



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

José Eduardo Parada Correia

**Os noticiários dos canais generalistas  
da hora do almoço: retratos comparativos**



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

José Eduardo Parada Correia

## **Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos**

Relatório de Estágio  
Mestrado em Ciências da Comunicação  
Área de especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho efetuado sob a orientação da  
**Professora Doutora Felisbela Lopes**

## **DIREITOS DE AUTOR E CONDIÇÕES DE UTILIZAÇÃO DO TRABALHO POR TERCEIROS**

Este é um trabalho académico que pode ser utilizado por terceiros desde que respeitadas as regras e boas práticas internacionalmente aceites, no que concerne aos direitos de autor e direitos conexos. Assim, o presente trabalho pode ser utilizado nos termos previstos na licença abaixo indicada. Caso o utilizador necessite de permissão para poder fazer um uso do trabalho em condições não previstas no licenciamento indicado, deverá contactar o autor, através do RepositóriUM da Universidade do Minho.



Atribuição-NãoComercial-SemDerivações

CC BY-NC-ND

## **Agradecimentos**

*A Deus.*

*Ao meu Pai, a melhor pessoa que tive a oportunidade de conhecer e a minha inspiração para tudo aquilo que faço.*

*À minha mãe, por me acompanhar em todas as minhas jornadas.*

### **DECLARAÇÃO DE INTEGRIDADE**

Declaro ter atuado com integridade na elaboração do presente trabalho académico e confirmo que não recorri à prática de plágio nem a qualquer forma de utilização indevida ou falsificação de informações ou resultados em nenhuma das etapas conducente à sua elaboração. Mais declaro que conheço e que respeitei o Código de Conduta Ética da Universidade do Minho.

**Título: Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço:  
retratos comparativos**

## **Resumo**

O trabalho que aqui se apresenta relata uma experiência de estágio e integra um estudo que tem a finalidade de perceber se o lugar a partir do qual são feitas as notícias influencia, em termos de conteúdo editorial, os noticiários televisivos. Tendo em conta que a estação pública é o único canal que produz e coordena um noticiário a partir de um centro fora da capital (o Jornal da Tarde), queremos saber se isso faz com que existam diferenças em relação à SIC e à TVI ao nível da representação da região na qual se situa o raio de ação preferencial de cobertura dos canais. Procura-se também perceber em que medida é que as obrigações de serviço público (RTP) levam a que existam diferenças, em termos de conteúdos noticiosos entre a estação do Estado e as estações privadas.

**Palavras-chave:** Canais generalistas; Descentralização; Informação; Noticiários; Televisão.

**Title: The news on generalist channels at lunch time: comparative portrayal**

## **Abstract**

The work presented here reports an internship experience and is part of a study that aims to understand if the place from which news production is made influences, in terms of editorial content, television news. Given that the Portuguese public television is the only channel that produces and coordinates news from a news center located outside the capital ("Jornal da Tarde), we want to know if this causes differences between SIC and TVI at the local level representation of the region in which the preferred coverage range of the channels is located. It is also sought to understand the extent to which public service obligations (RTP) lead to differences in news content between the state station and private stations

**Keywords:** Decentralization; Generalist channels; Information; News; Television.

## Índice

Introdução.....	1
1. O estágio.....	3
1.1. Contexto organizacional/institucional.....	3
1.2 Tarefas desenvolvidas e seus envolventes .....	4
1.3. Aspetos positivos/negativos do estágio .....	8
1.4. Questões suscitadas pela experiência.....	10
2. Enquadramento teórico .....	12
2.1. Do Jornalismo .....	12
2.1.1. Teoria do Agenda-Setting.....	12
2.1.2. A centralidade das fontes de informação .....	13
2.1.3. Jornalismo Televisivo .....	16
2.1.4. Organização editorial .....	19
2.1.5. Valores-Notícia e notícia de abertura .....	20
2.1.6. Interesse público e interesse do público .....	25
2.2. Lógicas televisivas .....	26
2.2.1. Serviço público e operadores privados de televisão.....	26
2.2.2. A luta pelas audiências .....	30
2.1.3. Contextualização histórica dos canais analisados.....	31
a. Rádio e Televisão de Portugal (RTP) .....	31
b. SIC .....	33
c. TVI .....	34
3 – Estudo empírico.....	36
3.1 Metodologia .....	36
3.2. Análise dos resultados .....	46



## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

3.2.1. Origem geográfica das notícias.....	47
3.2.2. Protagonistas (geografia e estatutos).....	48
3.2.3. Áreas temáticas .....	52
3.2.4. Formatos .....	55
Conclusão .....	57
Bibliografia .....	61
Webgrafia.....	65
Anexos .....	66

## Índice de tabelas

Tabela I – Trabalho desenvolvido em estágio .....	7
Tabela II – Indicador origem geográfica das notícias.....	37
Tabela III – Indicador protagonistas ouvidos (geografia) .....	39
Tabela IV – Indicador protagonistas ouvidos (estatutos) .....	40
Tabela V – Indicador áreas temáticas.....	43
Tabela VI – Indicador formatos.....	46
Tabela VII – Origem geográfica das notícias.....	47
Tabela VIII – Protagonistas (geografia) .....	48
Tabela IX – Protagonistas (estatutos) .....	49
Tabela X – Áreas temáticas .....	52
Tabela XI – Formatos .....	56

## Índice de gráficos

Gráfico I - Origem geográfica das notícias .....	66
Gráfico II – Protagonistas ouvidos (geografia) .....	66
Gráfico III – Protagonistas ouvidos (estatuto).....	67
Gráfico IV – Área temática.....	68
Gráfico V – Formatos.....	69

## Introdução

Ter a possibilidade de fazer um estágio num canal de televisão como a Rádio e Televisão de Portugal (RTP) foi uma experiência que contribuiu para o meu crescimento profissional. Durante três meses fui um estagiário que procurou aprender com base na observação, mas também pondo em prática todos os ensinamentos, em busca de uma constante evolução.

O estágio curricular, em termos genéricos, “configura-se como um importante componente do processo de formação académica e profissional, no qual o aluno se prepara para a inserção no mercado de trabalho” (Bolhão, 2013, p. 1). De facto, trata-se de um bom ponto de partida para qualquer profissional. Uma experiência onde se pode pôr em prática todos os ensinamentos interiorizados nas aulas. E representa, também, uma oportunidade para os alunos, antes de entrarem no mercado de trabalho, se porem à prova, com todos os pontos positivos e negativos que podem daí advir.

Tendo em conta a utilidade que um estágio tem na vida profissional de qualquer pessoa, aproveitou-se a experiência para fazer um estudo holístico, abrangente e inovador. Optou-se por fazer uma análise que englobasse a informação emitida pelos três principais canais televisivos portugueses, estudando, através de diferentes variáveis, os noticiários da hora do almoço da RTP, SIC e TVI. Por isso, estudaram-se catorze noticiários, integrados em duas semanas alternadas, uma do mês de Outubro, outra do mês de Novembro.

O presente trabalho baseia-se na experiência de estágio que decorreu na Rádio e Televisão de Portugal (RTP), pelo que, num primeiro capítulo, traça-se o contexto organizacional/institucional da empresa, evidenciam-se quais as tarefas desenvolvidas ao longo da experiência, são referidos os aspetos mais positivos e os aspetos menos positivos do estágio com todas as aprendizagens, desafios daí decorrentes e, finalmente, são elencadas todas as questões/reflexões que advieram da experiência.

No segundo capítulo é feito o enquadramento teórico. Para tal, faz-se uma subdivisão em duas partes distintas. Numa primeira fase, aborda-se a importância do jornalismo. Expõem-se teorias como o Agenda-Setting, estuda-se o Jornalismo televisivo, analisam-se também tópicos daí decorrentes, como as fontes de informação, a

organização editorial, o valor-notícia, bem como a notícia de abertura e são, ainda, comparados termos como “interesse público” e “interesse do público”. Numa segunda fase, são abordadas as lógicas televisivas. Estuda-se o serviço público, bem como operadores privados de televisão, analisa-se a luta pelas audiências e, por fim, faz-se, ainda uma contextualização histórica dos canais analisados, mais especificamente, a Rádio e Televisão de Portugal (RTP), a SIC e a TVI.

No terceiro capítulo desenvolve-se o estudo empírico. Refira-se que esta parte é subdividida em duas partes distintas. Numa primeira parte é dado a conhecer o modelo de análise que consta na metodologia. Numa segunda parte, são evidenciados os resultados. A análise dos noticiários dos três telejornais portugueses na hora do almoço abrange várias variáveis tais como a origem geográfica das notícias, os protagonistas ao nível geográfico e ao nível do estatuto dos mesmos, as áreas temáticas e os formatos.

Na conclusão, última parte do trabalho, são elencadas as semelhanças e diferenças entre os noticiários dos canais generalistas.

## 1.0 estágio

### 1.1. Contexto organizacional/institucional

A Rádio e Televisão de Portugal (RTP) tem uma redação central em Lisboa e um Centro de Produção em Gaia, o que significa que, em termos de conteúdo informativo, produzem-se emissões a partir destes dois lugares.

No Porto, faz-se a emissão do Jornal da tarde, na RTP1. Emite-se também os Jornais 3 às 10, 3 às 11, 3 às 18 e 3 às 19, na RTP3. E, também, várias emissões da RTP2. Por sua vez, em Lisboa produzem-se os restantes jornais da grelha informativa. O estágio de que aqui se dá conta foi realizado no Centro de Produção do Porto e teve a durabilidade de 3 meses, tendo iniciado a 5 de setembro de 2018 e terminado a 30 de novembro de 2018.

Em termos de rotina de trabalho, a organização impera. Cada elemento da equipa, independentemente da atividade que desenvolve, sabe o que tem de fazer a partir do momento em que chega à redação para começar o dia de trabalho.

Relativamente à redação de televisão em que o estágio foi realizado, assistiu-se ao trabalho de inúmeros profissionais da área da comunicação, mas atribui-se especial enfoque e atenção no trabalho dos jornalistas, repórteres de imagem e editores.

Na altura em que fiz o estágio, o Jornal da Tarde era apresentado por três apresentadores/pivôs, Hélder Silva, Sandra Pereira e Estela Machado. Têm a função de preparar a condução da emissão, corrigindo ou adequando, à sua maneira, durante a manhã, os textos de pivô que vão chegando pelos jornalistas. De referir que Carlos Daniel é outro pivô da estação pública, mas que apenas esteve presente numa fase inicial do estágio, por motivos profissionais.

Os coordenadores do Jornal da Tarde são, de forma alternada, Susana Santos e Pedro Figueiredo, responsáveis pela orientação do jornal e pela coordenação do trabalho dos jornalistas.

Os jornalistas e os repórteres de imagem têm horas específicas para sair em reportagem. No entanto, muitos jornalistas, por vezes, ficam responsáveis por recolher informações e fazer peças a partir da redação, tudo ficando dependente do tema que se pretende noticiar.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

A produção/agenda é responsável pelos contactos necessários para que a reportagem se realize. Muitas das vezes, os jornalistas, quando chegam ao local de reportagem, já sabem os sítios aonde ir e quais são as fontes de informação que irão prestar declarações, pelo que poder-se-á dizer que são profissionais que trabalham em consonância e cooperação com os jornalistas.

Os elementos da equipa que trabalham no arquivo estão disponíveis, de forma constante, para disponibilizar, no sistema informático utilizado pela RTP, imagens que os jornalistas solicitam para a realização das reportagens que entram nos noticiários.

Os profissionais que trabalham a partir da régie são responsáveis por levar o formato final dos jornais aos telespectadores. Paralelamente, no estúdio de televisão existem três repórteres de imagem que são responsáveis pelos planos da câmara e que trabalham em consonância com os realizadores.

### **1.2 Tarefas desenvolvidas e seus envolventes**

O estágio foi realizado na RTP sob a orientação da jornalista Fátima Marques Faria, pelo que todas as tarefas realizadas tiveram a supervisão da orientadora em causa.

Na primeira semana de trabalho, o estagiário teve a oportunidade de acompanhar o trabalho desenvolvido pelos coordenadores, dentro e fora da régie. Desta forma, foi possível perceber como funciona o trabalho dentro de uma redação, desde que o coordenador começa a sua rotina matinal até ao momento em que, já na régie, orienta o conteúdo informativo.

A primeira semana foi de enorme importância, na medida em que ofereceu ao estagiário a possibilidade de perceber, de forma global, como uma redação televisiva funciona. O desenho do alinhamento começa a ser feito logo pela manhã, mas o que mais impressionou foi a complexidade inerente ao processo de construir atualidade. De facto, até à hora da emissão do Jornal da Tarde, a estrutura está em constante mutação. Durante a manhã, o expectável é que o alinhamento se mantivesse mais ou menos estanque. No entanto, o que se assiste é que, em grande parte das vezes, o alinhamento sofre alterações drásticas, com muitas «peças» que acabam por ficar guardadas para outros dias, por falta de tempo, mas sobretudo para cumprir a premissa da busca incessante da atualidade.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

O próprio trabalho dos jornalistas também é condicionado, muitas das vezes, pelas exigências da atualidade. A título exemplificativo, o estagiário presenciou um momento em que, por ordens da coordenação, jornalista e repórter de imagem tiveram de abandonar o local onde determinada reportagem estava a ser feita, para que pudessem acompanhar uma Conferência de Imprensa que a coordenação considerou mais relevante.

A partir da segunda semana e até ao fim desta experiência, o estagiário acompanhou o trabalho desenvolvido pelos jornalistas, repórteres de imagem e editores, com especial enfoque para o trabalho do jornalista.

Logo na segunda semana houve a oportunidade de sair em reportagem, no entanto, no local das reportagens, o estagiário desempenhava funções de mero observador, acompanhando o trabalho desenvolvido pelo jornalista e repórter de imagem no local.

Apesar de não ser dada grande autonomia no “terreno”, depois de recolhido todo o material, na redação, era possível montar o texto da forma que bem entendesse, bem como selecionar as imagens que quisesse. Trata-se da fase em que o estagiário pôde mostrar mais trabalho e valências, daí que esta acaba por ser considerada a altura de maior pressão para o estagiário.

Os serviços de reportagem eram selecionados pela orientadora Fátima Faria, que, aquando das marcações, revelava sempre preocupação com o estagiário, questionando se havia alguma saída específica que tivesse mais interesse em acompanhar. Houve a preocupação tanto da orientadora como do seu orientando de conseguir que o estágio fosse o mais enriquecedor possível. Dessa forma, procurou-se fazer reportagens de diferentes áreas temáticas, desde Inovação & Tecnologia, Incêndios, Cultura, Turismo, Acidentes, Saúde, Ambiente, Política, Desporto e Justiça.

No fim de cada género jornalístico realizado, seja Peça, Off ou Falso Direto o estagiário mostrava o trabalho à orientadora, por forma a conseguir retificar os erros e evoluir.

O programa de estágio da RTP tem delineado que o formando, no final, edite um jornal televisivo cujo alinhamento e construção são da sua autoria exclusiva. São 20 minutos de conteúdo televisivo com pivots, peças, offs e um falso direto feitos pelo estudante. Este trabalho conta com a supervisão da orientadora e inclui o trabalho realizado pelo estagiário durante três meses. Geralmente, o programa é gravado na última

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

semana de estágio, implica a coordenação da orientadora e envolve realizadores, produtores e assistentes de informação.

O estagiário tinha a possibilidade de editar uma peça todas as segundas-feiras com um editor. Teria de ser escolhida apenas uma peça da semana anterior e era dada a oportunidade de o estagiário dar voz aos seus trabalhos de edição.

O trabalho realizado durante 3 meses pressupôs algumas dificuldades.

