por diversos mares, pela multiplicidade de formatos que tal encerra. Com efeito, outra das primeiras tentativas na definição deste conceito terá sido apontada por Sherry Arnstein, com a publicação, em 1969, do artigo “A Ladder of Citizen Participation”, onde a autora procura definir um quadro orientador da escalada da participação. Mais importante do que esse percurso, será o posicionamento da autora em relação a este tema: “participação cívica é o termo categórico para o poder do cidadão. É a redistribuição do poder que inclui os cidadãos ausentes dos processos políticos e económicos para que sejam considerados, pelas suas deliberações, no futuro” (1969:216).

Em publicações mais recentes, Espen Ytterberg considera que participação consiste na “conjugação de um determinado conjunto de papéis dados pelo contexto de produção e pelas exigências do próprio formato” (2004: 678). Gunn Sara Enli acredita que o termo está inserido num “novo grupo de oportunidades de *feedback*, potenciados pela era digital” (2008:106). A participação assume-se, desta forma, como uma estratégia que combina legitimidade na integração do público nas produções mediáticas com conotações positivas para a entidade que a promove (Enli, 2008). Ainda no campo das várias definições, Barbrook defende que a participação não deverá ser entendida “à luz de um sentido unidireccional de maior ou menor diversidade, mas sim como uma de muitas tentativas para superar as contradições existentes entre a participação mediática e a democracia” (1995, cit. por Hamilton, 2003:297). Por seu turno, Denning entende que, não obstante a existência de possibilidades de participação, deverá optar-se pela diversificação de formatos nos mais variados contextos, numa tentativa de alargar a tendência de integrar o público não apenas no discurso dos media (1990, cit. por Hamilton, 2003).

Ainda nesta floresta de definições, Kiwan abre uma nova clareira ao acrescentar a questão da motivação para o “desenvolvimento de um conceito de inclusão de cidadania” (2007:228). Apesar de o investigador não desenvolver com propriedade esta ideia, parece de certa forma evidente que só indivíduos suficientemente motivados (incluindo nesta perspectiva a motivação pessoal, social ou a que parte dos apelos das próprias instituições mediáticas, por exemplo) conseguem ter condições para interagir com os media. Por outro lado, Evelina Dagnino propõe algo distinto, através de um conceito ‘despolitizado’ de participação, numa tentativa de

abrir a intervenção das audiências ao tratamento de “questões como a desigualdade social e a pobreza” (2004:102), demonstrando que o envolvimento do público passa, de facto, pela produção de alterações com efeitos visíveis na vida das pessoas. A investigadora assume, por conseguinte, que toda a participação deve revestir-se de uma exigência moral, de propósitos claros para alcançar efeitos visíveis: “a própria ideia de solidariedade, a grande bandeira dessa participação redefinida, é despida de seu significado político e colectivo, passando a apoiar-se no terreno privado da moral” (*ibidem*).

Depois de circunscrita a questão da moralidade e da motivação intrínsecas ao conceito analisado, é possível observar outras perspectivas que incluem os novos ecossistemas mediáticos que, entretanto, têm vindo a ocupar certas rotinas quotidianas. A este propósito, Howard Rheingold (2008) acredita que as possibilidades que os novos media incluíram na experiência humana podem ajudar a reconfigurar o conceito que aqui procuramos desenvolver. Por isso, a disponibilização de conteúdos que a Internet proporciona – texto, áudio e vídeo, através das mais variadas plataformas como blogues, *podcasts* e *videocasts*, entre tantos outros exemplos – ajuda a conferir ao cidadão comum novas faculdades performativas de interacção com os organismos mediáticos. Deste modo, a rápida invasão destes dispositivos em certos sectores da sociedade não tem forçosamente que significar maiores níveis de participação. Rosa Alfaro Moreno (2006) apresenta um trabalho que intervém justamente nesta matéria, rejeitando a participação como mera “técnica de affair”, na qual os media apenas utilizam as colaborações dos cidadãos na justa necessidade delas, demitindo-se de um papel activo na promoção de uma cultura permanentemente aberta ao diálogo com os cidadãos.

Por outro lado, Miguel Padilla (2007) refere-se aos silêncios produzidos pelas habituais definições tradicionais de participação. Reconhecendo que a actualidade se presta, de sobremaneira, à aplicação indiscriminada e pouco reflexiva do termo ‘participar’, Padilla considera que o contexto e os actores a que reporta dificultam uma acepção clara e inequívoca do conceito, um pouco na linha de outros trabalhos que sugerem idênticas interpretações (Dachler & Wilpert, 1978). Ainda assim, o autor defende que a matriz comum entre a maioria das definições de participação reside justamente na ideia de partilha: “ser consultado pelo supervisor (Vroom, 1960); possuir algum grau de influência em decisões (Ascigil y Ryan, 2001); sentimento de pertença ao mesmo grupo (Anderson & West, 1998); envolvimento dos líderes nas partes mais importantes do processo social (Rebien, 1996) [...]” (2007, 1-2). Embora parte desta percepção possa ser enquadrada no âmbito empresarial – uma discussão que Padilla acabaria por prolongar – podemos sintetizar a raiz deste conceito à luz de sentimentos e/ou acções baseadas na partilha, ser consultado, grau de influência em decisões, sentimento de pertença, tomar responsabilidade. Contudo, o investigador acrescenta que participar, aplicado

à esfera dos media, diz respeito ao processo no qual os “objectos sociais se transferem das zonas privadas para as públicas” (2007:6).

Na verdade, Padilla diverge do entendimento de Arnstein, anteriormente descrito, no que toca à ideia de participação como redistribuição de poder. Com efeito, o autor prefere abordar a interacção dos cidadãos com os media no âmbito de uma relação espacial, em detrimento de relações de poder e da sua eventual partilha. O que aqui se ignora é o facto de, num sentido básico, serem os próprios media a deterem a capacidade (poder) de possibilitar a entrada de muitas vozes no espaço público. E nesse aspecto em particular, participar significa igualmente gerir um conjunto de circunstâncias que se restringem, de sobremaneira, na base do poder entre alguém que deseja intervir e alguém que decide abrir as portas para essa intervenção, mas, por constrangimentos vários (reduzido tempo/espaço para intervir, critérios editoriais, excesso no número de participantes, entre outros, etc.), pode, de facto, limitar a efectiva presença nesses espaços.

Ainda no conceito de participação, Miguel Padilla refere que a melhor ilustração representativa da participação será de uma assembleia, “em que todos podem ter algo a dizer (...). Aí acontece o mesmo quando pensamos que temos alguma influência na tomada de decisões, quando, na verdade, isso está longe de ser rigorosamente claro” (2007:9). Neste contexto, o autor trabalha a sua própria definição: “a participação é mais bem entendida como uma forma de relação com os objectos sociais, um processo em que alguém se envolve em determinados assuntos, e isto pode acontecer em muitos, muitos casos, porque existem diversas formas através das quais as pessoas podem sentir-se parte de algo” (*Ibidem*).

Em documentos mais recentes, tal como o relatório *Our Space: Being a Responsible Citizen of the Digital World* – uma parceria entre a Harvard Graduate School of Education, a University of Southern California e da Annenberg School for Communications and Journalism –, os autores conferem uma atenção particular ao conceito de participação, incluindo-o numa escala mais ampla, num conjunto de comportamentos realizados pelos utilizadores online, contexto ao qual o documento reporta. Neste texto, os investigadores consideram que a “participação pode incluir a assinatura de uma petição *online*, comentar o estado actual de um amigo no Facebook, descarregar um vídeo original no Youtube, contribuir para um blogue, etc. Os espaços *online* conferem aos jovens oportunidades positivas para assumirem novos papéis, aprendizagem de novas capacidades e colaborarem com outras pessoas relativamente a assuntos de índole social” (2011:8).

Aproveitando uma certa inspiração oriunda das diferentes sensibilidades, poderíamos eventualmente contribuir para esta discussão com a nossa própria definição e enquadramento do termo participação, restringindo a sua esfera de actividade aos media jornalísticos. Deste modo, e

tendo em conta que o nosso projecto protagoniza certos espaços de opinião pública, sugerimos que, por participação dos cidadãos, se entende o movimento de interacção estabelecido entre as instituições mediáticas, nos mais diversos contextos desenhados por esses agentes, e os cidadãos, na forma de ouvintes, espectadores, leitores de edições impressas ou *online*.

Este será porventura um entendimento básico sobre esta realidade. Contudo, como podemos avaliar a qualidade desta interacção? Podemos sugerir dois níveis:

- em termos metodológicos, demonstra a capacidade do cidadão em dominar os procedimentos básicos para interagir com um ou vários media;
- em termos substantivos, concretiza a capacidade do cidadão em não só dominar as ferramentas necessárias para intervir junto de um órgão de comunicação, mas também complementar essa interacção com intervenções que respeitam as normas de comportamento exigidas pelo formato, acrescentando valor ao debate que se produz.

Reconhecendo as limitações que esta definição possa encerrar, poderíamos, por fim, destacar algumas áreas ainda pouco exploradas nos estudos sobre o movimento dialéctico entre cidadãos e media no terreno dos programas de opinião pública. Deste modo, poucos trabalhos têm sido capazes de identificar as motivações ou até mesmo o grau de satisfação que a performance participativa traz a quem se sente minimamente compelido a participar num determinado formato. Motivado por algumas destas questões, este projecto toma como pretexto da sua actividade outro conjunto de reflexões pouco exploradas neste terreno, nomeadamente através da análise e estudo de outros eventuais pontos de interesse tais como os actores, contextos e processos que os fenómenos participativos implicam no contexto televisivo nacional.

Ainda na definição dos limites do conceito de participação, diversos investigadores têm vindo a dividir-se entre críticas e elogios em relação à abertura dos canais participativos por parte dos órgãos de comunicação social jornalísticos. Tendo por base a discussão do enredo participativo, não seria justo excluir as diferentes aceções manifestadas pelos estudiosos que ora destacam o papel positivo e integrador da participação, ora decidem atribuir uma nota negativa a toda a temática.

No âmbito de diversas críticas realizadas à intervenção dos cidadãos nos media, podemos sublinhar algumas realizadas por Nie e Erbing (2000) que denunciam o pouco tempo e disponibilidade dos indivíduos para tal actividade. Mesmo que aceitem participar nesses espaços mediáticos, os autores consideram que tais indivíduos perderiam a oportunidade de conviver fisicamente com a comunidade. Um argumento próximo da teoria da desterritorialização, sustentada por Finhoults e Sproull (1990), que sublinha a quantidade limitada de tempo livre dos indivíduos como forte constrangimento das actividades comunicativas passíveis de integração do público. Rabia Polat (2005), por exemplo, considera que os estudos sobre a participação política não indicam

claramente a relação entre participação e informação. Por sua vez, Rosa Alfaro Moreno reitera que “infelizmente, a sociedade civil está mais interessada nos media do que nos pontos de vista dos peritos e não necessariamente nas transformações reais e nos projectos que estão a ser desenvolvidos” (2006:299).

Contrariamente a algumas das breves críticas apontadas, existe, porém, um conjunto de autores que destacam os argumentos favoráveis à ideia da integração do público nos formatos dedicados à intervenção do cidadão. Com efeito, Yankelovich (1991) considera, numa abordagem filosófica sobre o jornalismo cívico, que o julgamento público proporciona a formação de uma opinião pública com uma qualidade mais elevada e mais genuína. Por seu turno, Ostrom (1990) refere que a participação cívica representa um marco crítico no envolvimento e integração da comunidade e desempenha “um papel central na saúde e funcionamento das sociedades democráticas através do agendamento da acção colectiva através da construção comunitária”. O investigador defende a melhoria da qualidade da opinião pública e da saúde democrática como possíveis vantagens para uma cultura participativa, um termo que acaba por ser caro a Henry Jenkins (1992), por exemplo.

Conscientes da multiplicidade de interpretações que o conceito de participação pode sugerir, partimos com a convicção de que o movimento de interacção entre as instituições mediáticas e os cidadãos representa, na sua base, o entendimento singular de uma ideia de interactividade, concretizada numa determinada motivação pessoal de diversas índoles. Promover a investigação sobre este terreno, abrindo-nos ao estudo dos actores e das dinâmicas que rodeiam os espaços televisivos dedicados à intervenção do telespectador pode permitir-nos conhecer melhor uma área pungente e em franca expansão na comunidade académica internacional.

Bibliografia

- Arnstein, Sherry (1969), A Ladder of Citizen Participation. In *Journal of the American Institute of Planners*, volume 35, número 4.
- Barbrook, Richard (1995), *Media Freedom: The Contradictions of Communication in the Age of Modernity*, Londres: London and Boulder, CO, Pluto Press.
- Castells, Manuel (2005), *A Sociedade em Rede*. Porto: Campo das Letras.
- Dagnino, Evelina (2004), Sociedade civil, participação e cidadania: de que estamos falando? In *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.
- Enli, Gunn (2008), Redefining Public Service Broadcasting Multi-Platform Participation In

Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, volume 14, número 1.

Laclau, Ernesto & Chantal, Mouffe, (2001), *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*, Londres: Verso.

Finholt, Thomas, & Sproull, Lee (1990), A Social Influence Model of Technology Use. In J. Fulk & C. Steinfield (Ed.), *Organizations and Communication Technology*. Newbury Park: Sage.

Hamilton, James (2003), Remaking media participation in early modern England. In *Journalism*, volume 4, número 3.

Kiwan, Dina (2007), Uneasy relationships?: conceptions of 'citizenship', 'democracy' and 'diversity' in the English citizenship education policymaking process in *Education, Citizenship and Social Justice*, volume 2.

Maffesoli, M. (2007), *Le Réenchantement Du Monde, Une Éthique Pour Notre Temps*, Paris: Éditions de La Table Ronde.

Miranda, José de Bragança & Cruz, Maria Teresa (org.) (2002), *Crítica das Ligações na Era da Técnica, Ligações_Links_Liasions*. Lisboa: Tropismos.

Moreno, Rosa (2006). Citizens and media cultures: hidden behind democratic formality. In *Global Media and Communication*, volume 2, número 3.

Nie, N. & Erbing, L. (2000). *Study Offers Early Look at How Internet Is Changing Daily Life. Working Paper*. Stanford: Institute for the Quantitative Study of Social Science.

Ostrom, Elinor (1990), *Governing the commons: The evolution of institutions for collective action*. Nova Iorque: Cambridge University Press.

Padilla, Miguel. et al. (2007) *Approaches to participation: some neglected issues*, Comunicação apresentada na 5ª Conferência Critical Management Studies, Manchester, Inglaterra, 11-13 de Julho de 2007.

Polat, Rabia (2005). The Internet and Political Participation: Exploring the Explanatory Links. In *European Journal of Communication*, volume 20, número 4.

Rheingold, Howard (2008). Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement. In *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*.

Yankelovich, Daniel (1995). *The Yankelovich Cybercitizen Report*. Atlanta: Yankelovich Partners.

Ytreberg, Espen (2004). Formatting Participation within Broadcast Media Production. In *Media, Culture & Society*, volume 26, número 5.

The GoodPlay Project & Project New Media Literacies (2001). *Our Space: Being a Responsible Citizen of the Digital World*. Disponível em: <http://www.downes.ca/post/56321> [acedido em 01-10-2011].

Longe de uma TV dos espectadores

Felisbela Lopes e Luís Miguel Loureiro¹

As actuais potencialidades tecnológicas abrem, perante o (tel)espectador, a promessa de um ilusório *empowered user* que se vai construindo alicerçado na narrativa mítica da *omnipotência*, tornada modo verbal e complemento directo da promessa moderna da *omnividência*. No entanto, os *plateaux* informativos da televisão portuguesa do século XXI ainda não vêem no telespectador um elemento estruturante do seu trabalho. São escassos os programas que abrem o alinhamento à participação do público e aqueles que o fazem atiram-no para margens que pouco ou nada interferem no desenvolvimento das emissões. Neste artigo, analisamos a integração dos telespectadores em 1673 emissões informativas, distribuídas por seis canais de televisão (RTP1, SIC, TVI, SICN, RTPN, TVI 24).