Numa primeira fase, a maior dificuldade/desafio foi, sem dúvida, conseguir manusear o programa com o qual o estagiário teria de trabalhar. Fala-se, em concreto, no ENPS, a plataforma utilizada pela RTP. Nesta ferramenta de trabalho é possível encontrar todos os serviços agendados para os próximos dias de trabalho, os alinhamentos noticiosos elaborados pelos coordenadores, o trabalho dos jornalistas com os seus respetivos textos para cada peça e até os takes de diversas agências internacionais e da LUSA. Pode dizer-se que a adaptação ao software demorou alguns dias e, possivelmente, semanas. No entanto, com o tempo, foi ficando cada vez mais intuitivo.

Na observação do trabalho desenvolvido pelos jornalistas, a maior dificuldade a que se assistiu foi, sem dúvida, os constrangimentos do tempo. Um jornalista, na mesma manhã pode sair em reportagem, voltar, escrever o seu texto e, em conjunto com o editor disponível, editar a sua peça. O que acontece é que essa busca pela atualidade faz com que o jornalista tenha de ser realmente rápido para conseguir fazer tudo a tempo.

Um exercício que foi sugerido pela orientadora e que o estagiário pôs em prática foi o de tentar acompanhar a/o jornalista de modo a conseguir, por si próprio, fazer uma peça no mesmo tempo que estes. Foi, sem dúvida, um desafio extremamente exigente e que melhorou a capacidade de lidar com a pressão.

Outra dificuldade encontrada foi a de escrever para as imagens. Durante o Mestrado são feitos muitos exercícios, pelo que o aluno já leva treino antes de chegar ao estágio. No entanto, numa redação tem de se escrever para as imagens todos os dias, o que implica contacto constante com a escrita televisiva. Refira-se, no entanto, que se trata de um desafio que é encarado como algo positivo, visto que ter de escrever para as imagens torna o jornalismo televisivo ainda mais interessante e desafiante.

Ao todo, no tempo de estágio, desenvolveram-se 20 Peças, 5 Offs e 6 Falsos Diretos. Significa isto que, contabilizando os três formatos, o estagiário produzia, em média praticamente 3 notícias por semana.



## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

De uma forma geral, considera-se que as tarefas desenvolvidas foram ao encontro daquilo que era esperado. A experiência foi enriquecedora, sobretudo, também por causa do facto de este ter sido pedagogicamente bem orientado e encorajador, devido à disponibilidade da orientadora Fátima Marques Faria. O estagiário sai com as competências reforçadas depois das tarefas desenvolvidas no estágio.

É possível perceber, através da tabela abaixo, o trabalho desenvolvido pelo estagiário, no que diz respeito às notícias elaboradas em termos de assunto, género jornalístico e área temática. Os conteúdos que se encontram mais a cinzento são os que foram escolhidos para o jornal de 20 minutos do estagiário.

*Tabela I – Trabalho desenvolvido em estágio*

<b>Trabalho desenvolvido em estágio</b>					
<b>Mês</b>	<b>Assunto</b>	<b>Género</b>	<b>Tema</b>	<b>Execução</b>	<b>Acompanhamento</b>
09/2018	Lançamento da Export Advance na Porto Business School	Peça	Inovação & Tecnologia	Texto & Edição	Vânia Correia
09/2018	Incêndio em Santo Tirso destrói fábrica de produtos de limpeza	Peça	Incêndios	Texto	Vânia Correia
09/2018	Festival Internacional de Circo chega a Portugal com dezenas de espetáculos	Peça	Cultura	Texto & Edição	Vânia Correia
09/2018	Área Metropolitana do Porto lança quatro roteiros temáticos	Falso Direto	Turismo	-	Cláudia Viana
09/2018	Exposição de Robert Mapplethorpe no Porto	Peça	Cultura	Texto & Edição	Cláudia Viana
09/2018	Requalificação do Mosteiro de São Miguel de Refojos de Bastos no Distrito de Braga	Falso Direto	Turismo	-	Cláudia Viana
09/2018	Gastão Teixeira não consegue suportar os custos para reparar o barco de pesca	Peça	Acidentes	Texto & Edição	Maryline Sales
09/2018	Miguel Guimarães no Hospital de Braga por causa da falta de recursos humanos	Falso Direto	Saúde	Texto	Maryline Sales
10/2018	Concurso de moda reciclável por jovens estudantes	Peça	Ambiente	Texto & Edição	Vânia Correia
10/2018	Greve dos professores com adesão de 75% em todo o país	Peça	Política	Texto	-
10/2018	O Mini Bus 5G é o novo veículo que não precisa de condutor	Peça	Inovação & Tecnologia	Texto & Edição	Maryline Sales
10/2018	Passo único é a nova medida do Governo	Peça	Política	Texto	-
10/2018	Surf testado como tratamento de doenças mentais	Peça	Desporto	Texto & Edição	André Castro Ribeiro
10/2018	Cristiano Ronaldo acusado por mais de 10 crimes nos EUA	Peça	Justiça	Texto	-

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

10/2018	Resumo do jogo Sporting – Arsenal (Fase de Grupos da Liga Europa)	Peça	Desporto	Texto & Edição	Eduardo Pestana
10/2018	Loja Adidas na Rua de Santa Catarina penhorada por agentes de execução	Falso Direto	Justiça	-	Emanuel Boavista
10/2018	Jair Bolsonaro é o novo Presidente do Brasil com 55 por cento dos votos	Peça	Política	Texto & Edição	-
10/2018	Alunos de enfermagem dão apoio médico a sem abrigos	Peça	Saúde	Texto	Maryline Sales
11/2018	Resumo do jogo Benfica vs Ajax (Fase de Grupos da Liga dos Campeões)	Peça	Desporto	Texto & Edição	António Carvalho
11/2018	Prémio Pfizer distinguiu uma equipa de investigação de Lisboa e do Porto	Peça	Inovação & Tecnologia	Texto	Joana Martins
11/2018	A Universidade do Porto recebeu 250 das 3000 bicicletas do projeto Ubike	Peça	Desporto	Texto & Edição	Vânia Correia
11/2018	Exposição do cineasta Pedro Costa está em exposição em Serralves	Off	Cultura	Texto	-
11/2018	Escola em Santa Maria da Feira não permite o uso de telemóvel há dois anos	Peça	Educação	Texto & Edição	
11/2018	Primeira intervenção pública da nova Ministra da Saúde em Gondomar	Falso Direto	Política	-	Paula Rebelo
11/2018	Helena Roseta demitiu-se	Off	Política	Texto	-
11/2018	Resumo do jogo Portugal – Itália (Liga das Nações)	Peça	Desporto	Texto & Edição	Manuel Silva
11/2018	Marcelo Rebelo de Sousa no Congresso de União Internacional dos Advogados	Off	Política	Texto	-
11/2018	27ª edição do Guimarães Jazz com 13 concertos em 10 dias consecutivos	Falso Direto	Cultura	-	Cláudia Viana
11/2018	Greve dos juízes afetam o funcionamento de vários tribunais por todo o país	Peça	Justiça	Texto & Edição	
11/2018	Estivadores precários em protesto no Porto de Setúbal	Off	Política	Texto	-
11/2018	Presidente de Angola e António Costa numa conferência de Imprensa no Palácio da Bolsa	Off	Política	Texto	-

### 1.3. Aspetos positivos/negativos do estágio

Ao longo do estágio, existiram tanto aspetos positivos, como aspetos negativos passíveis de serem realçados.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Começando por abordar os aspetos positivos, em primeiro lugar, destaca-se o acompanhamento constante da orientadora Fátima Faria, ou seja, como já se explicou, sempre que o estagiário completava a elaboração dos textos, pedia a avaliação/opinião da jornalista da RTP, que dava sempre o seu feedback, com o objetivo das 'peças', 'offs' ou 'falsos diretos' serem, cada vez melhores, ao longo da experiência. É certo que nem sempre a orientadora podia na hora, uma vez que, muitas das vezes, o pedido de avaliação coincidia com trabalhos que a jornalista tinha pendentes. Todavia, o acompanhamento foi muito satisfatório, não tendo ficado qualquer texto por avaliar.

Para além disso, destaca-se a receptividade para ajudar por parte de quase todos os jornalistas, repórteres de imagem e editores. Existiu a possibilidade de sair em reportagem com diferentes equipas. Paralelamente, ao abrigo do programa de estágios, todas as segundas-feiras, também se teve a possibilidade de editar uma peça, à escolha do estagiário, com um editor da RTP. A maioria dos profissionais revelou disponibilidade e espírito de abertura para auxiliar, pelo que, isso também contribuiu para tornar a experiência mais interessante e enriquecedora.

O bom ambiente dentro da redação é um outro aspeto considerado muito positivo. Em geral, todos os profissionais da RTP revelaram dar-se bem entre si. Tal facto também contribuiu para uma adaptação mais rápida por parte do estagiário aquando da sua chegada à redação.

Houve também a possibilidade de trabalhar com versatilidade, em termos de editoria. Como já se teve a oportunidade de referir, houve o cuidado, por parte da orientadora e estagiário, de conseguir que o estágio fosse rico em termos de contacto de conteúdo informativo. Nesse sentido, as saídas em reportagem versaram temas como a Inovação & Tecnologia, Incêndios, Cultura, Turismo, Acidentes, Saúde, Ambiente, Política, Desporto e Justiça.

No entanto, refira-se que, apesar de serem em menor número, também existiram aspetos menos positivos a salientar.

Destaca-se, primeiramente, a confiança reduzida para a realização de peças, de forma autónoma, pelo estagiário. Trata-se de uma norma já fixada pela instituição, pelo que todo o trabalho é garantido pelos jornalistas do meio televisivo.

De resto, outro aspeto menos positivo tem que ver com a pouca receptividade por parte de uma minoria de jornalistas e repórteres de imagem. No entanto, importa realçar

Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

que se trata de uma pequena parte, já que a maioria dos profissionais que compõe a redação são bastante acessíveis.

Em suma, salienta-se que são muitos mais os aspetos positivos a salientar do que os aspetos negativos.

#### **1.4. Questões suscitadas pela experiência**

Existiram algumas questões suscitadas pela oportunidade de estagiar na RTP, no entanto, convém, antes, salientar os motivos que levaram a que a escolha, do estágio curricular acabasse por recair na estação pública.

Já se tinha definido que o estágio seria relacionado com o Jornalismo Televisivo. Certo é que existiram vários motivos que levaram à opção RTP.

Em primeiro lugar, o facto do estagiário se identificar com o que guia o jornalismo praticado na estação pública, ou seja, o valor da responsabilidade social e da solidariedade social e a promoção dos direitos humanos.

Para além disso, tendo em conta que o estagiário dava primazia a um estágio realizado no Porto, dado o facto de se tratar da sua cidade natal, uma outra característica da RTP que “pesou” muito teve que ver com o facto da estação possuir uma redação própria de grande dimensão na zona Norte. É certo que a SIC e a TVI também têm redações no Porto, mas nada comparado a estrutura que possui a RTP. Basta referir que em termos de noticiários, nem na SIC, nem na TVI se produzem emissões exclusivamente a partir da redação portuense, o que acontece, diariamente, na RTP.

Outra situação que contribui para a escolha do estagiário teve que ver com o facto de existir um programa de estágio bem estruturado, que inclui, também, a apresentação de um jornal televisivo com peças e reportagens exclusivamente feitas pelo estagiário.

De resto, o feedback positivo de antigos alunos que também tiveram a oportunidade de estagiar no mesmo local e com as mesmas condições acabou por deixar o estagiário motivado.

Relativamente ao tema que serviu de base para a investigação empírica desenvolvida, pode dizer-se que surgiu já com o estágio a decorrer e, por isso, considera-se que o tema foi diretamente influenciado pela experiência do estágio.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

O tema empírico surgiu depois de duas reuniões com a orientadora científica, a Doutora Felisbela Lopes. Em conjunto, percebeu-se que uma investigação importante seria analisar a importância que uma redação no Porto tem no noticiário do operador público. A ideia seria perceber de que modo é que o facto de existir uma redação que faz o Jornal da Tarde a partir do Porto influencia, em termos de conteúdo, o que é apresentado aos espectadores.

A RTP1 emite um noticiário diário a partir do Porto, especificamente, o Jornal da Tarde, das 13h. Tal não acontece na SIC e na TVI, que produzem os jornais partir de Lisboa. Pretende-se, então, perceber se o sítio onde se constrói o alinhamento tem influencia nos temas e nos interlocutores ouvidos

Este trabalho empírico acaba por não ser só premente para apurar quais são os verdadeiros efeitos de, à mesma hora, se fazerem emissões a partir de espaços geográficos diferentes, mas ganha também ainda mais relevo caso se tenha em conta que o canal que emite a partir de um espaço diferente do país é a estação pública e os canais que emitem a partir da capital são estações privadas.

## 2. Enquadramento teórico

### 2.1. Do Jornalismo

#### 2.1.1. Teoria do Agenda-Setting

O conteúdo informativo veiculado nos meios de comunicação social reveste-se de uma enorme importância. Park defende que a notícia oferece uma forma de ver e conceber a realidade, tendo como função “orientar o homem e a sociedade num mundo real” (Park, 1972, p. 183). De facto, informação é um elemento essencial à formação cívica dos cidadãos, pelo que não será por acaso que, por exemplo, existam autores a afirmar que “o grau de cidadania de um povo também se mede pela percentagem de leitores dos jornais” (Fidalgo, 1996, p. 1).

A teoria do Agenda-Setting foi formulada por Maxwell McCombs e Donald Shaw (1972). Estes teóricos procuraram explicar os efeitos provocados a curto-prazo pelos meios de comunicação social através da escolha de determinados conteúdos. A ideia chave da teoria é a de que os media têm “a capacidade (...) de influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública”), quer isto dizer que, “em consequência da ação dos jornais, da televisão de outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descuid, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos” (McCombs & Shaw, 1977, p. 7)

Na mesma linha, os media criam uma notável influência no público, criando “a agenda de uma nação”. Por outras palavras, “os meios de comunicação, escolhendo os temas que vão destacar, estão a formular a agenda do público, por isso, será acerca destes temas que incidirá o debate no espaço público e, estes, serão a base da formação da opinião pública” (Midões, 2008, citado em Lourenço, 2013, p. 49).

Trata-se de uma teoria muito ligada à produção de notícias, com o objetivo de estudar os efeitos que estas têm na sociedade. De facto, “os media são a principal ligação entre os acontecimentos do mundo e as imagens desses acontecimentos na nossa mente” (Traquina, 2000, p. 17).

A teoria do agendamento suporta três subdivisões de agendas que são bem explicadas por Nelson Traquina (2000). Em primeiro lugar, temos a agenda jornalística, onde se integram “os estudos do conteúdo dos media”. Em segundo lugar, a agenda pública, onde se inserem “os estudos que conceitualizam a relativa importância dos diversos acontecimentos e assuntos por parte de membros do público”. Finalmente, a agenda governamental, que engloba os “estudos da agenda das entidades governamentais” (Traquina, 2000, p. 17).

Os meios de comunicação social, quer seja através da imprensa, online, rádio ou televisão, desempenham um papel indispensável na transmissão de informações à população. Para Wolf (1999), “os mass media, descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre o que é necessário ter uma opinião e discutir” (Wolf, 1999, p. 145). No fundo, os media ajudam a construir a realidade social, na medida em que padronizam modelos de pensamento, moldam a perceção da realidade e as representações sociais de cada indivíduo.

Barreiros (2012) vai ainda mais longe neste raciocínio e afirma que “os media entranharam-se nos ritmos e tempos do quotidiano, providenciando uma resposta, oportunamente acessível e viável, a expectativas e necessidades, de que nos habituamos a ‘precisar’” (Barreiros, 2012, p. 64). Quer isto dizer que, para o autor, os conteúdos noticiosos veiculados constituem um fator determinante, influenciando a perceção do mundo envolvente e até a forma como as pessoas definem as suas vidas.

É o que defende também Tuchman (1976), para quem “mais até do que refletirem a sociedade, os meios de informação constroem e mudam os eventos” (Tuchman, 1976, citado em Cruz, 2014, p. 42), afetando, então, a forma como as pessoas pensam, acreditam e atuam. Nesta perspetiva, os media têm a capacidade de construir os valores e exercer um efeito direto nas ações do público que consome as notícias veiculadas pelos diferentes meios de comunicação.

### **2.1.2. A centralidade das fontes de informação**

As fontes de informação revestem-se de uma enorme importância, na medida em que “são um indicador da qualidade da cobertura jornalística” (Rocha & Amarante, 2005, p. 2). Segundo Rogério Santos (1997), “o jornalista raramente está em posição de observar o acontecimento, ele precisa de alguém que lhe faça um relato o mais correto possível, que

é a fonte” (Santos, 1997, em Ribeiro, 2006, p. 14), o que ajuda a atestar a importância que a fonte tem para o jornalista e, conseqüentemente para a informação nos meios de comunicação social.

Segundo Schuch (2004), “qualquer pessoa, instituição ou organismo poderá constituir-se como uma fonte de informação” (Schuch, 2004, em Rocha & Amarante, 2005, p. 3), tudo dependendo da capacidade suscetível de dar ou não informações com potencial interesse jornalístico.

Para Lage (2001), as fontes podem ser oficiais, oficiosas e independentes. Primeiramente, as fontes oficiais são pessoas que representam algum poder do Estado ou empresas e organizações como sindicatos, associações, fundações”, pelo que, das três, “as fontes oficiais são tidas como as mais confiáveis”. Em segundo lugar, existem as fontes oficiosas, que são “protegidas em regra pelo anonimato” e que, normalmente, expressam “interesses particulares de uma instituição”, ou seja, muitas das vezes, este tipo de fontes presta-se a veicular boatos com o objetivo de, por exemplo, “denegrir a imagem de uma pessoa ou interferir numa decisão eleitoral”. Acrescente-se que falam sempre em nome da entidade que representam, não estando autorizadas a falar em nome próprio, o que significa que o que dizem pode ser desmentido por outro membro da empresa/organização que representam. Por último, existem também as fontes independentes que são desvinculadas de uma relação de poder ou interesse específico em cada caso” (Lage, 2001, p. 64).

O relacionamento do jornalista com as fontes, segundo Schuch (2004) pode ser considerado a partir de três critérios. Em primeiro lugar, o “critério da frequência”, o que significa que o relacionamento pode ser ocasional, ou seja, situações em que o jornalista está apenas uma vez com a fonte, mas também pode ser assíduo, ou seja, situações em que o jornalista está com a fonte com alguma regularidade. Em segundo lugar, o “critério da seleção”, em que a fonte de informação pode ser randômica, ou seja, a relação do jornalista com a fonte está presa à ocorrência de factos ou a fonte pode sê-lo por interesses editoriais, ou seja, a fonte é escolhida pelo editor ou repórter. Finalmente, o “critério de identificação”: a fonte pode ser uma fonte pública, ou seja, quando é conhecida pelo público ou a fonte também pode ser não-pública, ou seja, quando não tem projeção pública (Schuch, 2004, em Rocha & Amarante, 2005, p. 3).



Para Gans (1979), existem fatores que determinam a supremacia de umas fontes sobre as outras, como “incentivos, poder da fonte, capacidade de fornecer informações credíveis e proximidade social e geográfica relativamente aos jornalistas”. Já os jornalistas selecionam as suas fontes em função de fatores como “passado credível, produtividade, fiabilidade, garantia, autoridade e clareza” (Gans, 1979, em Ribeiro, 2006, p. 25).

Schuch (2004) acrescenta que o vínculo da fonte de informação com o repórter é uma das ligações “mais complexas e estruturantes da produção noticiosa, pois frequentemente as intenções das duas partes não convergem”. O autor compara a relação entre ambos a um “jogo cooperativo”. A fonte “tem como objetivo a procura de informações, através da realização de perguntas”. Por sua vez, a fonte de informação “pretende fornecer respostas, divulgando informações que favoreçam os seus interesses” (Schuch, 2004, em Rocha & Amarante, 2005, p. 3). Não apenas o repórter, através das perguntas, tenta obter informações da fonte, como também a fonte deseja revelar, através das respostas, informações que sejam do seu interesse.

O jornalista, para recorrer a determinadas fontes de informação, terá de ter capacidade cognitiva e capacidade para se documentar, porque “é necessário que o jornalista tenha o domínio de um conjunto de conhecimentos prévios acerca do que se propõe a cobrir, para que, dessa forma, possa acionar as fontes apropriadas à cobertura” (Guerra, 2004, p. 17).

A propósito da comparação entre jornalistas e fonte, Gans (1979) considera que se trata de uma relação com foco de guerra, ou seja, “enquanto as fontes tentam gerir a notícia, focando sobre si o melhor lado desta, o jornalista ‘gere’ as fontes para conseguir extrair a informação que pretende”. Paralelamente, o mesmo autor acrescenta que nesta relação prevalece a ideia de negociação: “às fontes cabe apenas fazerem-se acessíveis”, já os jornalistas “decidem se estas são ou não adequadas” (Gans, 1979, em Ribeiro, 2006, p. 117).

O que acontece é que “devido à necessidade de obter informações com credibilidade, de modo a legitimar o processo produtivo e o conteúdo a ser veiculado no menor tempo possível, os jornalistas acabam procurando as informações em fontes às quais têm acesso mais fácil” (Lage, 1999, em Rocha & Amarante, 2005, p. 3). Isso acontece assim, porque o jornalismo exige que a notícia seja dada de forma imediata, obrigando as redações a criar rotinas de produção que favorecem as fontes oficiais.

Já no que diz respeito ao cidadão anónimo, segundo Ribeiro (2006), para que este seja alvo de cobertura mediática “precisa de causar impacto público, fazendo-o frequentemente através de atos extraordinários”. No entanto, o que acontece é que tal situação “descrédibiliza-o enquanto fonte de informação” (Ribeiro, 2006, p 17). Não é por acaso que as fontes oficiais são aos olhos dos jornalistas mais respeitáveis.

### 2.1.3. Jornalismo Televisivo

A função comunicativa do meio televisivo surge associada a quatro indicadores: “os sistemas de atenção dos espectadores, os hábitos de recepção, a importância atribuída ao programa e os critérios de programação” (Fernandes, 2000, p. 118). Em televisão, os noticiários “são dos programas que dão mais credibilidade a um canal”, na medida em que “é a informação séria e rigorosa do jornal que consegue, muitas vezes, chamar a atenção para os restantes conteúdos” (Vaz, 2009, p. 29). De facto, é o jornalismo que se faz em televisão que permite que o espectador tenha “acesso àquilo que de mais importante se passa à nossa volta” (Lopes, 2008, p. 15).

Igualmente importante, são os padrões pelos quais se rege o meio televisivo, que “procuram prender o espectador, dando prioridade ao insólito, ao excepcional e ao chocante” (Canavilhas, 2001, p. 115). Mais especificamente, a televisão pode “explicar, fazer sonhar, sensibilizar, chocar, suscitar a reflexão, adesão ou a rejeição, anestésiar ou excitar, mas ela faz tudo isso mostrando imagens, e fazendo ouvir sons concomitantes com a imagem. Por outras palavras, a televisão tem a propriedade de transformar qualquer realidade, qualquer conceito ou discurso em espetáculo” (Jespers, 1998, p. 68). Correia (1997),+ chega mesmo a denominar o Jornalismo Televisivo como “informação-espetáculo”, na medida em que “constitui um exemplo flagrante das consequências da subordinação ao mercado e à concorrência” (Correia, 1997, p. 155).

Ao falar de Jornalismo Televisivo, torna-se premente salientar o que Oliveira (2007) considera o “império da imagem”, que resulta do “poder da imagem conferido pelo meio televisivo” (Oliveira, 2007, p. 13). Para Fidalgo (1996), a tendência natural é que “cada notícia tem imagens por base”, o que leva a que, muitas das vezes, se tenha de “recorrer a imagens de arquivo ou então imagens de algum modo relacionadas com o tema da notícia”. Tal característica, poderá levantar a problemática de “distorção da notícia (noticiar incidentes de ordem pública atuais com imagens de graves confrontos

passados), mas a necessidade de fornecer imagens é superior à objetividade nua das palavras” (Fidalgo, 1996, p. 6).

Fazendo uma comparação entre a televisão e os outros meios de comunicação social, percebe-se que a notícia televisiva, quando comparada com a notícia do meio radiofónico, impresso ou online, “é radicalmente diferente”. Por exemplo, “ao contrário da notícia de jornal, que não é concebida para ser lida na totalidade, embora adquirindo inteligibilidade, a notícia de televisão é concebida para ser completamente inteligível quando visionada na sua totalidade (Traquina, 1999, citado em Soares & Oliveira, 2007, p. 3).

Segundo García (1992), o grande poder das notícias feitas em televisão é o facto de estas “oferecerem uma imagem do mundo mais completa do que aquela que o espectador pode conseguir no seu dia-a-dia” (García, 1992, citado em Vaz, 2009, p. 29), o que está associado a um dos objetivos subjacentes do noticiário televisivo que passa por “alcançar a condição de totalidade, exibindo o tema, estrutura e unidade” (Traquina, 1993, citado em Vaz, 2009, p. 29).

Destaque-se ainda a presença, fundamental, do pivô nos noticiários televisivos. Para Canavilhas (2009), este assume “um papel importante em todo o processo informativo”, tendo a finalidade de “conseguir que os telespectadores acreditem na informação por ele transmitida” (Canavilhas, 2001, p. 6).

Por tudo isto, não existem dúvidas que o Jornalismo Televisivo tem um papel muito importante na sociedade. No entanto, ao longo dos anos o seu destaque tem sofrido alterações. Em 2001, de acordo com Bourdieu (2001), a televisão tinha “uma espécie de monopólio sobre a formação dos cérebros (...) da população”, já que eram muitos os que se dedicavam “de corpo e alma à televisão como única fonte de informação” (Bourdieu, 2001, p. 10). No entanto, com o avançar dos anos, embora existam muitas pessoas que continuam a considerar o telejornal o “meio mais simples, cómodo, económico e acessível para se conhecer e compreender (...) como se transforma a sociedade”, não é menos verdade que “a televisão tem vindo a perder audiência” (Soares & Oliveira, 2007), p. 3). Tal fica a dever-se, sobretudo, ao aparecimento do mundo digital. Loureiro (2008) defende que a inovação tecnológica tem levado, cada vez mais, a “um caminho que já não tem retorno”. De tal modo que se dá conta de uma tendência cada vez mais presente: “a notícia de Televisão está a iniciar uma longa metamorfose para ser assimilada pela

Internet” (Loureiro, 2008, p. 2). Ainda sobre o assunto, o investigador vai mais longe e explica que “a maior parte dos programas de televisão, com exceção dos acontecimentos desportivos e dos resultados eleitorais, não necessita de ser vista em tempo real”, o que significa que “a maior parte da televisão é na realidade a mesma coisa que descarregar ficheiros para um computador” (Loureiro, 2008, p. 6).

Circunscrevendo-nos a um noticiário televisivo, destacamos aqui traços distintivos que são fundamentais.

- o ‘pivô’: é o fio condutor das notícias. O texto que lê é um lead cujo objetivo é estimular o interesse do telespectador em ver uma determinada notícia.

- a ‘reportagem’: é quando existe recolha de informações, imagens e depoimentos/declarações por uma equipa que se desloca ao local do acontecimento. Essa equipa é composta por dois jornalistas, ou seja, o repórter e o repórter de imagem, sendo a presença destes condição indispensável.

- o ‘off’: corresponde aos momentos em que a voz do pivô se encontra sobreposta às imagens e planos articulados que vão surgindo. Estas notícias tratadas em off são bastante breves.

- a ‘entrevista’: é um conjunto de perguntas que o jornalista ou pivô elabora, para obter respostas do entrevistado. Ocorre, sobretudo, em estúdio, mas também poderá ocorrer, por exemplo, por via telefónica.

- o ‘comentário’: elabora-se por um líder de opinião ou uma pessoa especializada no acontecimento noticiado.

- as ‘bocas’: trechos de declarações e depoimentos de uma determinada fonte de informação. Baseia-se em frases curtas, fortes e estimulantes e podem ser designadas também por “soundbites”.

- a ‘promo’: é o fragmento típico do alinhamento do telejornal que consiste na ‘chamada’ para uma notícia que será desenvolvida adiante. Este elemento é usado para captar a atenção da audiência.

- o ‘direto’: exige a chamada de um repórter, em direto ou diferido a partir de um local exterior à redacção. Acrescente-se que se trata de um elemento com forte impacto informativo, já que a receção dos factos em direto gera na audiência a sensação de estar na presença efetiva do acontecimento

#### 2.1.4. Organização editorial

O alinhamento de um telejornal mais não é do que um guião que “contém todas as indicações fundamentais para a produção de um jornal de televisão” (Oliveira, 2007, p. 62). Para ser considerado bom, um alinhamento necessita de ter algumas características. Loureiro (2008) fala na diversidade/abrangência, ou seja, um alinhamento não centrado apenas num tema, mas sim numa variedade de temas que permita ao público estar informado de forma geral, pelo que, os editores deverão ter sempre em mente a “exploração de um amplo espectro temático” (Loureiro, 2008, p. 7). Cruz (2008) insiste também na diversidade, explicando que “a organização por blocos temáticos promove a construção da realidade, através da hierarquização que lhe está subjacente” (Cruz, 2008, p. 184). Na perspectiva de Fernandes & Simão (2007), para além de variado, um bom alinhamento deverá também ser cativante e espantoso, podendo incluir todos os géneros do jornalismo, sendo que, para isso, é importante que o alinhamento tenha «picos» ao longo de toda a duração do noticiário e é nessa forma de pensar que se deve assentar toda a sua estrutura (Fernandes & Simão, 2007, p. 8). Por isso, uma aposta nas notícias mais fortes no início e as mais fracas no fim é um claro erro de produção noticiosa.

A organização editorial de um jornal implica estruturação da narrativa, mediação, seleção e hierarquização dos conteúdos informativos. Assim, importa que um editor tenha em atenção a estrutura temporal no sentido de que esta tem uma “disposição sequencial da noticiabilidade selecionada”, sendo que esta terá de conferir “diferentes níveis de prioridade aos conteúdos” (Cruz, 2014, p. 560).

Na mesma lógica, Wolf (2009) explica que existem duas particularidades importantes numa organização editorial. Em primeiro lugar, o que está na “ordem do dia”, ou seja, temas/assuntos/problemas que fazem parte da integrante da agenda dos meios de comunicação. Em segundo lugar, a forma como esses temas são hierarquizados de acordo com a “importância que lhes é atribuída” (Wolf, 2009, em Lourenço, 2013, p. 48). Só assim um alinhamento poderá ter impacto sobre os leitores/ouvintes/telespectadores que recebem a mensagem.

Saliente-se que um editor também deverá ter em conta que, muitas vezes, a mesma notícia tem diferentes avanços e não termina no primeiro dia em que é noticiada. Muitas “prolongam-se por mais algum tempo” (Lourenço, 2013, p. 49), o que vai contribuindo para a formação e consolidação da opinião pública.

De resto, é preciso ter em atenção que um alinhamento está sempre constantemente sujeito a alterações. Os “factos de última hora” podem ocorrer até durante a emissão do telejornal (Abreu, 2001, p. 10), o que leva, muitas das vezes, a “romper” com o que estava inicialmente pensado.