1 > O paradoxal *empowerment* do espectador

Na *Galáxia Internet* (original de 2001), Manuel Castells distingue entre *produtores-utilizadores*, responsáveis pela realimentação da rede, e *utilizadores-consumidores*, que se situam no lado da recepção (2004: 55). É tanto aos primeiros como aos últimos que o sociólogo da *sociedade em rede* lança “o controlo dessa ágora pública” como “o desafio político mais importante que a Internet apresenta” (2004: 197). Pierre Lévy vai mais longe naquilo a que tem chamado as utopias realizáveis, escrevendo em *Ciberdemocracia* (original de 2002) que os *cibercidadãos*, os *internautas* com capacidade de agir na *ágora* virtual, “têm muita coisa a dizer” (2003: 57) e que “a Internet é um extraordinário vector de libertação da palavra” (2003: 64). Investidos pela tecnologia deste novo poder do discurso global, os *cibercidadãos* criariam as condições de acção para concretizar a previsão do filósofo francês: “as ditaduras cairão ao ritmo da expansão da *cibercultura*” (Lévy, 2004: 65). Há subjacente a estas afirmações a promessa da *potenciação* do *utilizador* e do *consumidor*, através das novas tecnologias, com a conseqüente elevação da sua capacidade de *agir* como *cidadão*. O que daqui emerge, conceptualmente, é, pois, um *utilizador-*

¹ Investigadores do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho. Artigo escrito no âmbito do projecto “Jornalismo televisivo e cidadania: os desafios da esfera pública digital” (FCT PTDC/CCI-JOR/099994/2008).

actor ou um *consumidor-actor*, apresentados sob o modo do *empowerment* do *user* ou do *consumer*. São estes conceitos que encontramos nas formulações contemporâneas de um novo espectador mobilizado, que as novas tecnologias da informação e da comunicação instigam e instalam e que parecem habilitá-lo a transpor a fronteira irredutível do *theatron* para saltar para o interior do proscénio [mergulhando na janela do ecrã?]. O *empowerment* promete, pois, a realização do que a filósofa alemã Hannah Arendt designa a ilusão do *mito popular do homem forte* que, “*isolado dos outros, deve a sua força ao facto de estar só*” (2001: 238). Acontece, porém, que um tal *consumidor/utilizador-actor* corresponde a um conceito de sujeito de acção que nunca existiu na *polis*.

Tomando por boas tais formulações, situar-nos-íamos fatalmente nos domínios analíticos de um novo paradigma. No entanto, ao invés de proporem uma alternativa *activa* ao espectador, temos bons motivos para supor que estes juízos deixar-se-ão antes domar docilmente pela dominação espectacular, facilitando-a, isto é, não farão mais do que cavar um fosso real, ainda mais profundo e irredutível, entre o *espectáculo* (e os seus verdadeiros *actores*) e o *espectador*, remetendo este a uma posição, de facto, passiva e dominada, submetendo-o à “*prisão da mobilização global*” (López-Petit, 2010: 53).

Um suposto *empowered user* que, para investigadores como Michele White, é o *espectador* constituído pelo ecrã informático, já estará, de facto, em fase de constituição avançada com o espectador imerso no *zapping* televisivo, na multi-escolha consumista, anunciando a posterior *utilização generalizada e individualizada* dos ecrãs informáticos da contemporaneidade. Mas a autora nota que, na verdade, quando analiticamente se privilegiam noções como o *empowered user* (um *utilizador* ao qual é, supostamente, conferido um poder absoluto de escolha dos seus caminhos e de controlo sobre os conteúdos do ecrã), são a própria tecnologia e a hierarquia do verdadeiro controlo sobre o programa informático que se fazem submergir e se dissimulam nas representações criadas *para e no* ecrã: elabora-se, desse modo, um inadvertido e dominado espectador para esse ecrã (White, 2006: 30-32).

Apesar da mobilização da nossa época ter criado a ilusão de actividade, prometendo a imersão cinética do espectador no espectáculo, isto é, a transposição da distância pelo movimento induzido, mais não terá feito do que perpetuar a proscricção do espectador como sujeito de acção: não é um facto que a intensa luz espectacular, que promove espaços ilusórios de mobilidade total, não tem outro efeito que não seja o controlo, a vigilância e a contenção de todos os movimentos? A nossa época limitou-se, no fundo, a eufemizar a acção política, tornada furtiva, fugidia, difusa, porque tende, em permanência, à dissimulação, facilitada pelas luzes ofuscantes. A *política da aparência* mantém uma relação problemática com a *política da transparência*. Acontece que, ontologicamente, o *ser-espectador* não surgiu para a passividade. Emergiu, antes, como

condição para a *polis*, para a *acção* em comunidade, partilhável e partilhada (Arendt, 2001: 45; 47; 73; 111). Ao espectador proscrito e dominado que a modernidade nos lega, há pois que opor a *necessidade* de pensar o *ser-espectador*.

O que se pretende aqui defender é, precisamente, a recuperação de um pensamento ontológico do *espectador* que faça dele ponto de origem e viagem, num esforço teórico que o entenda e critique como horizonte de possibilidade da construção de um *mundo comum*. O problema é o *como*, isto é, trata-se aqui de saber se poderemos continuar a falar de um espectador que emerge nos *espaços de aparência* modernos (ou seja, que parte das noções tradicionais do *espaço público* e da *cidadania* que, por um lado, nos levam às incompletudes da *acção* comunicativa de Habermas e que, por outro, mantêm intactas as categorias e oposições definidas pela relação moderna sujeito-objecto) ou se, pelo contrário, constituindo-se sobre um *anonimato subjectivo* que é condição do *ser-espectador*², não estará a reclamar um pensamento totalmente alternativo, um olhar unilateralizador, conforme vem defendendo Santiago López-Petit.

De facto, uma análise do espectador que se mantenha presa às categorizações modernas devolve-nos continuamente um espectador problemático que, contrariamente ao que para ele é prometido através do *empowerment* do *consumidor* e do *utilizador*, não resolve a sua continuada eutanásia como *sujeito político*. Na verdade, notamos, desde logo, em autores contemporâneos do pensamento dos novos media, como Henry Jenkins, a persistência de uma confusão, essencialmente enredada no empirismo imediato. Pretendem tais propostas configurar alternativas retiradas directamente da experiência, colocando-se o problema nos seguintes termos: a um espaço público esvaziado de cidadãos, embora preenchido de elites políticas distantes (isto é, a um conceito de espaço público ainda tributário do que foi elaborado a partir das sociedades burguesas do século XIX), a experiência contemporânea parece propor um espaço público potencialmente povoado de *consumidores* e *utilizadores*, isto é, um espaço público potencialmente habitado por todos. Assim, para estas formulações, bastará que os *consumidores* e os *utilizadores* tomem, pelo *empowerment*, o lugar que lhes cabe nas esferas da *cidadania* para que a questão da *acção* política se resolva e a democraticidade dos processos de deliberação

² Numa das suas obras de referência, *O Estado-Guerra*, López-Petit demonstra, precisamente, como a partir da emergência do espectador, da sua própria condição, se percebe a relação originária do espectador com a sua condição de homem anónimo: "o meu mal-estar é que dia-a-dia experimento o vazio, que 'a vida está noutra lugar'. Ao passar por tal experiência, reconheço-me como não-pleno, não-integral, como vivendo uma vida que não corresponde ao meu querer-viver. Quer dizer, sinto-me cada vez mais espectador do que faço, porque o meu viver é um 'deixar-se viver' [...]. Mas quando sou 'não propriamente eu' não é porque eu seja outro. Pelo contrário. É porque me reconheço vulgar como todos. Ou seja, sem nome. Quer dizer, como um homem anónimo" (2010: 160). Reconhecemos também na formulação do *ser qualquer* de Agamben (1993: 11) esta relação entre o *comum* e o *anónimo* que configuram o *ser-espectador*.

seja garantida [Jenkins, 2008: 18-19; 219; 270]. Como resulta óbvio, o papel das tecnologias, por-que mítico, surge, aqui, como facilitador, quando não mesmo catalisador, desta elevação [Rosas, 2010: 118], tornando-a *acessível* a todos.

António Rosas, defensor da ideia de uma *cidadania digital* (título de uma colectânea que coordenou e para a qual contribuiu), apresenta, no artigo *O Virtual é o Real finalmente materializado*, dois exemplos empíricos de funcionamento do que considera uma nova cidadania que, graças às possibilidades tecnológicas de dissimulação e anonimização, consegue exercer-se contra poderes totalitários (Irão e China). Daí, Rosas conclui sobre o potencial que as tecnologias oferecem às novas formas de promoção da cidadania, potenciando o surgimento de *micro-espços públicos* organizados em rede [2010: 117-127]. São análises que, apesar de levantarem acertadamente a questão do anonimato originário, pecam, contudo, e invariavelmente, por uma adesão demasiado circunstancial e operativa às determinações e fascínios tecnologizantes, como se destas dependesse toda a contemporânea promoção de novos espaços públicos de acção cidadã. A génese dos diversos processos revolucionários da modernidade demonstra com imediata clareza que é, essencialmente, a partir de um activismo – que se funda, primeiro que tudo, na resguarda de *identificação* – que se possibilita o desenvolvimento de potenciais espaços públicos inovadores, os quais se tornam apenas realizáveis a partir do sucesso do processo revolucionário: isto é, só é possível o *aparecer* dos actores depois de consumado o momento revolucionário, ou seja, após o desmoronamento da estrutura de suporte da dominação contra a qual se dirige o processo, o que pode ter como consequência a formação de novos espaços públicos totalmente distintos da constituição clandestina das esferas promotoras de acção que os precederam. Ora, a clandestinidade como base de partida para a acção política, e nela, o princípio de invisibilidade do *anonimato*, não são características que possam ser circunscritas à contemporaneidade tecnológica, mas fizeram sempre parte dos processos de inovação dos espaços públicos modernos surgidos na sequência da contestação política e social e do combate revolucionário a regimes autoritários e autocráticos. Aliás, um dos aspectos que, julgamos, falha na proposta analítica de Rosas, será o facto de confundir, neste artigo, colocando-a num plano de dependência, a *emergência clandestina da acção* com a *formação de novas esferas de cidadania* induzidas pelas potencialidades tecnológicas.