Por último, acrescente-se que organização editorial implica que se tenha em conta não só o alinhamento mas também o que vem antes e depois de um telejornal. Mais especificamente, o que Wolf (1999) chama de “concentração de ‘informação produto’, ou seja, o suporte audiovisual não deverá ser entendido de uma forma estanque. Deverá haver preocupação com a “programação horizontal”, relacionada com a oferta dos concorrentes em cada período horário”, como também a “programação vertical”, relacionada com o programa que sucede ao telejornal” (Wolf, 1999, p. 59). A autora acrescenta que este cuidado é notório, por exemplo, na RTP, uma vez que “a programação de horário nobre é toda assente em informação”, por oposição à oferta da SIC e TVI, em que o “entretenimento impera” (Cruz, 2014, p. 563).

### **2.1.5. Valores-Notícia e notícia de abertura**

Os valores-notícia, que ficam evidentes no processo de seleção de informações, mais não são do que “as notícias escolhidas para compor o telejornal” (Soares & Oliveira, 2007, p. 3). De uma forma mais detalhada, Wolf (1992) defende que o termo valores-notícia “corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias (Wolf, 1992, p. 168). Nesse sentido, de uma forma simplificada, a aplicação dos valores-notícia surgem “quando se avalia a noticiabilidade do acontecimento, ao apreciar se as suas características o tornam, ou não, merecedor de ser notícia (Correia, 1997, p. 137).

Importa lembrar que estes critérios de noticiabilidade estão sempre dependentes do público ou, neste caso, do telespectador que vê determinado programa. Para Fidalgo (2001), valor-notícia consiste na ideia básica de que “a informação mesmo na forma da simples notícia, de mera divulgação de um facto, está enformada pela ideia básica do que interessa ou possa interessar ao destinatário” (Fidalgo, 1996, p. 1). Na mesma linha, Curado (2002) defende que “notícia é a informação que tem relevância para o público”

(Curado, 2002, p. 15, em Soares & Oliveira, 2007, p. 2). Como o foco está sempre recetor/destinatário/telespectador, o leque de valores-notícia é vasto. Atente-se às perspectivas de alguns autores.

Brooks, Kennedy, Moen & Ranly (2002) elaboraram uma tabela concentrada em seis critérios: impacto, proximidade, proeminência, conflito, novidade e atualidade. O impacto, em termos televisivos, está associado ao poder conferido pela imagem, ou seja, quanto mais eficazes forem as histórias, maior a probabilidade de estas serem noticiadas. Existe também a proximidade, que surge associada à ideia de uma pessoa consumir mais facilmente notícias de assuntos relacionados com os seus próprios valores. A proeminência consiste na ideia de um acontecimento se tornar notícia pela presença de determinada figura pública, em detrimento de outras pessoas que não são conhecidas. O conflito, originado pela controvérsia, está presente na maior parte das notícias. A novidade está muitas vezes associada à ideia de que o insólito gera notícia. E, finalmente, a atualidade, onde se inserem os acontecimentos imprevisíveis (que embora surjam em pouca quantidade, tem a capacidade de quebrar a sequência noticiosa programada) e os acontecimentos provenientes das agendas (que são todas as restantes notícias).

Para Mauro Wolf (1992), há quatro critérios que condicionam os valores-notícia: o grau e o nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento noticiável”, quer isto dizer que, quanto mais envolvimento com pessoas, instituições, etc., mais noticiável parece aos olhos do jornalista; a quantidade de pessoas que o acontecimento envolve”, em que a visibilidade é destacada, como, aliás, o autor exemplifica com as notícias relacionadas com acidentes que envolvam muitas pessoas; “a relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução de uma determinada situação” (Wolf, 1992, p. 180 a 183), por exemplo, as campanhas políticas ou até as votações de projetos importantes. Wolf explica também que os valores-notícia facilitam o trabalho do jornalista, na medida em que o ajudam a tomar decisões sem perder muito tempo. No fundo, acabam por desresponsabilizar o profissional. No processo de transformação de um acontecimento em notícia, “a ligação entre características da organização do trabalho nos órgãos de comunicação de massa e o elemento da cultura profissional é absolutamente estreita e vinculativa, o que define, precisamente, o conjunto de características que os acontecimentos devem possuir (ou apresentar aos olhos dos jornalistas) para poderem ser transformados em notícias” (Wolf, 1992, p. 168).

Nélson Traquina (2002) divide os valores-notícia em duas categorias principais, ou seja, existem os valores-notícia de seleção (onde se enquadram critérios substantivos e critérios contextuais) e os valores-notícia de construção. Ora, na primeira categoria principal, em que surgem os valores-notícia de seleção, enquadram-se os critérios substantivos. Nestes critérios o autor fala da morte (“a negatividade é um critério essencial”, jornalisticamente falando), da notoriedade (indivíduos com determinada importância ao nível hierárquico, fazem com que “a notícia tenha mais valor”), da proximidade (que poderá ser “afetiva, temporal, geográfica, cultural”), da relevância (acontecimentos que, por exemplo, têm “impacto sobre a vida das pessoas, regiões e países”), da novidade (“acontecimentos que trazem alguma coisa de novo para captar a atenção”), do tempo (“atualidade do acontecimento, efeméride e continuidade), da notabilidade (“aquilo que o acontecimento necessita para visibilidade”, por exemplo, a continuidade de pessoas que envolve), do inesperado (“quando determinado acontecimento nos surpreende”), do conflito (“acontecimentos que quebram a rotina”, por exemplo, a violência física”) (Nélson Traquina, 2002, citado em Lourenço, 2013, p. 51). Os valores-notícia de seleção, para além dos critérios substantivos, integram igualmente critérios contextuais. Traquina (2002) fala da disponibilidade (que se relaciona com a “facilidade com que é feita a cobertura do acontecimento”), do equilíbrio (o “número de notícias existentes sobre determinado acontecimento”), da visualidade (está relacionado com a o material visual, que se pretende que “seja sempre de boa qualidade para que determinado acontecimento possa ser noticiável”), da concorrência (é muito importante que “os jornalistas consigam a exclusividade de um determinado acontecimento”), do dia noticioso (“a probabilidade de um acontecimento se tornar ou não notícia está dependente da quantidade e da importância das notícias no momento” (Nélson Traquina, 2002, citado em Lourenço, 2013, p. 51). Nos valores-notícia de construção, estão inseridas a amplificação (“relacionada com a grandeza do acontecimento”), a relevância (“relacionada com a importância e o impacto que o acontecimento pode ter sobre as pessoas”), a personalização (em que “o acontecimento deve ser o mais personalizado possível para que a notícia possa ser notada”), a dramatização (relacionada com o “sensacionalismo”) e, finalmente, a consonância (em que “a notícia tem que ser analisada num contexto conhecido para que possa corresponder às expectativas criadas pelo público” (Nélson Traquina, 2002, citado em Lourenço, 2013, p. 51).



Erbolato (1991) fala em “critérios de proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência/celebridade, aventura, conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa/suspense, originalidade, culto de heróis, descobertas/invenções, repercussões e confidências” (Erbolato, 1991, citado em Soares & Oliveira, 2007, p. 4).

Ora, como se pode depreender, em qualquer uma das linhas teóricas aqui expostas existem aspetos que se cruzam. No entanto, refira-se que, mesmo havendo semelhanças, existem alterações ao longo do tempo. Wolf (1992) vinca mesmo que os valores-notícia “mudam no tempo e, embora revelem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional (...) não permanecem sempre os mesmos”. O autor chega mesmo a dar um exemplo disso referindo que “assuntos que, anteriormente, «não existiam» constituem, atualmente, de uma forma geral, notícia, demonstrando a extensão gradual do número e do tipo de temas considerados noticiáveis” (Wolf, 1992, p. 175).

Comum em todos é a posição de que determinado facto é notícia porque obedece a vários critérios, ou seja, os fatores/critérios são complementares e agem em consonância uns com os outros. Sublinhe-se também que os critérios de noticiabilidade são importantes no início, durante o processo e até ao momento final em que a notícia é elaborada. Os valores-notícia podem também variar “de veículo para veículo” (Soares & Oliveira, 2007, p. 4). Essas diferenças são visíveis nos canais televisivos portugueses, sobretudo quando comparando as estações públicas com as privadas. Apesar de os valores-notícia mudarem de canal para canal, muitas das vezes, a competição leva a uniformização de informação. Na realidade portuguesa, muitas das vezes, as notícias são seleccionadas pressupondo que a concorrência também vai abordar o assunto. Aliás, os alinhamentos dos telejornais são alterados, com o telejornal a decorrer, para responder ao alinhamento de um telejornal concorrente. Isso vê-se bem na notícia de abertura que regularmente coincide em todos os canais, ditada pelos valores-notícia da atualidade, mas também da concorrência.

A Notícia de Abertura reveste-se de uma enorme importância. Lopes (1999), afirma que “a primeira notícia constitui sempre o tema forte de um Telejornal” (Lopes, 1999, p. 104). Importa explicar que a notícia que abre o jornal é o resultado de um determinado facto ou acontecimento a que os chefes de redação e editores entendem

como merecedor de maior destaque. No entanto, numa redação, um alinhamento pode mudar todo de um momento para o outro. Se no início do dia um acontecimento pode parecer o mais relevante, o seu desenvolvimento nas horas seguintes pode remetê-lo para uma posição diferente na hierarquia das notícias. Tal realidade ajuda a explicar o facto de a notícia de abertura ser, muitas das vezes, uma notícia de “última hora”.

Os noticiários podem ser completamente diferentes uns dos outros, mas algo que se mantêm sempre similar em qualquer noticiário é o grau de elevado valor que chefes de redação e editores dão à notícia que abre o jornal, na medida em que esta “reflete aquilo que de mais importante acontece no país e no Mundo (...) e assume-se como o mais significativo do noticiário: é a primeira (Lopes, Oliveira, Pinto & Sousa, 2009, p. 103). Nesse sentido, “é natural que notícia de abertura se assuma “como a mais importante, logo, com maior valor (Cruz, 2014, p. 106).

Curado (2002), explica que o telejornal incorpora “sistemas de valoração das notícias segundo a ordem da estrutura noticiosa geral”, o que significa que “está-se na presença de uma hierarquia em que a posição de uma determinada notícia no alinhamento de um telejornal reflete a importância que esta detém no mesmo”. Não é de estranhar, por isso, que as notícias que abrem o jornal conhecem e são merecedoras de um “desenvolvimento completo logo no início do noticiário” (Curado, 2002, p. 138).

Há quem considere que, apesar das notícias de abertura terem vindo a ter um acréscimo no que diz respeito à “riqueza formal e velocidade”, também é verdade que “mantém uma focagem excessivamente polarizada na vida política e centrada na capital do país”. Significa isto que “o Telejornal parece não ter arrepiado caminho, continuando, algo autisticamente, a mover-se num universo aperreado (Lopes, Pinto, Oliveira & Sousa, 2009, p. 126).

Algumas análises mais profundas, dão conta que “o telespectador só assimila cerca de 30 a 35% da informação difundida. Esses mesmos estudos apontam para os momentos em que a atenção é máxima e para os pequenos pormenores que despertam a atenção”, daí a importância que pode ter, por exemplo, “uma frase bombástica a abrir” (Canavilhas, 2001, p. 7). Refira-se que a abertura do jornal e a importância que é conferida ao momento também têm sido alvo de constantes mutações. “Nos primeiros tempos, a notícia de abertura fazia-se sob a forma de off (texto lido pelo pivô, sendo predominantemente ilustrado com fotografias e imagens fixas)”. Já “no período de monopólio em regime

democrático, regista-se um aumento progressivo das peças isoladas”. Finalmente, na “fase pós-privadas, há um predomínio de peças em bloco temático” (Lopes, Pinto, Oliveira & Sousa, 2009, p. 122).

### **2.1.6. Interesse público e interesse do público**

A termo “opinião pública” foi institucionalizado no século XVIII e está associado à opinião livre do cidadão, podendo ser desenvolvida por qualquer pessoa e em qualquer espaço. De uma forma mais detalhada, Coelho (2005) define o termo, explicando que se trata de “um conjunto de grupos de discussão partilhada, onde cada um dos membros contribui de forma ativa com ideias e opiniões, numa perspetiva de solução de problemas, inseridos num contexto de uma sociedade dinâmica individual, onde o contacto social é comum” (Coelho, 2005, p. 26).

O «interesse do público» está mais associado aos canais privados (SIC e TVI), onde o foco está em conseguir o máximo de público possível, ou seja, de uma forma geral, “o que rege este sistema são as vendas, que tornam a televisão inflexível na procura de grandes audiências (Brandão, 2006, p. 51). Ao «interesse do público» associam-se valores como “instantaneidade” e “massificação”, ou seja, o que se faz é “transformar a informação em simples mercadoria, que cada vez menos tem “uma função cívica” (Ramonet, 2000, em Brandão, 2002, p. 81). No interesse do público a “avaliação da noticiabilidade é contagiada pela pressão do mercado e da concorrência” (Correia, 1997, p. 144-147).

O «interesse público» está mais associado aos canais públicos (RTP) e é sinónimo de informação séria e rigorosa. Sousa (1997) considera que no interesse público “assegura-se a independência, o pluralismo, o rigor e a objetividade da informação”, mas também se deve “promover a criação de programas dirigidos a crianças, jovens e minorias culturais e contribuir para o esclarecimento, a formação e a participação cívica e política da população” (Sousa, 1997, p. 3). O interesse público caracteriza-se pela “prestação de serviço ao cidadão” e a intenção de “dar a conhecer os principais acontecimentos da sociedade, as suas implicações e correta contextualização para completa compreensão dos factos”, ou seja, no fundo, intrinsecamente ligado ao “dever de dar a conhecer factos de interesse público” (Vaz, 2009, p. 19). A forma de tentar chamar a atenção do público passa, somente, pela tentativa de diversidade no alinhamento e pela tentativa de exclusividade, ou seja, tentar dar notícias que mais nenhum canal tem.

Assim, de uma forma simples e sintética, «interesse público» relaciona-se “com aquilo que importa saber”, já «interesse do público» relaciona-se “com o que agrada às audiências” (Lopes, 2008, p. 115).

Apesar das características mencionadas, o facto de o interesse do público estar mais associado aos canais privados e interesse público a canais públicos, essa ligação não é cega. As estações privadas também têm obrigações para com os cidadãos, sendo exigido a todas as empresas de comunicação social que defendam o interesse público.

Neste contexto, os operadores públicos devem neutralizar tendências para uma informação-espetáculo, pois se o meio de comunicação social “apenas obedecer aos critérios das audiências, aderirá à menor cultura comum, característica do cidadão da sociedade de consumo, em que a comunicação de massa exclui a cultura e o saber” (Baudrillard, em Brandão, 2002, p. 82). Uma opinião que é partilhada por Brandão (2006), que considera que a televisão não é tida em conta como deveria ser, já que, muitas das vezes, “negligencia a sua responsabilidade social, como instrumento mediador da sociedade, tendo um papel informativo, educativo, formativo e construtor da realidade social” (Brandão, 2006, em Santos, p. 22).

## **2.2. Lógicas televisivas**

### **2.2.1. Serviço público e operadores privados de televisão**

Em território europeu, surgiu primeiro a televisão de serviço público e, numa segunda fase, a televisão privada. De uma forma básica, a televisão de serviço público tem como premissas “informar, educar e distrair”. Já as prioridades na televisão privada são “divertir, persuadir e vender” (Sena, 2002: 207).