Não será difícil a conclusão de que a facilitada *acessibilidade* tecnologizante só será, de facto, generalizável, produzindo eventuais efeitos políticos, se o próprio discurso político se tornar *acessível*: as elites deixam de fazer sentido num espaço público *onde todos tenham lugar e sejam iguais*, isto é, um espaço público configurado de acordo com a promessa moderna de uma democracia mediática representativa. Sabemos contudo que, nas condições da contemporaneidade, esta acessibilidade do discurso político se vem fazendo, através dos media, sob o modo da *popularização*. Ou seja, o que se observa é o efectivo *rebaixamento* do discurso político, um pouco no

sentido da generalização da *linguagem comum* habermasiana, reduzindo o político à dimensão simplista e tendencialmente instantaneísta do *consumo* da mensagem mediática, submetendo o político ao *acontecimento* (Mesquita, 2004: 96). Assim, na prática, ao contrário do que possam afirmar, autores como Henry Jenkins não estarão a descrever qualquer processo de promissora elevação, ou de transformação positiva do *consumidor-utilizador* no *cidadão* mas, antes, um processo meramente baseado na acessibilidade técnica e comunicacional, um processo transversal, cinético, que a todos possa atingir e abranger. Isto é, sem o antever, Jenkins cai na armadilha habermasiana da condição de um *espaço público previamente povoado* de cidadãos dotados do poder de acção, no qual “*a partir do momento em que acontece uma mobilização, as estruturas sobre as quais se apoia a autoridade de um público que toma posição começam a vibrar. E as relações de força entre a sociedade civil e o sistema político podem sofrer modificações*” (Habermas, 1997: 113). De facto, em *Convergence Culture*, pretendendo fornecer exemplos positivos de uma *popularização do discurso político*, supostamente promotora de cidadania numa sociedade de consumidores e utilizadores, o comunicólogo norte-americano acaba por reforçar as teses em sentido oposto: Jenkins conclui, por exemplo, que, “*com as eleições (presidenciais americanas) de 2004, começamos a ver os cidadãos a aplicarem o que tinham aprendido como consumidores da cultura popular, no sentido de formas mais abertas de activismo político*” (2008: 219). Não terá Jenkins percebido que, ao invés de constatar os méritos de uma popularização do discurso político, é dos *processos de aprendizagem*, isto é, de processos de elevação reflexiva, de subjectivação, a partir do quotidiano, que pode resultar um *cidadão* capaz de assumir-se como activista político, isto é, como *actor* numa *polis* organizada a partir dos modernos espaços de aparência?

2 > A centralidade da TV na reconfiguração do espaço público participado: caminhos de análise

A televisão é, desde o século passado, o meio de comunicação social mais presente na vida das pessoas. Pela acessibilidade, pela programação contínua, pela oferta diversificada e progressivamente mais próxima do quotidiano... Qualquer leitura do espaço público contemporâneo nunca poderá estar completa sem integrar uma análise da TV, nomeadamente na sua vertente jornalística, de indiscutível protagonismo e centralidade sociais. Sublinhando que “*não há espaço público natural*”, Pierre Chambat (1995: 69) considera que a sua evolução apenas poderá ser entendida através da construção dos problemas públicos que, na maior parte dos casos, passam por mediações, nomeadamente da TV. A acepção imaterial do espaço público é reiterada por Gérard Leclerc (2000: 24), para quem a pós-modernidade “*marca o nascimento de um novo espaço público, mais*

simbólico do que natural". Poder-se-á ver aqui uma dualidade estrutural: se o espaço público condiciona os conteúdos mediáticos, estes também influenciam o espaço público, criando e recriando uma permanente semiose social [Martins, 2011: 108].

A actuação social do indivíduo não é sinónimo de actuação pública. Ao fazer da publicitação das relações humanas o vector contínuo da sua actuação, a informação televisiva assume-se como mecanismo privilegiado na transformação dos factos privados e sociais em factos públicos, operando nas sociedades actuais as maiores mudanças qualitativas do mapa social. Chamando a si o papel de "*aduaneiro*", o jornalista selecciona temas, instituições e pessoas que serão expostas à luz pública, passando-os, deste modo, para o centro da comunicação pública. José Luis Dader [1992: 152] encara a classe como um "*novo rei Midas, capaz de converter, não em ouro, mas em 'público' tudo aquilo em que toca*". Pensamos que na mudança daquilo que se entende por público e por privado, os jornalistas que trabalham em televisão têm aí uma influência importante. Concentrando-se na *vertente pública do indivíduo privado* e na *esfera privada do indivíduo público*, os programas televisivos, nomeadamente os de informação, alteram as fronteiras destes domínios que se diluem cada vez mais um no outro. Charo Lacalle [2001: 21-23] fala da realidade construída pelo pequeno ecrã como uma "*cartografia virtual do espaço de representação*" que reconhece apresentar um desenho diferente da "*geografia do mundo*", mas que reúne uma força de representação tal que suplanta o mundo empírico³. Jean-François Tétu [1993] também vê os media em termos de "*carta geográfica*" a qual, na sua perspectiva, difere da experiência ao nível do "*território*". Tendo isto em conta, tudo o que a informação televisiva promove tem repercussão pública: os temas que trata, os convidados que chama a estúdio, os telespectadores que integra nas emissões... Neste trabalho detemo-nos neste último vector.

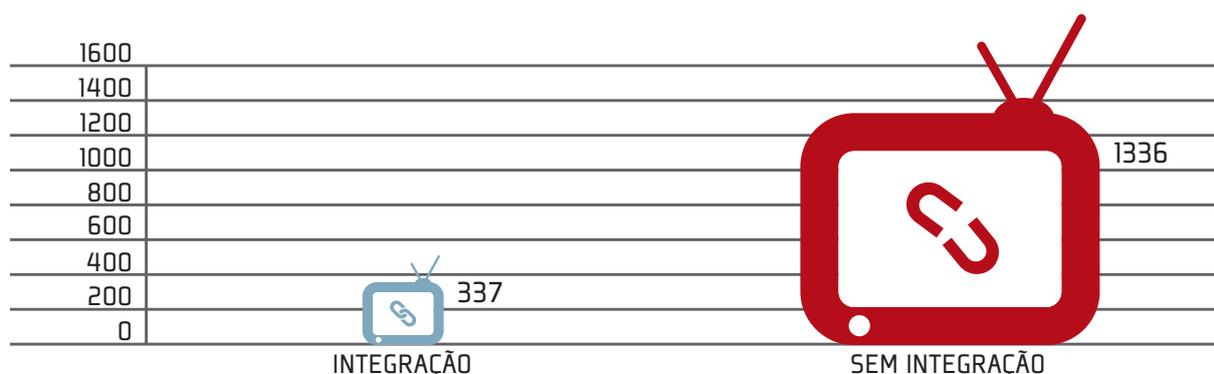
Procurando conhecer que tipo de integração dos telespectadores é promovida na TV portuguesa, estudámos a oferta informativa dos canais generalistas (RTP1, SIC e TVI) e dos canais temáticos de informação (SICN, RTPN e TVI 24) durante dez meses (de Setembro de 2010 a Junho de 2011). Nesse tempo, foram identificados todos os espaços de participação do telespectador nas emissões informativas emitidas entre as 18h00 e as 01h00, de segunda a sexta-feira. A este estudo, foi ainda acrescentada a análise dos fóruns de informação dos canais temáticos, espaços de participação do telespectador por excelência. O período aqui considerado permitiu a análise de 1673 emissões, 337 das quais integraram o telespectador no respectivo alinhamento.