O serviço público deve transmitir a informação, sem tomar partido ou esconder partes de factos ocorridos. Por outras palavras, os noticiários “devem proporcionar uma informação isenta, rigorosa, plural e contextualizada, que garanta a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e internacionais” (Cláusula 6, ponto 2, alínea C do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio e de Televisão). Por este motivo, o cidadão deve esperar que um canal de serviço público seja uma fonte fiel de informação.

O canal de serviço público, mais especificamente, a RTP (Rádio e Televisão de Portugal) relata, de forma imparcial, as notícias, assegurando que a informação chega corretamente a todos, para que “os telespetadores possam exercer a sua função de cidadãos”, o que contribui para o “funcionamento saudável do sistema democrático”. O serviço recorre a “parâmetros culturais, em vez de oferecer o que é rentável” (Curran e Seaton, 2001, p. 386).

“A televisão é vista como a representação da realidade, (...) pelo que o Serviço Público deve ser uma janela aberta ao mundo da cidadania” (Brandão, 2006, p. 20), tendo uma responsabilidade acrescida na informação, trabalhando tendo sempre em vista os cidadãos e não os consumidores.

Outra componente importante do serviço é que este deve incentivar, através da sua programação, “o pluralismo e o acesso da diversidade como ponto de referência a todos os portugueses, bem como, desenvolver uma postura que prima pelo fator de coesão social e de integração, dando uma importância acrescida à formação, informação e até entretenimento dos cidadãos” (Brandão, 2010, p. 34). De igual forma, Fidalgo (2003) considera que a RTP, tratando-se de serviço público, deve “garantir a acessibilidade a todos de maneira igual, num patamar mínimo de qualidade, a um custo acessível”, havendo assim um leque vasto de “informação livre e plural, cultura, lazer e entretenimento” (Fidalgo, 2003, p. 21).

A missão do serviço público não é a mesma na TV privada, pelo que, também não deve aí “partilhar a mesma hierarquia” (Rodrigues, 2001, p. 53). O canal público “deve apresentar a realidade não como um espetáculo, mas, sim, como facto de estímulo à participação na gestão dos assuntos de interesse público – e não interesse do público – recuperando os valores comunitários e redefinindo a esfera pública (Brandão, 2002, p. 63). O mesmo investigador vai mais longe e afirma que “o serviço público de media deve encarar o telespectador não como uma simples mercadoria, visando unicamente a maximização das audiências, mas também procurar novas abordagens que assentem na criação de perceções culturais sobre o que existe, incluindo os públicos da cultura popular” (Brandão, 2010, p. 32).

Deste modo, de acordo com Lopes (2003), o canal de serviço público deve caracterizar-se pelo “princípio de continuidade (não pode haver paralisação de emissão), mutabilidade (adaptação à atualidade), igualdade, neutralidade (não emitir juízos de

valor) e pela participação ativa dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos”. De resto, a mesma autora defende que, no serviço público, “deve também ser dado um espaço à voz dos cidadãos: aquilo que os portugueses pensam ajuda a criar um espaço público mais interventivo.” (Lopes, 2003, p. 82 a 105).

Como já foi referido, só anos mais tarde é que apareceu a TV privada em Portugal: em outubro de 1992 surgiu a SIC, em fevereiro de 1993, a TVI.

De acordo com Fernandes (2001), a televisão privada apareceu quando se assistia ao “desenvolvimento económico nacional, a competitividade internacional, bem como o aumento da comercialização dos produtos internacionais que se traduziram numa conjuntura favorável à abertura da exploração da televisão de iniciativa privada” (Fernandes, 2001, em Santos, 2016, p. 11). Foi, exatamente, em 1989 que houve “uma abertura à discussão para a entrada de canais privados” e, no ano seguinte, “foi aprovada a Lei da Televisão, que permitia legalmente esse processo”, tendo sido atribuídas “duas frequências de televisão nacionais: uma à Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e outra à Televisão Independente (TVI)” (Sousa e Santos, 2003, em Santos, 2016, p. 11).

Analisando o comportamento das estações privadas ao longo dos anos, percebe-se que estas têm um posicionamento diferente do que é adotado na estação pública. A TVI, segundo Lopes (2012), adota um jornalismo que dá primazia a temáticas nacionais às internacionais, sobrepondo a vida quotidiana à política, privilegiando o cidadão comum às fontes oficiais e valorizando o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza racional (Lopes, 2012, em Santos, 2016, p. 12). Por sua vez, a SIC, segundo Santos (2016), tem-se regido por valores que garantam a independência do poder político, económico ou de qualquer doutrina ou ideologia e procura “dar voz às novas correntes de ideias e um estilo inovador de programação” (Santos, 2016, p. 12). A respeito da televisão privada, considera-se que “procura essencialmente seduzir e promover o espetáculo, o que atrai os serviços de publicidade que procuram pelos canais de maiores audiências” (Sena, 2002, p. 2079). De facto, ao contrário do que acontece com a televisão pública, a televisão privada “pode privilegiar um determinado aspeto, pode manifestar uma tendência, facultando os diversos pontos de vista” (Herrerros, 1998, em Vaz, 2009, p. 11). O que, normalmente, os canais privados fazem é privilegiar determinados ângulos em função da audiência.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Na realidade, apesar de usufruírem de mais liberdade, os canais privados também são sujeitos a obrigações, limites de liberdade na programação noticiosa, restrições e até limites em relação à publicidade são impostos. Em relação às obrigações, é possível depreender, através da Lei da Televisão, que: “todos os operadores de televisão devem garantir o rigor, a objetividade e a independência da informação” (Ponto 2, tópico G, Secção II, Artigo nº 30, Lei da Televisão, que consta no Diário da República). Mas na mesma lei também há lugar para obrigações mais específicas, nomeadamente no que diz respeito aos direitos fundamentais, sobretudo, entre crianças e jovens: “todos os operadores de televisão devem garantir, na sua programação (...) a observância de uma ética de antena, consistente, designadamente no respeito pela dignidade da pessoa humana e pelos demais direitos fundamentais, como proteção, em especial dos públicos mais vulneráveis, designadamente, crianças e jovens” (Ponto I, Secção II, Artigo nº 30, , Lei da Televisão, que consta no Diário da República).

Existem, também, limites de liberdade na programação noticiosa. É um facto que “todos os elementos dos serviços de programas devem respeitar (...) a dignidade da pessoa humana, os direitos fundamentais e a livre formação da personalidade das crianças e adolescentes, não devendo, em caso algum, conter pornografia em serviço de acesso não condicionado, violência gratuita ou incitar ao ódio, ao racismo e à xenofobia” (Limites à Liberdade de Programação, Capítulo 3, Secção I, Artigo nº 24, Lei da Televisão, que consta no Diário da República).

Com isto quer-se dizer que “a atividade de televisão não pode ser exercida ou financiada por partidos ou associações políticas, autarquias locais ou associações, organizações sindicais, patronais ou profissionais, direta ou indiretamente, através de entidades em que detenham capital ou por si subsidiadas” (Restrições, Capítulo II, Artigo nº 14, Lei da Televisão, que consta no Diário da República).

A publicidade assume um papel de destaque nas estações privadas, na medida em que representam uma fonte de rendimento extremamente relevante. Por isso mesmo, a disputa do bolo publicitário gera concorrência. No entanto, na Lei da Televisão existem limites à publicidade: “Nos serviços de programas televisivos de cobertura nacional e acesso não condicionado, o tempo reservado às mensagens publicitárias não pode exceder 15% do período diário de emissão” (Secção II, Artigo nº 36, Lei da Televisão, que consta no Diário da República).

O surgimento da televisão privada, de uma forma resumida, tanto trouxe aspetos negativos, como aspetos positivos. Por um lado, veio trazer “concorrência direta entre canais”, no que diz respeito, por exemplo, à durabilidade das emissões e mesmo à qualidade da oferta televisiva, o que acabou por se traduzir num número de audiências mais elevado. Por outro lado, “houve uma melhoria significativa na diversificação da oferta, desde o aparecimento de novos géneros televisivos ao campo da informação” (Fernandes, 2000, p. 140). Em suma, a TVI e a SIC têm mais liberdade para privilegiar certos conteúdos em detrimento de outros. O mesmo não acontece na RTP, que, por ser um operador público, tem mais obrigações. Os canais privados, “mais do formar, (...) têm o intuito de vender, de chamar a atenção e cativar o cidadão”. A grande diferença entre um canal público e um privado reside no facto de que “um visa essencialmente o lucro e pretende seduzir o consumidor, o outro quer aproximar-se do cidadão e não se subordina (pelo menos no plano teórico) a critérios de rentabilidade” (Lopes, 1999, p. 37).

### **2.2.2. A luta pelas audiências**

A audiência televisiva é medida tendo em conta a atitude que adota cada telespectador no visionamento televisivo dos programas, ou seja, é feita uma audimetria, que regista segundo a segundo o contacto com os diferentes canais. Fazendo uma comparação, em termos informativos, o telespectador tem hoje muitas mais opções do que tinha no passado. Não só existe o Jornal da Tarde e o Jornal da Noite da RTP, SIC e TVI, mas, agora, também existe a RTP Notícias, a SIC Notícias e a TVI24, o que faz com que a audiência esteja mais dispersa. Os telespectadores têm, por isso, mais opções de escolha, traduzidos em mais programas informativos que são criados com o propósito de atingirem uma maior satisfação das necessidades.

Quando se fala em audiências tem de se perceber que, em termos de importância hierárquica, no caso dos canais privados, a captação de público está no topo das prioridades e que, no caso dos canais públicos, embora a audiência seja considerada relevante, não está no topo das prioridades em termos de importância.

Quer-se dizer, com isto, que enquanto o canal público, neste caso, a RTP, deve e tem de noticiar o que se passa no país e no mundo, tendo sempre a preocupação de cumprir o serviço público, os canais privados não têm tanto essa obrigatoriedade e podem dedicar-se mais em noticiar temas que vão mais ao encontro do que o público procura.



Como não poderia deixar de ser, os canais privados, logicamente, também se preocupam em noticiar o que de mais importante se passa dentro e fora do país, mas as notícias são sempre criadas tendo em vista a tentativa de cativar a atenção do espectador.

Para Canavilhas (2001), a probabilidade de um noticiário conseguir captar o público “depende da sua capacidade de oferecer uma realidade completa, global e o mais natural possível” (Canavilhas, 2001, p. 5). Já Bourdieu (2001) vai mais longe e considera que um noticiário está mais perto de conquistar a audiência quanto mais obedecer ao “princípio da procura do sensacionalismo, do espetacular”, ou seja, “a televisão apela à dramatização no duplo sentido da palavra: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera a sua importância, a sua gravidade e o seu caráter dramático, trágico” (Bourdieu, 2001, p. 12).

Para Correia (1997), os objetivos passam por “explorar sentimentos, emoções fáceis e alimentar e aproveitar certos temas de interesse e agrado garantido, tendo em vista o aumento das audiências e a vitória sobre a concorrência” (Correia, 1997, p. 159). Brandão (2006) sugere mesmo que a forma como as audiências são encaradas carecem de revisão. Na opinião do autor “o jornalismo deveria ir ao encontro das aspirações do espectador como cidadão, mesmo que tal noção implicasse um ajustamento nas audiências”, já que “estas apenas fornecem elementos-base acerca do número de pessoas que viram dado programa, mas não nos dão uma percepção real a nível qualitativo”, ou seja, “não nos informam acerca dos gostos, vontades e opiniões dos telespectadores (Brandão, 2006, p. 78).

### **2.1.3. Contextualização histórica dos canais analisados**

#### **a. Rádio e Televisão de Portugal (RTP)**

Foi a 15 de dezembro de 1955 que o Governo constituiu oficialmente a RTP (Radiotelevisão Portuguesa), por iniciativa do Governo de Salazar, num prolongamento da estação de rádio à televisão.

No entanto, a ideia já havia sido pensada em anos anteriores, através do Gabinete de Estudos da então Emissora Nacional que analisou o projeto, com Marcelo Caetano a ser um dos principais impulsionadores, já que aconselhou Salazar a criar uma rede de televisão nacional.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

As emissões experimentais na RTP iniciaram-se a 4 de setembro de 1956. Numa segunda etapa de ensaios, inclui-se a Informação da grelha de programação e é a 7 de março de 1957 que se iniciam as emissões regulares.

A evolução acabou por acontecer de forma bastante rápida. Em 1958, a televisão passou a ocupar uma parte das casas dos portugueses, na medida em que cerca de 30 mil casas passaram a ter aparelho televisivo. Já em 1960, as emissões estenderam-se a todo o território nacional.

A 25 de Dezembro de 1968 nasce um segundo canal, designado por RTP2, uma alternativa aos níveis da Cultura e do Desporto. Já na década de 70, nascem os canais dos arquipélagos dos Açores e da Madeira, ou seja, especificamente, a RTP Madeira a 6 de Agosto de 1972 ea a RTP Açores a 10 de Agosto de 1975.

Com o 25 de Abril de 1974, altera-se o estatuto da empresa concessionária da radiotelevisão. A RTP é nacionalizada, transformando-se na empresa pública Radiotelevisão Portuguesa, EP.

Depois de diversas experiências técnicas, o dia 7 de março de 1980 fica na história por causa do início das emissões a cores, naquele que foi um dos grandes marcos da história da televisão em Portugal.

No dia 10 de junho de 1992, a RTP estendeu a área de influência ao estrangeiro e começaram a aparecer as emissões internacionais, através da RTP Internacional. Seis anos mais tarde, a 7 de janeiro de 1998, apareceu também a RTP África, canal de Televisão que transmite para os Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa (Angola, Cabo Verde, Guiné-Bissau, Moçambique e São Tomé e Príncipe).

A 5 de janeiro de 2004, a RTP2 passa a denominar-se 2. No mesmo ano, é criado a RTP Memória e a RTPN. Ainda em 2004, a Rádio, Televisão e, também, o meio Online fundem-se numa única empresa, ou seja, a Rádio e Televisão de Portugal, tal e qual como hoje é conhecida. A 19 de março de 2007, a 2 retoma a designação original e volta a ser RTP2, mas desta vez com nova identidade. A 19 de setembro de 2011, a RTPN evolui para RTP Informação. Já a 5 de outubro de 2015 o mesmo canal passa a designar-se RTP3.

Refira-se que, ao longo dos últimos anos, tem existido uma aposta forte, por parte da RTP, no digital. Em, 2011, passou a existir o “RTP Play”, um serviço em que a estação pública foi pioneira e que tem a finalidade de visualizar e escutar emissões online.

Destaque, também, para a implementação da app móvel “RTP Notícias” em fevereiro de 2017.

Até à presente data, a diretora de Informação da RTP é Maria Flor Pedroso. Já o diretor de programas é José Fragoso.

## **b. SIC**

Em abril de 1988 a Controljornal é constituída como empresa holding de todo o grupo de comunicação social liderado por Francisco Pinto Balsemão. Já em março de 1991, o capital social da Controljornal é aberto a investidores externos. Cria-se uma “super” holding, de seu nome Impresa, que concorre à atribuição dos primeiros canais de televisão privados. Desta forma, a Impresa torna-se num dos acionistas fundadores da SIC (Sociedade Independente de Comunicação).

As emissões da SIC arrancam em outubro de 1992 e assinalam o nascimento da primeira televisão privada em Portugal. Oficialmente, as emissões iniciaram a 6 de outubro de 1992. Francisco Pinto Balsemão tinha como objetivo alcançar a estação de maior audiência, que, até à data, era a RTP. Para tal, foram criadas estratégias e feitos investimentos. Emídio Rangel foi contratado como primeiro diretor geral e de programas da SIC. Mudou-se a forma de fazer informação em Portugal, com a integração de debates generalistas e formatos mais próximos das pessoas, como “Terça à Noite” ou “Praça Pública”.

Paralelamente, fizeram-se apostas em diversos formatos que levaram a SIC à liderança, como é exemplo a aposta em telenovelas da Rede Globo em exclusivo para Portugal, o lançamento do reality show do canal, “Acorrentados”, ou mesmo séries de ficção nacional, como é exemplo a série de sucesso “Médico de Família”.

Nove anos depois, em 2001, Emídio Rangel muda-se para a RTP e é substituído por Manuel Fonseca, na direção de programas da SIC. Na informação lançaram-se programas inovadoras como “Hora Extra” ou “País em Direto. Quatro anos mais tarde, decorria o ano de 2005 quando a SIC anunciou a saída de Manuel Fonseca para ser substituído por Francisco Penim.

Em 2011, Luís Marques é nomeado como Diretor-Geral de Conteúdos do canal. Cinco anos mais tarde, em 2016, é Francisco Pedro Balsemão a assumir a responsabilidade da Supervisão de Orientação de Emissões da SIC, coordenando a direção

de programas do canal. Desde 2018 até à presente data, Daniel Oliveira é diretor de programas da SIC, novo-diretor geral de entretenimento e, também, responsável pelos produtos digitais na área do entretenimento do grupo. A área da informação está a cargo de Ricardo Costa. Destaque para o facto de, ainda nesse ano, todos os elementos da equipa SIC terem saído do edifício Carnaxide, onde estiveram 26 anos, para passarem para o Edifício São Francisco de Sales.

### c. TVI

A Televisão Independente (TVI) é o segundo canal privado e o quarto generalista a surgir. Em 1993, o canal fez as primeiras emissões experimentais, mas foi só um ano depois, em 1994, que se estreou para todo o território nacional, incluindo os arquipélagos da Madeira e Açores, através de uma rede própria de emissores. O canal foi fundado por entidades ligadas à Igreja Católica, onde se inclui também a Rádio Renascença.

Em 1997, o grupo “Media Capital” entra no capital social da TVI, comprando 30% da estação. Por essa altura, Miguel Amaral é nomeado como Presidente do grupo. Esta alteração surgiu, sobretudo pelo facto de, até ao momento, o canal registar um fraco desempenho em termos de audiências e receitas publicitárias. Desse modo, foram feitas várias reformulações.

Até à data a aposta do canal passava por ser uma estação alternativa ao que outros canais ofereciam, apostando em concursos, séries e novelas estrangeiras. No entanto, sobretudo a partir de 1998, a aposta passou a recair na ficção nacional, talk shows e reality shows. Por esta altura, José Eduardo Moniz era o Diretor Geral do canal.

No mesmo ano, em 1998, a “Sonae”, associada à “Cisneros” e à “Lusomundo” passa a deter a gestão da televisão e avança com um aumento de capital no canal. No entanto, passado pouco tempo, a “Media Capital” exerce o seu direito de preferência e adquire as posições da “Sonae”, da “Cisneros” e da Lusomundo, passando a deter mais de 90 por cento da capital. Em 2005, é a vez da “Prisa” entrar na TVI para tornar-se a acionista principal do grupo “Media Capital”. No ano seguinte, em 2006, a mesma empresa “Prisa” lança uma oferta pública de aquisição e consegue, então, a totalidade das ações representativas do capital social da Media Capital, passando, assim, não só a controlar grande parte do grupo “Media capital”, mas sim, todo o grupo.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Em 2019, depois da TVI ser gerida 11 anos pela “Prisa”, a “Altice” entra em cena e compra o grupo Media Capital por 450 milhões de euros, tornando-se, assim, a nova dona da TVI. Até ao momento, a atual Diretora de Programas da TVI é Felipa Garnel. Já o Diretor de Informação é Sérgio Figueiredo.

## 3 – Estudo empírico

### 3.1 Metodologia

Uma investigação empírica implica sempre a formulação de uma questão de partida. Tendo tal premissa em consideração, elaborou-se, para o contexto da presente pesquisa empírica, a seguinte pergunta de investigação:

**O lugar a partir do qual são feitas as notícias, como é o caso do Jornal da Tarde da RTP1, condiciona temas e fontes?**

Considera-se que a pergunta de partida em causa tem dois eixos de análise.

O primeiro eixo tem que ver com o facto da RTP ser a única estação a produzir o Jornal da Tarde a partir do Norte. A SIC e a TVI produzem o respetivo Noticiário do almoço a partir de Lisboa. Desta forma, pretende-se perceber se o lugar influencia, ao nível da origem geográfica das notícias e ao nível da geografia dos protagonistas ouvidos.

O segundo eixo tem que ver com o facto de a RTP ser a única estação televisiva que é pública. A SIC e a TVI são estações privadas. Nesse sentido, pretende-se saber se isso faz alguma diferença em termos de conteúdo informativo, nomeadamente no que diz respeito aos formatos, às áreas temáticas abordadas e em termos de estatuto dos protagonistas ouvidos.

Para responder à pergunta de partida, construíram-se hipóteses, passíveis de serem comprovadas através da análise. Pretende-se aferir se as hipóteses são ou não corroboradas.

**Hipótese 1:** O facto da RTP produzir o Jornal da Tarde a partir do Norte faz com que o lugar dos acontecimentos seja diferente, quando comparado com a SIC e TVI que produzem o noticiário do almoço a partir de Lisboa

**Hipótese 2:** A RTP, por ser uma estação pública e produzir o Jornal da Tarde a partir da zona Norte, dá voz a protagonistas diferentes, em termos de geografia e estatuto, quando comparado com a SIC e TVI

**Hipótese 3:** A RTP, por ser a única estação pública, aborda áreas temáticas diferenciadas quando comparando com as duas estações públicas, SIC e TVI

Fez-se uma análise pormenorizada do Jornal da hora do almoço da RTP, SIC e TVI. Considerou-se que duas semanas de análise seria o período adequado para fazer a investigação em causa. Por isso mesmo, foram vistos 14 noticiários a fundo, de cada canal generalista.

Optou-se por escolher analisar a segunda semana de outubro de 2018 (8 de outubro de 2018 a 14 de outubro de 2018) e a quarta semana de novembro (26 de novembro a 2 de dezembro de 2018).

Existem semanas em que um assunto está na ordem do dia, o que faz com que exista um fluxo de notícias sobre o assunto demasiado grande. Ora, tendo em conta esta realidade, houve uma preocupação em escolher duas semanas cuja atualidade não fosse dominada por um assunto em concreto, sob pena de tornar a análise enviesada. Por este motivo, optou-se por analisar a segunda semana de outubro de 2018 e a quarta semana de novembro de 2018.

Importa, agora, explicar os motivos que levaram a escolher os indicadores e respetivas categorias.

*Tabela II – Indicador origem geográfica das notícias*

<b>Indicador origem geográfica das notícias</b>
Norte
Centro
Lisboa
Sul
Ilhas
Nacional global
Internacional global

O indicador “origem geográfica das notícias” é fundamental para a análise em causa. São os resultados desta categoria que vão permitir perceber se determinado órgão de comunicação social dá mais ênfase, a partir das notícias, a determinada região do país ou, pelo contrário, a atenção geografia é similar em todas as regiões do país.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Os indicadores em causa têm como categorias Norte, Centro, Lisboa, Sul, Ilhas, Nacional global e internacional global.

A categoria “Norte” alberga todo o território mais a norte de Portugal. Por distritos, a categoria abarca Viana do Castelo, Braga, Vila Real, Bragança, Porto.

A categoria “Centro” abarca as regiões que estão mais no centro de Portugal. Por distritos, a categoria abarca, Aveiro, Viseu, Guarda, Coimbra, Castelo Branco, Leiria, Santarém e Portalegre.

A categoria “Lisboa” abrange toda a Área Metropolitana de Lisboa. Fala-se, por isso, dos municípios de Alcochete, Almada, Amadora, Barreiro, Cascais, Lisboa, Loures, Mafra, Moita, Montijo, Odivelas, Oeiras, Palmela, Seixal, Sesimbra, Setúbal, Sintra e Vila Franca de Xira.

A categoria “Sul” inclui todas as regiões mais a Sul de Portugal. Fala-se, por isso, dos distritos de Évora, Beja e Faro.

A categoria “Ilhas” diz respeito à Região Portuguesa Autónoma da Madeira e à Região Portuguesa Autónoma dos Açores.

A categoria “Nacional global” abrange todas as notícias que dizem respeito a Portugal como um todo, ou seja, são notícias falam de Portugal no global e não de nenhum território particular do país. Alguns assuntos que se enquadram nesta categoria são, por exemplo, notícias relacionadas com o Governo, nomeadamente, o Orçamento do Estado, notícias de alguma greve que se estendeu a todo o país, notícias relacionadas com a previsão do estado do tempo, notícias relacionadas com combustíveis mais caros/baratos ou morte de alguma figura pública.

A categoria “Internacional global” inclui todas as notícias que dizem respeito a algum assunto no estrangeiro.

De referir que o espaço onde os factos se sucedem influencia a categoria. Recorre-se, agora, por isso, a um exemplo prático, para ajudar a explicar melhor o indicador. Caso um clube de futebol português, por exemplo, o Sporting Clube de Braga for jogar à Alemanha contra um clube estrangeiro, caso o jogo e a notícia sejam feitas no estrangeiro a categorização será “Internacional global”, mas se o jogo e a notícia sejam feitas no Estádio Municipal de Braga, a categorização já será “Norte”.



*Tabela III – Indicador protagonistas ouvidos (geografia)*

<b>Indicador protagonistas ouvidos (geografia)</b>
Norte
Centro
Lisboa
Sul
Ilhas
Nacional global
Internacional global

“Protagonistas analisados de acordo com a geografia foi outro indicador utilizado.

Uma vez que já estavam criadas as categorias para a origem geográfica das notícias, no tópico “protagonistas ouvidos”, optou-se por manter exatamente os mesmos modelos. Nesse sentido, os indicadores em causa têm como categorias também Norte, Centro, Lisboa, Sul, Ilhas, Nacional global e Internacional global.

Caso o protagonista ouvido seja qualificado, em termos de geografia, por “Norte”, significa que, atualmente, vive ou desempenha funções profissionais mais a norte do território português. Por distritos, o protagonista reside ou trabalha, atualmente, em Viana do Castelo, Braga, Vila Real, Bragança ou Porto. Por categorias, o protagonista reside, atualmente, em Viana do Castelo, Braga, Vila Real, Bragança ou Porto.

Caso o protagonista ouvido seja caracterizado, em termos de geografia, por “Centro, significa que, atualmente, vive ou desempenha funções profissionais no centro do país. Por distritos, o protagonista reside ou trabalha, atualmente, em Aveiro, Viseu, Guarda, Coimbra, Castelo Branco, Leiria, Santarém e Portalegre.

Caso o protagonista ouvido seja qualificado, em termos de geografia, por “Lisboa”, significa que, atualmente, vive ou desempenha funções profissionais Área Metropolitana de Lisboa. Por distritos, o protagonista reside ou trabalha, atualmente, no município de Alcochete, Almada, Amadora, Barreiro, Cascais, Lisboa, Loures, Mafra, Moita, Montijo, Odivelas, Oeiras, Palmela, Seixal, Sesimbra, Setúbal, Sintra e Vila Franca de Xira.

Caso o protagonista ouvido seja caracterizado, em termos de geografia, por “Sul”, significa que, atualmente, vive ou desempenha funções profissionais no sul do país. Por

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

distritos, o protagonista reside ou trabalha, atualmente, nos distritos de Évora, Beja e Faro.

Caso o protagonista ouvido seja qualificado, em termos de geografia, por “Ilhas”, significa que, atualmente, vive ou desempenha funções profissionais na Região Portuguesa Autónoma da Madeira ou na Região Portuguesa Autónoma dos Açores.

Caso o protagonista ouvido seja qualificado, em termos de geografia, por “Nacional global”, significa que, atualmente, profissionalmente a sua atividade estende-se a todo o país. A título exemplificativo, são abrangidos nesta categoria protagonistas como Marcelo Rebelo de Sousa (Presidente da República), António Costa (Primeiro-ministro), Pedro Proença (Presidente da Liga de Portugal) ou Fernando Santos (Selecionador Nacional).

Caso o protagonista ouvido seja qualificado, em termos de geografia, por “Internacional global”, significa que, atualmente, desempenha funções profissionais no estrangeiro. São exemplos desta categoria protagonistas como Petro Poroshenko (Presidente da Ucrânia), David Neeleman (Empresário brasilo-americano), Rob Marshall (Realizador dos EUA).

O mesmo protagonista pode ser considerado em determinadas situações como “Nacional global” e noutras situações “Internacional global”. Por exemplo, Cristiano Ronaldo é um profissional de futebol que joga no Juventus e representa a Seleção Nacional Portuguesa. Caso o futebolista dê uma entrevista como jogador do clube italiano é considerado “Internacional global”, mas se o mesmo jogador der uma entrevista na qualidade de jogador da Seleção Nacional já é considerado “Nacional global”.

Da mesma forma, o mesmo protagonista pode ser considerado em determinadas situações, por exemplo, “Lisboa” e noutras situações “Nacional global”. Por exemplo, Rafa Silva é um jogador profissional de futebol do SL Benfica e também da Seleção Nacional Portuguesa. Caso o jogador dê uma entrevista na qualidade de jogador do clube da capital é considerado “Lisboa”, mas se o mesmo jogador der uma outra entrevista na qualidade de jogador da Seleção Nacional já é considerado “Nacional global”.

*Tabela IV – Indicador protagonistas ouvidos (estatutos)*

<b>Indicador protagonistas ouvidos (estatuto)</b>
Artistas

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Associações//Sindicatos
Cidadão Comum
Comentadores
Desportistas/Representantes de clubes
Economistas/Empresários/Gestores/Engenheiros
Estudantes
Forças policiais/Proteção Civil/Militares
Médicos/Enfermeiros/Farmacêuticos
Políticos
Profissionais de Justiça
Professores/Investigadores
Religiosos
Outros

“Protagonistas ouvidos”, ao nível do estatuto foi um outro indicador utilizado no modelo de análise. O objetivo é perceber se o facto de existirem estações públicas e privadas se influencia ao nível de estatuto dos protagonistas ouvidos.

Foram utilizadas 14 categorias diferentes de estatutos dos protagonistas. Subdividem-se em “Artistas”, “Associações//Sindicatos”, “Cidadão comum”, “Comentadores”, “Desportistas/Representantes de clubes”, “Economistas/Empresários/Gestores/Engenheiros”, “Estudantes”, “Forças policiais/Proteção Civil/Militares”, “Médicos/Enfermeiros/Farmacêuticos”, “Políticos”, “Profissionais de Justiça”, “Professores/Investigadores”, “Religiosos”, “Outros”.

São, agora, evidenciadas cada uma das categorias utilizadas no presente trabalho.

“Artistas”: abrange diferentes profissões, desde escritores, cantores, atores, tenores, músicos, encenadores, cartoonistas, comediantes/humoristas, DJ’s ou outras personalidades das artes.

“Associação//Sindicatos”: representam diferentes grupos e profissões da sociedade. Reivindicam os direitos de profissões como, por exemplo, Funcionários Judiciais, Juízes, Enfermeiros, entre outros. De notar que é habitual que um sindicato do mesmo setor tenha diferentes responsáveis em diferentes regiões do país, ou seja, por

exemplo, nas notícias recolhidas, o Sindicato dos Enfermeiros Portugueses, para o Porto tem um representante (Maria de Fátima Monteiro) e para Faro tem outro diferente (Nuno Majua).

“Cidadão comum”: indivíduos entrevistados sobre determinado assunto da agenda do dia. São os protagonistas que não lhe são atribuídos “oráculos”.