³ Eis aqui um exemplo para os actos de linguagem que Benveniste designa por "*sui-referenciais*", que têm uma capacidade de se referir a uma realidade que eles constroem.

3 > Longe da TV dos espectadores

São poucas as emissões informativas que integram o telespectador. Esse número restringe-se a pouco mais de um quarto (25.2 por cento) da informação emitida entre Setembro de 2010 e Junho de 2011. Percorrendo cada mês do ano, constata-se que não há oscilações significativas. Junho de 2011 foi a altura com menos emissões deste tipo (29) e Janeiro de 2011 foi o mês mais produtivo a esse nível (39). Essa diferença também tem de ser lida à luz das emissões globais emitidas: em Junho emitiram-se 157 emissões de informação; em Janeiro, 166.

Gráfico 1 > Integração do telespectador nas emissões informativas



Em termos de canais televisivos, há uma diferença entre aquilo que se passa na TV generalista e na TV temática de informação. Olhando para o Quadro 1, constata-se facilmente que as estações generalistas, principalmente as privadas, ignoram a integração do telespectador. A TV faz-se *para* o público e não *com* o público. A RTP1 poderia aqui mostrar um maior compromisso para com aqueles que pagam as emissões: os cidadãos. Ao nível do cabo, o serviço público de televisão é aquele que maior aposta faz na integração os telespectadores nos alinhamentos informativos. A RTPN é, de longe, o canal que, em termos percentuais, integra mais quem está do outro lado do ecrã.

Quadro 1 > Integração do telespectador por canal televisivo

INTEGRAÇÃO DO TELESPECTADOR	Nº EMISSÕES	
	Sim	Não
RTP 15		155
SIC	-	58
TVI	-	57
SIC NOT	97	440
RTPN	146	269
TVI 24	89	357
		1673

Perseguindo os programas que fazem a integração do telespectador, poderemos agrupá-los nas seguintes categorias:

- Fóruns
- Noticiários
- Programas de desporto

Encontramos uma excepção a isto no único programa que, na TV generalista, integra o telespectador: Serviço de Saúde (RTPI), que poderá aqui ser classificado como um debate televisivo. Este formato, apresentado semanalmente por Maria Elisa, disponibiliza uma linha telefónica para, em directo, os espectadores dialogarem com os convidados da jornalista sobre questões de saúde. Nos canais temáticos, há um formato que se estrutura através da participação quase permanente da audiência: os fóruns. Um jornalista, ladeado por um especialista ou comentador, abre uma linha de telefone para os telespectadores se pronunciarem sobre um assunto ligado à actualidade. Os telespectadores falam normalmente sem qualquer contraditório, havendo uma espécie de soma de depoimentos. É assim na Opinião Pública (SICN); é assim na Antena Aberta (RTPN); é assim no Discurso Directo (TVI24). Este tipo de formatos nunca vai para o ar no horário nobre, antes ocupa franjas horárias de pouca audiência (meio da manhã e meio da tarde).

O único canal a integrar o telespectador de forma regular em período nocturno é a RTPN. Fá-lo nos programas de desporto (Trio d'Ataque e Pontapé de Saída) e no noticiário (À Noite, as Notícias). Nestes últimos programas, há até um outro pivot que, no *plateau* informativo, vai integrando no alinhamento da emissão a colaboração que, pela net, vai chegando do lado do público.

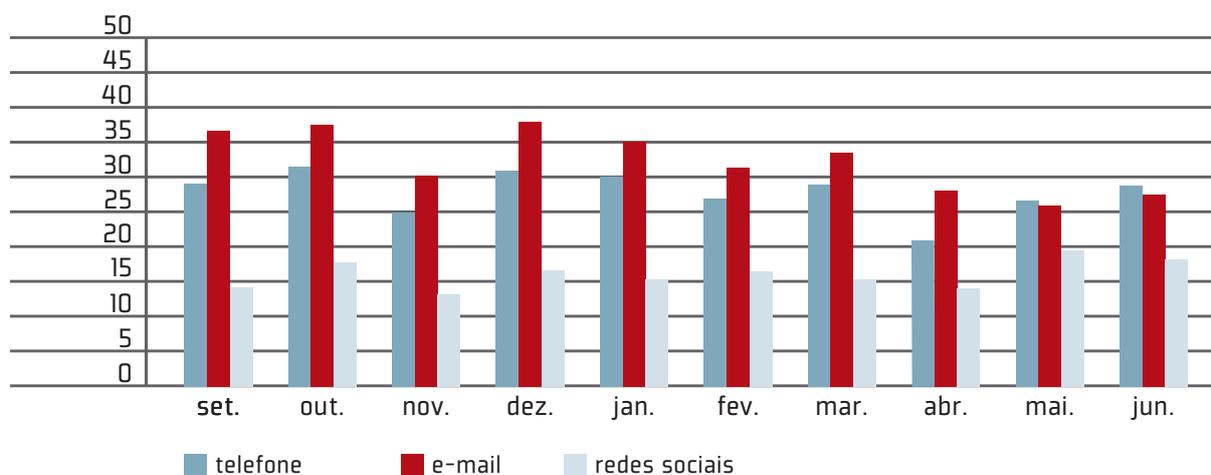
Quadro 2 > Programas com integração regular do telespectador

NOME	CANAL	PLATAFORMAS
Serviço de Saúde	RTP1	Telefone
Opinião Pública	SIC NOT	Telefone, Internet, e-mail
Dia Seguinte	SIC NOT	Telefone, e-mail
Antena Aberta	RTPN	Telefone, Internet, e-mail
Pontapé de Saída	RTPN	Internet
À Noite as Notícias	RTPN	e-mail, internet
Discurso Directo	TVI24	Telefone, e-mail
Trio D'ataque	RTPN	Telefone, e-mail

Na análise dos programas emitidos pelos seis canais em estudo, utilizámos seis variáveis para avaliar a integração dos telespectadores: rodapé, telefone, e-mail, blogues/redes sociais, audiovisual e outros. Em nenhum programa registámos participação por rodapé, meios audiovisuais ou por outras formas. Foram sempre três as plataformas admitidas: telefone, e-mail e internet. Ao longo dos dez meses estudados, o telefone foi opção de entrada viável em 279 casos, o e-mail em 319 e a internet em 159.

Apesar de o telefone ser a forma mais antiga, e ainda a mais visível, de integração do telespectador nas emissões informativas, o mail é hoje o mais usado, muitas vezes em acumulação com os outros meios. Os blogues/redes sociais mantiveram sempre um registo constante.

Gráfico 2 > Meios de integração dos telespectadores



4 > Notas finais

A televisão informativa da primeira década do século XXI não é uma TV dos espectadores. Embora os programas informativos sejam, em grande parte, pensados em função dos índices audimétricos que podem alcançar, a verdade é que a televisão faz-se mais *para* o público do que *com* o público televisivo. Os escassos programas que reclamam a participação dos cidadãos assumem isso mais como complemento do que como elemento estruturante do alinhamento informativo. A esse nível, não interessa muito quem diz, mas apenas parece importar que se diga alguma coisa, frequentemente sob uma identidade revelada apenas por um pouco expressivo nome próprio ou sob anonimato, estabelecendo-se aí um espaço de circulação de opinião que mais não é do que a soma de depoimentos que não suscitam qualquer debate.

Nessa circulação viciosa da opinião sem qualquer contraditório mantêm-se, pois, intactos os mecanismos de uma dominação espectacular que clama uma presença do espectador a partir da sua [falsa] mobilização, utilizando-o, precisamente, como agente consumista e utilitário produtor, remetendo-o finalmente à mais dócil passividade. Desapossando-o do *ser-espectador*. E é este o paradoxo com que estamos confrontados: numa época em que o que apenas parece interessar ao pensamento que a operacionaliza é o mergulho produtivo que encerra, a imersão íntima extática que, no máximo, opera sobre os *espectadores de si mesmos*, a diluição consumista, sem regresso, numa *interface mundo* feita jogo de espelhos, o que observamos, como consequência de uma *mobilização infinita* que diminui a possibilidade de analisar e decompor o movimento, é a definitiva proscricção do *ser-espectador*.