“Comentadores”: analisam a atualidade noticiosa de assuntos considerados relevantes no país e no Mundo.

“Desportistas/Representantes de clubes”: protagonistas diretamente ligados a alguma modalidade desportiva. No futebol, os profissionais desportivos podem ser treinadores, selecionadores e jogadores. Noutras modalidades, podem ser pilotos, maratonistas, surfistas, entre outros.

“Economistas/Empresários/Gestores/Engenheiros”: abrange uma vasta quantidade de profissões. Nesse sentido, evidenciam-se, na categoria, exemplos para cada um dos tópicos. O tópico “economistas” pode incluir consultores, o tópico “empresários” pode incluir diretores de uma qualquer propriedade privada, o tópico “gestores” pode incluir gestores de projetos de uma qualquer empresa e, finalmente, o tópico “engenheiros” pode incluir um profissional de uma qualquer empresa, associado a uma qualquer área da engenharia, como, por exemplo, engenheiros florestais.

“Estudantes”: protagonistas que podem ser alunos do ensino básico, do ensino secundário, e, também, universitários de qualquer instituição pública ou privada.

“Forças policiais/Proteção Civil/Militares”: profissionais responsáveis por, de alguma maneira, protegerem a população. Podem ser GNR’s, PSP’s, comandantes de divisões policiais, mas também podem ser protetores civis, bombeiros, sapadores e, por fim, militares.

“Médicos/Enfermeiros/Farmacêuticos”: profissionais que podem trabalhar em qualquer espaço de saúde, sendo que, tratando-se de médicos, podem ter diferentes especialidades, desde endocrinologistas a pediatras, por exemplo.

“Políticos”: exercem funções políticas. Os protagonistas que cabem neste grupo são presidentes de diferentes países, governantes, Procuradores-Gerais da República, Comissários Europeus, Líderes Parlamentares, Deputados, Secretários de Estado, Governadores, Presidentes de Câmara, Vereadores ou simplesmente candidatos.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

“Profissionais de justiça”: envolve todos os indivíduos que estão associados, seja diretamente ou indiretamente, à justiça. A título exemplificativo, estes indivíduos podem ser ouvidos nos jornais por serem juristas/juízes, procuradores, advogados, escrivães ou mesmo oficiais de justiça.

“Professores/Investigadores”: envolve uma quantidade abrangente de profissionais ligados à educação, sendo que, no caso dos professores, podem lecionar em qualquer espaço educativo do ensino básico, ensino secundário, ensino especial, ensino universitário e, no caso dos investigadores, podem ser cientistas de qualquer área do conhecimento.

“Religiosos”: são protagonistas que pertencem a uma religião, podendo incluir chefes da Igreja Católica Apostólica Romana a bispos, frades, postuladores, missionários.

“Outros”: são protagonistas que não cabem em nenhuma das categorias referidas anteriormente, ou seja, podem ser, por exemplo, meteorologistas, cozinheiros, pescadores, livreiros, pasteleiros, entre outros.

*Tabela V – Indicador áreas temáticas*

<b>Indicador áreas temáticas</b>
Acidentes
Ambiente
Casos de polícia
Catástrofes naturais
Cultura
Desporto
Economia
Educação
Incêndios
Inovação e Tecnologia
Justiça
Política
Saúde

Transportes
Turismo

O indicador “área temática” também foi utilizado no modelo de análise. É considerado relevante para perceber que temáticas os meios de comunicação televisivos abordam em maior escala. No fundo, comparar se existem diferenças entre os canais RTP, SIC e TVI, partindo do pressuposto de que existe uma estação pública e duas estações privadas.

Ao todo, o indicador inclui 15 categorias. Subdividem-se em “Acidentes”, “Ambiente”, “Casos de polícia”, “Catástrofes naturais”, “Cultura”, “Desporto”, “Economia”, “Educação”, “Incêndios”, “Inovação e Tecnologia”, “Justiça”, “Política”, “Saúde”, “Transportes”, “Turismo”.

Explica-se, agora, quais os assuntos e as temáticas que cabem em cada categoria.

“Acidentes”: inclui todas as notícias que, de uma forma ou de outra, estejam relacionadas com ocorrências, que podem ir desde mortes, choques entre veículos, desaparecimentos ou destruições.

“Ambiente”: inclui todos os assuntos ligados ao meio ambiente, por exemplo, notícias associadas às condições meteorológicas, às alterações climáticas às alterações do estado dos mares, entre outras.

“Casos de polícia”: inclui tudo o que esteja relacionado com as autoridades, desde confrontos que envolvam violência, agressões, assassinatos, mortes, abandonos de bebés, ferimentos, detenções, roubos ou mesmo buscas.

“Catástrofes naturais”: envolve tempestades, furacões, explosões, cheias ou mesmo nevões.

“Cultura”: possui alguma diversidade, desde notícias relacionadas com concertos, festivais de música, festivais de fotografia/vídeo, exposições, estreias de cinemas, estreias de teatros, lançamento de livros ou feiras do livro. Na categoria cabem também assuntos ligados a personalidades ligadas da cultura (por exemplo, notícias sobre o falecimento de algum artista).

“Desporto”: grande parte do conteúdo desta área temática é associado ao Futebol, podendo incluir antevisões de jogos, resultados, sorteios de competições, convocatórias

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

para seleções, nomeações para prémios FIFA, términos de carreira de jogadores, não renovações de jogadores num clube, lesões de jogadores ou despedimentos de treinadores. De referir, no entanto, que existem assuntos extra futebol, podendo existir notícias que abrangem outras modalidades como Hóquei em Patins, Ralis, Fórmula 1, Maratonas, entre outras.

“Economia”: inclui notícias relacionadas com a atividade económica, podendo incluir notícias sobre o desemprego em Portugal, o abrandamento da economia, as pensões/subsídios de Natal dos portugueses, a carga fiscal da luz e do gás dos portugueses, o preço dos combustíveis, a subida dos juros, o aumento das pensões, a taxa turística em diferentes regiões, entre outros assuntos.

“Educação”: área temática associada ao ensino, cujos assuntos têm, grande parte das vezes, como protagonistas os professores (por exemplo, através de greves) e os alunos (por exemplo, através dos protestos). De resto, existem temáticas diferenciadas da categoria, como é o caso de bolsas de estudo em atraso, manuais escolares gratuitos, polémicas em inquéritos feitos a alunos ou licenciaturas anuladas.

“Incêndios”: abrange as notícias sobre fogos propriamente ditos e o típico combate às chamas.

“Inovação & Tecnologia”: inclui todos assuntos que constituem uma novidade em termos de processo ou produto, a título exemplificativo, esta categoria pode incluir notícias desde carros autónomos 5G a eletrocardiogramas feitos através de uma aplicação do telemóvel.

“Justiça”: abrange todos os assuntos relacionados com a área, desde suspeitas, culpas, acusações, mandatos, detenções, julgamentos, defesas, alegações, decisões dos Tribunais, condenações, cumprimento de penas, confissões, acórdãos, recursos, liberdades, prisões, depoimentos, providências cautelares e instruções de casos.

“Política”: abarca temas diretamente ou indiretamente relacionados com Governos ou diferentes partidos políticos nacionais ou internacionais. E pode incluir, na mesma notícia, mais que um país, a partir de acordos ou divergências entre os mesmos.

“Saúde”: engloba todos os assuntos que estão relacionados com a área temática, desde a falta de recursos humanos no setor público, a problemas como, por exemplo, surtos, epidemias, entre outros.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

“Transportes”: inclui estudos de mobilidade ou mesmo problemáticas relacionadas com o setor, como, por exemplo, falta de comboios em determinada região do país.

“Turismo”: engloba factos que promovem cidades ou países, desde eventos, rotas, expositores, mercados e mesmo convívios. Paralelamente, surgem, também, naturalmente, os prémios relacionados com o Turismo.

*Tabela VI – Indicador formatos*

<b>Indicador formatos</b>
Boca
Comentário
Direto
Off de pivô
Off
Peça
Promo

O indicador “formatos” permite perceber que formas os canais mais utilizam para apresentar as peças noticiosas e, a partir daí, analisar se existem diferenças entre os canais. O indicador em causa tem as categorias Off de pivô, Off, Comentário, Peça, Direto, Boca e Promo.

Conforme explicado na parte teórica do presente trabalho, os formatos escolhidos, tal e qual como estão categorizados e tipificados, tiveram como base o trabalho de Loureiro (2008), que recorreu às investigações de Felisbela Lopes (1999) e Nuno Brandão (2002). Houve, por isso, uma aplicação de um trabalho já feito.

### **3.2. Análise dos resultados**

A análise pormenorizada de cada noticiário permite responder à pergunta de partida, bem como perceber se as hipóteses formuladas são ou não comprovadas. Nesse sentido, apresentam-se, agora, os resultados, bem como a análise dos mesmos. A análise



dos três meios de comunicação social será sempre feita em termos percentuais e nunca em números brutos

### 3.2.1. Origem geográfica das notícias

O primeiro tópico diz respeito à “origem geográfica das notícias”. A análise deste tópico permite perceber quais são as zonas mais presentes em cada noticiário.

Tabela VII – Origem geográfica das notícias

<b>Origem geográfica das notícias</b>						
	<b>RTP</b>	<b>%</b>	<b>SIC</b>	<b>%</b>	<b>TVI</b>	<b>%</b>
Norte	65	14,48%	37	9,00%	50	12,17%
Centro	37	8,28%	74	18,00%	60	14,60%
Lisboa	48	10,74%	87	21,17%	100	24,33%
Sul	6	1,34%	11	2,68%	9	2,19%
Ilhas	10	1,79%	7	1,46%	11	2,68%
Nacional global	126	28,19%	97	23,60%	91	22,14%
Internacional global	157	35,12%	99	24,09%	90	21,90%
<b>Total</b>	<b>449</b>	<b>100%</b>	<b>412</b>	<b>100%</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

Caso se verifiquem os valores, percebe-se que os mesmos têm algumas disparidades que vale a pena serem ressaltadas.

Em primeiro lugar, em relação à região “Norte”. As notícias sobre assuntos do norte do país, na RTP ocupam uma percentagem de 14,48%, na SIC 9,00% e na TVI 12,17%.

Ora, o facto de a RTP apresentar mais notícias relativas a assuntos do Norte do país, quando comparada com os outros dois canais televisivos não é algo que surpreenda, na medida em que a estação pública é a única que produz emissões a partir da zona Norte. Trata-se, por isso, de uma primeira constatação da primeira hipótese elaborada na metodologia.

Por seu turno, na região “Lisboa”, verifica-se uma percentagem de 10,74% na RTP, 21,17%, na SIC e 24,33% na TVI.

Pelos resultados, percebe-se que a RTP consegue um equilíbrio desta região face aos outros espaços geográficos (10,74%), não ficando demasiado centralizada na capital, como é o caso da SIC e da TVI, com percentagens, em ambos os casos superiores a 1/3 (21,17% e 24,33%, respetivamente).

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Na categoria “Nacional global”, a RTP destaca-se dos demais canais, com uma percentagem de 28,19%, já a SIC perfaz 23,60% e a TVI 22,14%. Na estação pública existe mais espaço para notícias que são, por assim dizer, “globais”, ou seja, respeitantes ao país todo, em detrimento das estações privadas que não focam a globalidade com tanta recorrência.

Já na categoria “Internacional global” a diferença da RTP face aos demais é ainda mais visível, tendo a estação 35,12%, a SIC 24,09% e a TVI 21,90%.

Em termos concretos, este resultado permite constatar que o jornal televisivo que se foca mais no exterior de Portugal é, também, a RTP. Assuntos como, por exemplo, eleições, crises e migrações de países externos a Portugal estão mais presentes na televisão do Estado. Tal resultado poderá estar relacionado com a realidade do canal que, em termos informativos, oferece serviço público aos cidadãos.

Percebe-se, por isso, que o local onde é feita a emissão influencia a produção noticiosa em termos geográficos. Noutra plano, o facto de haver um canal (RTP) focado no serviço público e outros canais (SIC e TVI) mais focados nas audiências faz com que as notícias variem, também, em termos de conteúdos noticiosos.

### 3.2.2. Protagonistas (geografia e estatutos)

A análise que se segue permite perceber o local a partir de onde mais vezes se fazem ouvir

*Tabela VIII – Protagonistas (geografia)*

<b>Protagonistas (geografia)</b>						
	<b>RTP</b>	<b>%</b>	<b>SIC</b>	<b>%</b>	<b>TVI</b>	<b>%</b>
Norte	158	23,94%	53	9,45%	88	18,03%
Centro	55	8,33%	115	20,50%	69	14,14%
Lisboa	61	9,24%	138	24,60%	106	21,72%
Sul	10	1,52%	17	3,03%	26	5,33%
Ilhas	10	1,52%	13	2,32%	15	3,07%
Nacional global	165	25,00%	121	21,57%	76	15,57%
Internacional global	201	30,45%	104	18,54%	108	22,13%
<b>Total</b>	<b>660</b>	<b>100%</b>	<b>561</b>	<b>100%</b>	<b>488</b>	<b>100%</b>

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Ao nível do lugar dos protagonistas da informação, a diferença entre canais é ainda mais visível do que na alínea anterior. Consta-se que a RTP dá voz de uma forma mais significativa à região Norte, através dos protagonistas que integram os noticiários, quando comparado com a SIC e a TVI. Já em relação à zona “Lisboa”, a RTP surge com um resultado de 9,24%, a SIC abrange uma percentagem de 24,60% e a TVI 21,72%. Tal como na geografia das notícias (vista na alínea anterior), também na geografia dos protagonistas a mesma situação é observável. Verifica-se uma estação com um menor resultado (RTP) e duas estações que atribuem um papel de destaque à capital (SIC e TVI).

Os resultados levam a concluir que um Centro de Produção do Norte do país faz toda a diferença, para que haja um maior equilíbrio e uma oferta mais versátil para o espectador, em termos informativos, à hora do almoço.

Outro tópico que vale a pena ser salientado é o resultado obtido na categoria dos protagonistas “Nacional global”. A RTP destaca-se com a percentagem de 25,00%, a SIC 21,57% e a TVI 15,57%. Ora, o que se observa, mais uma vez, é uma supremacia de valores e percentagens por parte RTP, canal público, em detrimento da SIC e TVI, canais privados.

Os resultados indicam que figuras importantes do país como António Costa (atual Primeiro-Ministro) ou Marcelo Rebelo de Sousa (atual Presidente da República) aparecem com menos frequência nos canais privados (21,57% na SIC e 15,5% na TVI) do que cidadãos comuns da área de Lisboa (24,60% na SIC e 21,62% na TVI). Tais resultados levam a concluir que a audiência importa e a busca da mesma tem influência no conteúdo dos meios televisivos.

Na categoria “Internacional global”, a RTP dá voz a uma percentagem de 30,45%, a SIC 18,54% e a TVI 22,13%.

Analisa-se, agora, o tópico “Protagonistas”, em termos de estatuto. Com este indicador pretende-se saber se existem diferenças entre canais públicos e privados no que concerne ao tipo de pessoas a quem se dá protagonismo.