De facto, não deixa de nos interpelar o facto de autores contemporâneos profusamente citados, como o já referido Henry Jenkins, concluírem as suas proclamações de *boas vindas à cultura da convergência*, escrevendo que, no seio desta, os *consumidores serão mais poderosos do que nunca*, mas “*só se souberem reconhecer e usar esse poder, quer como consumidores, quer como cidadãos, como participantes integrais na nossa cultura*” (2008: 270). Notemos como, numa mesma discussão, se misturam as necessidades básicas do *consumo* com as condições adequadas para o desenvolvimento da cidadania. Como se o homem *dependente* da satisfação imediata das suas necessidades mundanas e biológicas pudesse estar simultaneamente *liberto*, por um qualquer passe de mágica [obviamente desempenhado pela mão mítica da tecnologia redentora], para *agir como cidadão*.

Como avisa Daniel Innerarity, em *O Novo Espaço Público* (2010: 87), num tempo em que a hibridez, fluidez e sincronismo do *espaço dos media* parecem tomar o lugar do *espaço público*, torna-se imperioso distinguir um do outro: enquanto no *espaço público* se terá de falar de *povoamento*, no *espaço dos media* parece que só poderemos falar de *circulação*. Neste, o que emerge será,

no máximo, uma noção de *opinião pública*, resultado, essencialmente, da instantaneidade e da visibilização da inerente condição *anónima* à própria circulação opinativa. Imersos no anonimato das cidades contemporâneas, lugares de descentramento e conseqüente *despovoamento*, onde também se *privatizou* o que antes era público (Innerarity, 2010: 135), os *consumidores* e *utilizadores* colocam a opinião sobre o tudo e o nada em circulação, sem necessitarem de colocar o seu próprio passado em jogo. Possuem, aí, uma suposta liberdade de acção, que não será mais do que uma instantânea e vácuca liberdade *performativa*.

Presos ao ecrã de TV, os espectadores continuam agarrados a uma dupla condição: ou assistem às emissões sem nada poderem dizer ou participam naquilo que é emitido juntando ao alinhamento uma opinião que se soma a muitas outras, sem influenciar o desenvolvimento do alinhamento. Ao esvaziar a antiga esfera política, ao *privatizá-la*, através de uma experiência *mediaticamente mediada* em que o mundo é agora vivido em segunda mão (Innerarity, 2010: 89), o *espectador mobilizado* deixa-se assim submergir nas *ágoras* metafóricas dos *espaços de aparência* tecnológicos (televisivos ou informáticos), nos quais, na verdade, já só aparecerá dissimulado, como *cidadão virtual*, tantas vezes, como fonte de uma informação espúria ou comentador de utilidade circunstancial, a chamada *vox populi*.

Chegados aqui, perguntamo-nos se o moderno *empowered user* e as suas promessas constituem apenas um espectador eufemisticamente emancipado da *condição passiva e doméstica* a que está confinado, se é o espectáculo que mantém toda a sua potência de interposição vendendo ilusões e mitos na multiplicação quotidiana das imagens, e se, em suma, existirá algum modo efectivo de *libertação* do *espectador*? Restará, ainda, algum horizonte de possibilidade para um *espectador* livre, potencial habitante de um espaço público para uma efectiva acção? O futuro próximo desenhará esta resposta.

Bibliografia

- Agamben, Giorgio (1993). *A Comunidade que Vem*, Lisboa: Editorial Presença.
- Arendt, Hannah (2001). *A Condição Humana*, Lisboa: Relógio d'Água Editores.
- Castells, Manuel (2004). *A Galáxia Internet*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Chambat, Pierre (1995). “*Espace public, espace privé: le rôle de la médiation technique*”. In Pailliart, Isabelle (Dir). *L'Espace Public et l'Emprise de la Communication*. ELUG.
- Dader, José Luís (1992). *El Periodista en el Espacio Público*. Barcelona: Bosch.
- Habermas, Jürgen (1997). *Direito e Democracia – Entre facticidade e validade*, Vol. II, Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Innerarity, Daniel (2010). *O Novo Espaço Público*, Lisboa: Editorial Teorema.
- Jenkins, Henry (2008). *Convergence Culture – Where old and new media collide*, Paperback (ed. revista e aumentada), Nova Iorque: New York University Press.
- Lacalle, Charro (2001). *El Espectador Televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Leclerc, Gérard (2000). *A Sociedade de Comunicação: uma abordagem sociológica e crítica*. Ed. Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- Lévy, Pierre (2003). *Ciberdemocracia*, Lisboa: Instituto Piaget.
- López-Petit, Santiago (2010). *A Mobilização Global seguido de O Estado-Guerra e outros textos*, Porto: Deriva Editores.
- Martins, Moisés de Lemos (2011). *Crise no Castelo da Cultura. Das Estrelas para os Ecrãs*. Grácio Editor.
- Mesquita, Mário (2004). *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra: MinervaCoimbra.
- Rosas, António (2010). *O Virtual é o Real finalmente materializado*, in MORGADO, Isabel Salema; ROSAS, António, org. (2010), *Cidadania Digital*, Covilhã: Livros LabCom.
- Tétu, Jean-François (1993). “*L'Actualité ou l'Impasse du Temps*”. In D. Bougnoux (dir). *Sciences de l'Information et de la Communication*. Paris: Larousse.
- White, Michele (2006). *The Body and the Screen – Theories of Internet Spectatorship*, Cambridge MA: MIT Press.

Cronologias daquilo que se passou na TV portuguesa entre Setembro de 2010 e Agosto de 2011

Felisbela Lopes, Ivo Neto e Sérgio Denicoli

2010

3 de Setembro: Forte cobertura televisiva da leitura do acórdão do processo da Casa Pia.

11 de Setembro: Nova grelha da SIC vai ser reforçada com Ídolos, Laços de Sangue e programas de informação.

18 de Setembro: Estreia, na SIC, Minutos Mágicos, programa de 35 minutos que percorre as principais cidades do país.

19 de Setembro: O concurso Ídolos liderou a tabela do dia, foi visto por uma média de 1234 mil espectadores.

6 de Outubro: SIC comemora 18 anos.

11 de Outubro: DECO e ANACOM firmam acordo para a realização de testes das *set-top-boxes* à venda no mercado português.

17 de Outubro: Manuela Moura Guedes rescinde com a TVI.

24 de Outubro: SIC compra os direitos de The Biggest Loser e vai investir na versão portuguesa do formato já em 2011.

27 de Outubro: Estreia, na SIC, a mini-série Condenados, o novo projecto de Sofia Pinto Coelho, trabalho de investigação sobre erros judiciais.

5 de Novembro: O Governo estuda novas soluções conjuntas entre RTP e Lusa que garantam "*racionalidade e economia de custos*".

24 de Novembro de 2010: A Comissão Europeia dá um prazo de dois meses para Portugal esclarecer as medidas tomadas no sentido de cumprir a determinação de acabar com as *golden shares* na Portugal Telecom.

28 de Novembro: Anuncia-se que Manuela Moura Guedes vai ter um programa na SIC.

9 de Dezembro: Última emissão do Contra-Informação, programa de humor e sátira política que esteve no ar 15 anos.

16 de Dezembro: Cumprimento do serviço público pela RTP é "razoavelmente satisfatório", defende a ERC. A RTP rescinde com 63 funcionários ao abrigo de um plano de rescisão voluntária aberto em 2009.

16 de Dezembro: A ANACOM emite uma deliberação que define a faixa de frequências dos 800 MHz para comunicações electrónicas.

22 de Dezembro: A ANACOM altera as frequências da TV digital terrestre para libertar a faixa dos 800 MHz para comunicações electrónicas.

22 de Dezembro: A ANACOM aprova plano para switch-off analógico em três zonas piloto: Alenquer, Cacém e Nazaré.

2011

4 de Janeiro: Universidade Lusófona divulga dados de um inquérito sobre a TDT, revelando que a maioria dos portugueses desconhece que Abril de 2012 é a data prevista para o fim das emissões analógicas no país.

6 de Janeiro: SIC e TVI anunciam que estão a ponderar não emitir tempos de antena dos candidatos presidenciais por divergências com o Ministério das Finanças sobre o preço a pagar pelo espaço televisivo.

9 de Janeiro: As notícias sobre o assassinato do cronista social Carlos Castro dominam os espaços noticiosos das três estações.

14 de Janeiro: Júlia Pinheiro assinou contrato com a SIC numa emissão especial, transmitida no programa Companhia das Manhãs, que acompanhou os primeiros passos da apresentadora em Carnaxide. Júlia Pinheiro assumirá um programa nas manhãs da SIC e integrará também a direcção de conteúdos da estação.

20 de Janeiro: José Fragoso, director de programas da RTP, diz, em entrevista à revista Notícias TV, que o seu ciclo na RTP "*ainda não acabou*".

23 de Janeiro: Cavaco Silva é reeleito Presidente da República.

26 de Janeiro: A TVI é a estação que recebe mais dinheiro de publicidade do Estado. Em 2009, a estação ficou com 33.28% do total investido em campanhas televisivas.

4 de Fevereiro: O novo director-geral da TVI, João Cotrim Figueiredo, revela, em entrevista à revista Notícias TV, que a saída de Manuela Moura Guedes não foi uma perda para o canal.

8 de Fevereiro: O director de Informação da RTP, José Alberto Carvalho, justifica a adopção do novo acordo ortográfico por parte do canal assim: "*isto também é serviço público*".

15 de Fevereiro: A ANACOM informa que em 2010 foi vendido um milhão de televisores equipados com sintonizador digital no País.

17 de Fevereiro: Europa lança o DVB-3DTV, o sistema *standard* para as transmissões digitais da TV 3D.

21 de Fevereiro: A ANACOM anuncia no programa Falar Global, da SIC Notícias, subsídios para a compra de descodificadores para a TDT.

22 de Fevereiro: José Alberto Carvalho e Judite de Sousa, respectivamente director e subdirectora de Informação, apresentam a demissão da RTP.

23 de Fevereiro: Miguel Paes do Amaral formaliza a sua entrada na estrutura accionista da Media Capital, adquirindo 10 por cento das acções.

7 de Março: Nuno Santos aceita convite da RTP para assumir o cargo de director de Informação da TV pública.

10 de Março: É lançada uma campanha publicitária oficial sobre a TDT.

21 de Março: Luís Marinho deixa o pelouro de Informação do Conselho de Administração da RTP por não concordar com a escolha de Nuno Santos para o cargo de director de Informação.

24 de Março: Um estudo da Brand Finance coloca a TVI como a marca mais valiosa do sector mediático português. A estação de Queluz de Baixo foi avaliada em 51 milhões de euros, à frente da SIC [48 milhões] e da RTP [42 milhões].

28 de Março: A ANACOM lança página oficial sobre a TDT no Facebook.

1 de Abril: José Alberto Carvalho e Nuno Santos iniciam, oficialmente, funções nas chefias de informação da TVI e da RTP, respectivamente.

7 de Abril: A ANACOM publica uma deliberação que solta a Portugal Telecom da obrigação prevista no Título Habilitante, de compartilhar integralmente as instalações para recepção de TV por via satélite nas zonas de sombra, onde o sinal da TDT não chegará.

12 de Maio: É realizado o primeiro *switch-off* analógico no País, em Alenquer.

12 de Maio: 13 Freguesias do Alto Minho protestam por estarem na chamada “zona de sombra” e exigem providências.

13 de Abril: Nuno Santos, novo director de Informação da RTP, dá uma entrevista à revista Notícias TV em que diz ser uma “*solução forte na RTP*”.

15 de Abril: A jornalista Manuela Moura Guedes critica os novos directores de Informação da TVI, José Alberto Carvalho e Judite de Sousa, por estes terem proibido a redacção de utilizar imagens do primeiro-ministro José Sócrates a testar o som, no púlpito, em São Bento.

18 de Abril: Estabelecido o calendário dos debates televisivos entre os líderes dos cinco maiores partidos. O debate entre José Sócrates e Pedro Passos Coelho fica marcado para 20 de Maio na RTP1.

20 de Abril: O MPT – Partido da Terra apresenta queixa na CNE por “*tratamento jornalístico discriminatório*” contra a RTP, SIC e TVI por estas estações terem acordado debates apenas com representantes dos cinco maiores partidos.

29 de Abril: As três estações de televisão emitem em directo desde Londres as cerimónias do casamento real entre o príncipe William e Kate Middleton.

1 de Maio: As três televisões generalistas, RTP1, SIC e TVI, emitem em directo cerimónias de beatificação de João Paulo II.

6 de Maio: Estreia do Jornal das 8, da TVI, que substitui o Jornal Nacional.

6 de Maio: Começam os debates entre os candidatos às eleições legislativas de 2011. Os pequenos partidos criticam a sua ausência dessas emissões, sendo lançada uma providência cautelar para obrigar as televisões a alargarem o debate a todos os partidos.

14 de Maio: Manuela Moura Guedes critica a nova direcção de Informação da TVI, dizendo que “*tentar fazer informação institucional num canal privado é um erro*”. Assegurando ter “*pena*” de não estar no ar, Moura Guedes anuncia que o seu novo programa, A Rede Social, irá estreiar na SIC em Setembro.

23 de Maio: A ANACOM proíbe práticas comerciais desleais e prevê coimas até 5 milhões de euros para as empresas que induzam o consumidor em erro no processo de conversão do sinal televisivo de analógico para digital. As queixas chegaram de consumidores que tinham sido levados a acreditar que, para continuar a receber os canais emitidos em sinal aberto, precisariam de subscrever um serviço de televisão paga.

27 de Maio: O Tribunal Judicial de Oeiras dá razão ao PCTP/MRPP e obriga as três televisões a transmitirem, até 3 de Junho, novos debates entre todos os partidos que para isso estejam disponíveis. MPT e MEP congratulam-se com a decisão e confirmam presença. Televisões começam a preparar os debates.

30 de Maio: Em comunicado oficial, o PCTP/MRPP acusa os canais generalistas de quererem “sabotar” uma decisão judicial. A solução encontrada, gravar os debates e emití-los em simultâneo em dois dias, não agradou ao PCTP/MRPP.

30 de Maio: A ANACOM condena dados prestados pela Portugal Telecom sobre a TDT e exige que a PT melhore o serviço de informação ao público.

1 de Junho: A RTP1 anuncia a presença de José Eduardo Moniz para comentar os resultados eleitorais a 5 de Junho. É o regresso do jornalista à RTP, 20 anos depois de ter de lá saído. Emídio Rangel também estará presente na noite eleitoral.

2 de Junho: RTP1, SIC e TVI começam a transmitir os debates eleitorais entre os pequenos partidos. Em dois dias, são transmitidos oito debates. O PCTP/MRPP desistiu da acção depois de conhecer o calendário para os debates, tendo o MEP tomado o seu lugar e participado em todos os debates.

5 de Junho: Os três canais projectam a vitória de Pedro Passos Coelho nas eleições legislativas de 2011.

6 de Junho: A noite eleitoral da RTP1 é a mais vista, seguida por uma média de 983 mil telespectadores, com 10.4 por cento de audiência e um *share* de 28.2 por cento. As noites eleitorais da

SIC e TVI ficaram, respectivamente, em 2º e 3º lugar na lista dos mais vistos.

8 de Junho: O Observatório Audiovisual Europeu divulga estudo que revela que Portugal oferece o menor número de canais na TDT entre os Estados-membros da União Europeia e os países candidatos Croácia e Turquia.

16 de Junho: *Switch-off* analógico é realizado em Cacém.

17 de Junho: José Fragoso demite-se do cargo de director de Programas da RTP1, para aceitar funções de coordenação na área de Programas na TVI. Será substituído na estação pública por Hugo Andrade, responsável pelo canal RTP Memória.

20 de Junho: A ERC condenou a TVI por ter transmitido a 21 de Fevereiro imagens do homicídio de um homem testemunhado pela filha, que teve lugar em Oliveira do Bairro.

20 de Junho: A SIC e o Instituto do Cinema e do Audiovisual chegaram a acordo sobre a SIC Filmes. O grupo de Pinto Balsemão pagou 90 mil euros pelos 49 por cento que o ICA detinha da SIC Filmes.

20 de Junho: A SIC apresentou a sua nova novela: Rosa Fogo, que vai ocupar o horário nobre da primeira televisão privada portuguesa.

25 de Junho: A venda de um canal da RTP é uma das acções que o PSD promete concretizar enquanto Governo. A coligação parlamentar governativa afirma que esta privatização será feita de acordo com a oportunidade.

25 de Junho: A Prisa, empresa que detém a TVI, anunciou que vai vender activos não estratégicos por um valor de 500 milhões de euros.

26 de Junho: Marcelo Rebelo de Sousa anunciou em directo na TVI que o administrador daquela empresa Bernardo Bairrão seria o próximo Secretário de Estado da Administração Interna. Este não chega a tomar posse.

27 de Junho: A Media Capital comunicou a renúncia de Bernardo Bairrão ao cargo de administrador da empresa.

27 de Junho: O programa Verão Total da RTP1 arranca com um olhar especial sobre a gastronomia. O programa da estação pública vai estar no ar até 2 de Setembro.

28 de Junho: Hugo Andrade é o novo director de Programas da RTP. Hugo Andrade era o responsável pela RTP Memória e vem substituir José Fragoso, que se mudou para a TVI.

29 de Junho: Francisco Pinto Balsemão, presidente do grupo Impresa, declara que o mercado televisivo não tem condições para a entrada de um novo *player* privado.

29 de Junho: O presidente da RTP, Guilherme Costa, declara que a estação se encontra disponível para criar um laboratório de média com as televisões privadas.

29 de Junho: O administrador não executivo da Media Capital, empresa que detém parte do capital da TVI, defende que a RTP deve manter o seu estatuto de televisão pública.

30 de Junho: O enlace real entre o Príncipe Alberto do Mónaco e Charlene Wittstock não é alvo do acompanhamento da SIC. RTP1 e TVI fazem uma cobertura pormenorizada de todo o evento.

30 de Junho: O presidente da Associação Portuguesa de Radiodifusão, José Faustino, refere que a privatização de estações de televisão e rádios públicas seria um erro.

1 de Julho: José Pacheco Pereira, em declarações no programa Quadratura do Círculo, da SIC Notícias, afirma não acreditar que a RTP seja privatizada.

1 de Julho: Manuela Moura Guedes já não vai ter um programa na SIC. A jornalista havia chegado a acordo com a SIC em Outubro de 2010. A decisão fica a dever-se a uma decisão do presidente da Impresa.

1 de Julho: Os planos de reestruturação interna provocados pela Impresa levaram à rescisão amigável de 40 trabalhadores.

2 de Julho: O Presidente da ERC, Azeredo Lopes, em entrevista ao Expresso, defende que uma eventual privatização da RTP empurraria os canais privados para uma luta feroz pela sobrevivência. Este responsável defende a manutenção do serviço público.

4 de Julho: A MEO reforça a grelha de programas em alta definição. FOX Movies HD, PureScreens Nature HD, PureScreens Museum HD ESPN America HD e Trace Urban HD são os canais que vão estar disponíveis a partir deste mês para os clientes MEO.

4 de Julho: O concurso Masterchef arranca na RTP1, com apresentação de Sílvia Alberto e vai para o ar às 21h.

4 de Julho: A ANACOM lança um jornal gratuito com informações sobre a adesão à Televisão Digital Terrestre (TDT).

5 de Julho: RTP, SIC e TVI assinam acordo de partilha de imagens e meios relativos aos estágios de pré-época dos três principais clubes de futebol, feitos em países estrangeiros. Cada televisão fica responsável pelo envio de uma equipa a cada um dos estágios. A partir daí o material será enviado aos outros canais, que elaboram as peças a partir de Portugal.

6 de Julho: A TVI poderá festejar o 60º mês na liderança dos canais mais vistos de Portugal.

7 de Julho: O *talk-show* da RTP2 5 para a Meia-Noite divulga os respectivos apresentadores: à segunda-feira, Carla Vasconcelos; à terça-feira, Luís Filipe Borges; à quarta-feira, Nilton; à quinta-feira, Pedro Fernandes; e, finalmente, à sexta-feira, Luísa Barbosa. A nova temporada do programa arranca a 1 de Agosto.

8 de Julho: Os canais generalistas estão em queda e o número de telespectadores de canais por cabo supera já os da RTP1. O futebol continua a dominar as preferências televisivas.

12 de Julho: O jornalista Domingos de Andrade é o novo director de Informação e Programação do Porto Canal. O até agora director adjunto de Informação da Lusa assume o cargo a partir do dia 1 de Agosto.

13 de Julho: O Conselho de Administração da Media Capital informou que Rosa Cullell Muniesa é a escolhida para substituir Bernardo Bairrão na direcção da empresa.

14 de Julho: A administração da Ongoing afirmou que uma eventual candidatura ao processo e privatização da RTP não está, para já, nos planos do grupo.

15 de Julho: A direcção do Sindicato dos Jornalistas foi recebida pelo ministro dos Assuntos Parlamentares, manifestando a sua discordância face à intenção do Governo em privatizar um canal da RTP.

15 de Julho: Um estudo da Mediamonitor refere que investimento publicitário em televisão cresceu 5 por cento entre Janeiro e Maio. O grande destaque vai para a TVI, com 37.4 por cento do total do mercado. A SIC com 21.2 por cento e a RTP com 12.2 por cento fecham o pódio.

16 de Julho: A Benfica TV vai alargar a oferta dos conteúdos, assegurando a transmissão de 180 jogos de futebol de equipas e selecções estrangeiras.

21 de Julho: A SPORT TV lança um novo canal de desporto no seu pacote básico, a SPORT TV4, que começa as suas emissões a 13 de Agosto.

25 de Julho: A RTP prepara um forte investimento na cobertura da Volta a Portugal que vai para o ar entre os dias 3 e 15 de Agosto. Estão previstas mais de 70 horas de emissão.

25 de Julho: O novo director-geral de conteúdos da TVI, na primeira vez que falou aos órgãos de comunicação social depois de tomar posse, admitiu a vontade em reforçar a aposta na ficção nacional.

27 de Julho: O socialista Alfredo Barroso e a deputada do CDS-PP Teresa Caeiro desentenderam-se em directo no programa Jornal das 9, da SIC Notícias. A intensa troca de acusações entre os envolvidos levou Mário Crespo a pedir desculpas aos telespectadores por não ter conseguido moderar o debate.

29 de Julho: O presidente da Impresa Francisco Pinto Balsemão afirmou que os responsáveis do grupo que detém a SIC estão a fazer todos os possíveis para que a sua situação económica não se torne apavorante. Em carta enviada aos trabalhadores, Pinto Balsemão destacou que, entre 2008 e 2011, as receitas do grupo deverão cair 13 por cento, representando 37 milhões de euros, o que será acompanhado de uma quebra dos custos operacionais de 46 milhões, na ordem dos 17 por cento.

30 de Julho: O Estado Português gastou quatro milhões de euros devido às compensações pagas pelos tempos de antena nos canais televisivos durante as campanhas para as últimas legislativas e presidenciais.

31 de Julho: Luís Marques, director-geral da SIC, desvalorizou o prejuízo de 36.2 milhões de euros no grupo Impresa, não querendo também comentar os despedimentos que se verificaram na SIC.

1 de Agosto: O último episódio do programa Peso Pesado, da SIC, foi visto por cerca de 1.5 milhões de telespectadores, com uma audiência de 16.3 por cento. Na totalidade, o formato registou 52.1 por cento de *share*.

1 de Agosto: A MTV celebra 30 anos desde o início das suas emissões televisivas.

2 de Agosto: O presidente do Governo Regional da Madeira, Alberto João Jardim, manifestou o desejo de criar um canal de televisão regional, reforçando as críticas à RTP Madeira, que diz não ter qualidade.

2 de Agosto: O Ministro dos Assuntos Parlamentares Miguel Relvas reafirma que a privatização da RTP está no programa do actual Governo, tratando-se de um objectivo que será concretizado.

3 de Agosto: A menos de seis meses do arranço definitivo da Televisão Digital Terrestre, um estudo elaborado pela DECO refere que a maior parte das lojas da PT são incapazes de prestar informações sobre a mudança para a TDT.

13 de Agosto: Na sequência da reestruturação do serviço público de comunicação social, o governo criou um grupo com a missão de definir o conceito de serviço público de comunicação social. Com a coordenação de João Duque, o grupo conta ainda com António Ribeiro Cristóvão, Eduardo Cintra Torres, Felisbela Lopes, Francisco Sarsfield Cabral, João do Amaral, José Manuel Fernandes, Manuel José Damásio, Manuel Villaverde Cabral e Manuela Franco.

17 de Agosto: A RTP terminou o primeiro semestre de 2011 com um lucro de 24 milhões de euros, reduzindo a dívida bancária em 33 milhões de euros, para 717 milhões.

24 de Agosto: A RTP, SIC e TVI vão transmitir 19 jogos do Euro 2012. O anúncio feito pela UEFA revela que estes três canais terão ainda direito aos resumos dos principais lances de todos os outros encontros. A SPORT TV vai transmitir em directo os 31 jogos da competição.

26 de Agosto: O consumo de televisão continua a subir em Portugal, apesar do crescimento na oferta de conteúdos multiplataforma. Em 2010, os telespectadores consumiam, em média, 210 minutos de televisão por dia, mais um minuto do que em 2009 e mais oito do que no ano de 2002.

30 de Agosto: O Ministro dos Assuntos Parlamentares Miguel Relvas declarou que o Estado irá pagar em antecipação em 2012 cerca de 225 milhões de Euros da dívida da RTP.