Tabela IX – Protagonistas (estatutos)

<b>Protagonistas (estatutos)</b>						
	<b>RTP</b>	<b>%</b>	<b>SIC</b>	<b>%</b>	<b>TVI</b>	<b>%</b>
Artistas	35	5,30%	25	4,46%	23	4,71%
Associações//Sindicato	46	6,97%	70	12,48%	53	10,86%
Cidadão comum	168	25,45%	154	27,45%	146	29,92%

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Comentadores	3	0,45%	4	0,71%	5	1,02%
Desportistas/ Representantes de clubes	79	11,97%	46	8,20%	40	8,20%
Empresários/Economistas/ Gestores/Engenheiros	26	3,94%	39	6,95%	24	4,92%
Estudantes	16	2,42%	9	1,60%	-	0,00%
Forças policiais/Proteção Civil/Militares	29	4,39%	22	3,92%	21	4,30%
Médicos/Enfermeiros/Farmacêuticos	25	3,79%	16	2,85%	14	2,87%
Políticos	183	27,73%	141	25,13%	122	25,00%
Profissionais da Justiça	6	0,91%	19	3,39%	21	4,30%
Professores/Investigadores	25	3,79%	2	0,36%	8	1,64%
Religiosos	8	1,21%	6	1,07%	2	0,41%
Outros	11	1,67%	8	1,43%	9	1,84%
<b>Total</b>	<b>660</b>	<b>100%</b>	<b>561</b>	<b>100%</b>	<b>488</b>	<b>100%</b>

Comparando os resultados obtidos nos três meios de comunicação televisivos, conseguem-se perceber algumas diferenças.

Primeiramente, salientam-se as categorias em que a estação pública obteve maiores percentagens do que as estações privadas.

Começando por falar de protagonistas “políticos”, esta categoria apresenta na RTP uma percentagem de 27,73%, seguida da SIC com 25,13% e, por fim, a TVI com 25,00% de protagonistas políticos.

Falando em termos globais, o estatuto de protagonistas políticos é a categoria que contém maiores números e percentagens mais elevadas nos três casos. Tal facto é considerado positivo, na medida em que demonstra uma preocupação dos três canais em dar a conhecer as medidas e decisões que afetam o país.

Analisa-se agora a categoria “Professores/Investigadores”. A RTP surge com 3,79% protagonistas professores/investigadores, a SIC com 0,36% e a TVI com 1,64%. De igual modo, surge a categoria “Estudantes”. A RTP apresenta 2,42%, a SIC 1,60% e a TVI 0,00%. Os dois resultados revelam que a RTP é o canal que mais vezes ouve relacionado com o setor do ensino, o que demonstra que no que diz respeito ao ensino o canal está a cumprir com a prestação do serviço público.

Destaque ainda para a categoria “Artistas”. A RTP apresenta 5,30%, a SIC 4,46% e, finalmente, a TVI surge com 4,71%.

Como já foi referido, nesta categoria encontram-se protagonistas com diferentes talentos, como escritores, cantores, atores, pintores, entre outros talentos, ou seja, trata-

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

se de uma categoria muito associada à cultura. Nesse sentido, pode dizer-se que também na área cultural, a RTP está a prestar serviço público aos cidadãos.

Passa-se para a análise de “Desportistas/Representantes de clubes”. Nesta categoria, a RTP aparece com 11,97%, a SIC 8,20% e a TVI 8,20% também. A RTP surge com um valor ligeiramente superior em relação aos restantes canais, o que não deixa de constituir uma surpresa. Sendo o Desporto e, mais particularmente, o Futebol, uma modalidade tão apreciada por tantos espectadores, ouvir vozes relacionadas com o setor poderia ser uma vantagem competitiva em termos de audiência, pelo que, o resultado acaba por não ir de encontro ao que se esperava.

De igual forma, surgem “Forças policiais/Proteção Civil/Militares”. Nesta categoria, ouviram-se 4,39% de protagonistas na RTP, 3,92% na SIC e 4,30% na TVI. Mais uma vez, a RTP apresenta percentagens superiores, ainda que nesta área a vantagem seja tangencial face à TVI. Esperava-se, no entanto, que os canais privados tivessem um resultado superior e isto porque ouvir protagonistas sobre crimes, roubos, ataques, confrontos ou detenções são sempre assuntos que são do interesse do público, pelo que, também nesta categoria, os resultados acabam por não ir ao encontro do esperado.

Passa-se, agora, para a análise das categorias em que as estações privadas deram um maior destaque do que a estação pública.

Começa-se com a análise da categoria “Profissionais da Justiça”. A RTP apresenta uma percentagem de 0,91%, já a SIC contém 3,39% e a TVI 4,30% de profissionais ligados à Justiça. Neste caso em concreto, verifica-se que a RTP atribui um destaque muito menos significativo do que a SIC e a TVI. Estas diferenças de valores entre estações poderão estar relacionadas com o interesse e até a necessidade que os canais privados têm de serem líderes de audiências. De facto, ouvir declarações de arguidos, advogados ou juízes chama sempre a atenção do espectador, na medida em que, na maioria dos casos, abordam temas judiciais controversos.

De igual forma, surge a categoria “Associações//Sindicato”. A RTP apresenta uma percentagem mais baixa, com 6,97% de protagonistas, já a SIC, 12,48% e a TVI 10,86%.

Mais uma vez, acredita-se que a diferença de valores em causa se resume ao fator audiências. Ter protagonistas que fazem reivindicações dos seus direitos de profissões, muitas vezes, através de manifestações têm associado uma espetacularidade passível de chamar a atenção ao espectador.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Apresentam-se, agora, os resultados dos protagonistas “Empresários/Economistas/Gestores/Engenheiros”. A RTP obteve um resultado de 3,94%, por sua vez, a SIC obteve 6,95% e a TVI 4,92%. O resultado acabou por não ir de encontro ao esperado, uma vez que, tendo a RTP o dever e a obrigatoriedade de cumprir serviço público, esperava-se que o canal ouvisse, mais economistas sobre assuntos da economia do país.

Espaço ainda para abordar a categoria “Comentadores”. A RTP obteve um resultado de 0,45%, a SIC 0,71% e a TVI 1,02%. Apesar dos resultados serem muito similares, constata-se que a RTP acabou por ter a percentagem menor face à SIC e TVI. Esperava-se, no entanto, que a estação pública utilizasse mais recursos e desse mais espaço a comentadores.

De resto, o último destaque vai para a categoria “Cidadãos comuns”. A RTP contabilizou 25,45% de cidadãos comuns, a SIC 27,45% e a TVI 29,92%. Caso se atentem os valores em cada canal televisivo, “Cidadãos comuns” é a segunda categoria em que protagonistas aparece com mais regularidade em todas as estações, apenas atrás da categoria “Políticos”. O facto de se apresentar em segundo lugar, significa que, cada vez mais, a informação dá voz ao cidadão, demonstrando preocupação em ouvir as opiniões dos mesmos.

### 3.2.3. Áreas temáticas

Segue-se agora a análise ao tópico “Áreas temáticas”. Através desta variável poder-se-á tirar conclusões sobre as notícias, em termos conteúdo, em cada estação generalista.

Tabela X – Áreas temáticas

<b>Áreas temáticas</b>						
	<b>RTP</b>	<b>%</b>	<b>SIC</b>	<b>%</b>	<b>TVI</b>	<b>%</b>
Acidentes	21	4,70%	17	4,14%	26	6,33%
Ambiente	8	1,79%	11	2,68%	9	2,19%
Casos de polícia	17	3,80%	26	3,89%	30	7,30%
Catástrofes naturais	24	5,37%	23	5,60%	29	7,06%
Cultura	25	5,59%	21	5,11%	15	3,65%
Desporto	104	23,27%	61	14,84%	73	17,76%
Economia	34	7,61%	20	4,87%	24	5,84%
Educação	6	1,34%	9	2,19%	4	0,97%

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Incêndios	7	1,57%	21	5,11%	15	3,65%
Inovação e Tecnologia	10	2,24%	11	2,68%	3	0,73%
Justiça	18	4,03%	38	9,25%	48	11,68%
Política	127	28,41%	96	23,36%	95	23,11%
Saúde	30	6,71%	30	7,30%	15	3,65%
Transportes	10	2,24%	6	1,46%	12	2,92%
Turismo	6	1,34%	21	5,11%	13	3,16%
<b>Total</b>	<b>447</b>	<b>100%</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>	<b>411</b>	<b>100%</b>

Comparando as estações de televisão, percebe-se que cada uma dá primazia a determinados temas e conteúdos. Segue-se, por isso, uma análise mais aprofundada sobre cada categoria estudada.

Em determinadas categorias, as estações privadas conseguem percentagens superiores em relação à estação pública. Numa primeira fase, analisam-se as categorias em que é a estação pública que apresenta percentagens superiores.

Começa-se por abordar a categoria “Política”. A RTP reúne aqui uma percentagem de 28,41%. Com uma percentagem menor, está a SIC com 23,36%. Por último, a TVI, com 23,11%.

Importa salientar, antes de tudo, que se trata da categoria cuja percentagem é a mais elevada nos três canais, ou seja, as notícias sobre política são as que ocupam mais espaço nos jornais. Tais resultados são demonstrativos de uma preocupação, por parte dos meios, em dar a conhecer as principais decisões e medidas que afetam o país. Noutro plano, poder-se-á fazer uma comparação entre os três meios. A RTP é o canal que conta com uma maior percentagem. Acredita-se que o facto de se tratar da estação do Estado seja determinante para que o canal dedique mais tempo a assuntos sobre o Governo e seus envolventes, do que os restantes canais.

Segue-se a análise à categoria “Economia”. Em termos percentuais, a RTP possui 7,61%, a SIC 4,87% e a TVI 5,84%. Mais uma vez, a RTP assume um destaque em relação a SIC e TVI. “Economia” é uma categoria que abrange, por exemplo, notícias relacionadas com pensões, reformas, cargas fiscais da luz e da água, abrandamento/aceleração da economia, ou seja, muitas das notícias veiculadas são de interesse público.

Na cultura, a RTP possui 5,59% de notícias relacionadas com a Cultura, a SIC 5,11% e a TVI 3,65%. Mais uma vez, ainda que por uma margem reduzida, a RTP confere mais

protagonismo à “Cultura”, quando comparada com os outros canais. Nesta categoria cabem notícias sobre lançamento de livros, bem como anúncio de espetáculos, filmes e até concertos.

Na categoria “Desporto”, a RTP perfaz uma percentagem de 23,27% de notícias, a SIC 14,84% e a TVI 17,76%. Nas três estações, esta é a segunda categoria cuja percentagem é mais elevada, isto é, as notícias desportivas são a segunda categoria que mais espaço ocupam nos jornais. Também nesta categoria, a RTP tem percentagens mais elevadas em relação à SIC e TVI. Um resultado que acaba por não ir de encontro ao que era esperado, na medida em que, apesar de surgirem algumas notícias de serviço público na categoria, esta abrange muitos assuntos e notícias que são do interesse do público/cidadão comum, com a capacidade de prender o espectador e, mais especificamente, o vasto público que é fanático pelo futebol.

Analizam-se, agora, as categorias em que os canais privados dão um maior destaque.

Começa-se por abordar a categoria “Incêndios”. A RTP apresenta apenas 1,57%, por seu turno, a SIC 5,11% e a TVI, 3,65%. Percebe-se, então, que as percentagens mais elevadas pertencem às estações privadas. Acredita-se que os resultados estão diretamente associados ao fator audiências. De facto, os incêndios chamam a atenção do espectador, pelo que pode existir um lado sensacionalista dos canais privados que leva a explorarem a área temática de uma forma mais recorrente do que a televisão do Estado.

Nas “Catástrofes naturais”, a RTP surge com conteúdos sobre a temática de 5,37%. A SIC apresenta 5,60% de conteúdos sobre o assunto. Por último, a TVI, apresenta um resultado de 7,06%.

Caso seja feita uma comparação entre os canais, percebe-se que, apesar das diferenças não serem assim tão grandes, as estações privadas têm valores superiores e a estação pública surge posicionada no último lugar. Mais uma vez, o fator audiências é o que origina a tendência. De facto, o poder da imagem relacionada com catástrofes como tempestades, cheias, derrocadas, furacões ou até sismos pode ter sido utilizado de forma mais recorrente por parte das estações privadas com o objetivo de perseguir mais audiência, deixando os espectadores “colados” ao ecrã.

Na “Justiça”, a RTP apresenta 4,03% de notícias relacionadas com a temática. A SIC exhibe 9,25% de notícias sobre justiça. Por fim, a TVI revela 11,68% de notícias sobre o



assunto. Esta é a categoria em que as diferenças entre canais privados e públicos é mais notória. A RTP surge posicionada no último lugar, já a SIC e a TVI apresentam percentagens significativamente superiores. Processos que estão em tribunal são, muitas das vezes, comentados entre espectadores, pelo que, acredita-se que esta categoria seja mais explorada por causa disso mesmo, sobretudo pelos meios televisivos privados.

Nos “Casos de polícia”, a RTP encontra-se com uma percentagem de 3,80%. Com um resultado próximo, surge a SIC, com 3,89%. A TVI, com um resultado manifestamente superior em relação aos dois restantes canais: 7,30%. Comparando as percentagens, constata-se que a estação pública fica, mais uma vez, classificada no último lugar (com a ressalva de que a diferença entre a SIC e a RTP, neste caso, é bastante pequena). A tendência é a mesma: as estações privadas, também, nesta categoria, apresentam percentagens superiores. Trata-se de um resultado que não surpreende, na medida em que se acredita que o fator audiências leva a que canais privados invistam tempo a abordar notícias como queixas, crimes, roubos, ataques, confrontos ou mesmo detenções com o objetivo de captar mais público.

No que diz respeito ao “Turismo, a RTP apresenta uma percentagem de 1,34% de notícias, a SIC apresenta uma percentagem de 5,11%, a TVI apresenta 3,16%. Em termos comparativos, a RTP revela a percentagem mais reduzida, pelo que os canais privados, SIC e TVI, também ganham vantagem. Na maior parte das vezes, esta categoria é composta por notícias que surgem no fim de cada noticiário, sendo, por isso, considerada uma categoria em que predomina a existência de notícias “leves”. A título exemplificativo, são enquadradas nesta categoria notícias sobre eventos ou outras particularidades de determinada região. Tendo em conta o fator audiências, talvez exista um maior aproveitamento deste género de notícias por parte dos canais privados, porque poderão, também, ter em equação que o falar sobre regiões específicas do país é algo que poderá ajudar em termos de audiência sobretudo para as populações dessa determinada região.

### **3.2.4. Formatos**

O último tópico de análise são os “Formatos”. Trata-se de um indicador que se debruça sobre as diferenças entre os canais no que diz respeito à maneira de apresentar as notícias, ou seja, no fundo, diferenças entre a forma de fazer informação.

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Tabela XI – Formatos

<b>Formatos</b>						
	<b>RTP</b>	<b>%</b>	<b>SIC</b>	<b>%</b>	<b>TVI</b>	<b>%</b>
Off de Pivô	317	39,19%	378	43,50%	308	38,47%
Off	86	9,03%	23	2,65%	71	10,44%
Comentário	4	0,51%	1	0,12%	4	0,49%
Peça	265	32,19%	329	37,86%	253	32,16%
Direto	48	8,52%	41	4,72%	67	5,83%
Boca	49	2,16%	21	2,42%	17	5,95%
Promo	55	8,40%	76	8,75%	66	6,67%
<b>Total</b>	<b>824</b>	<b>100%</b>	<b>869</b>	<b>100%</b>	<b>786</b>	<b>100%</b>

Começando por abordar a categoria “Promo”, os resultados acabaram por não ser aquilo que se esperava. Em termos de percentagens, a RTP apresentou 8,40%, a SIC 8,75% e a TVI 6,67%. A maior percentagem pertence à SIC, seguida da RTP e a última posição pertence à TVI. As “promos” são chamadas de atenção para o espectador relativamente a determinados assuntos. Utilizadas durante os jornais, são uma forma de dizer ao cidadão que algo de interessante vai ser mostrado numa fase posterior da emissão. No fundo, é uma tentativa, por parte das estações, de fazer com que o telespectador continue atento à informação. Ora, tendo em conta que as estações privadas têm uma preocupação maior com as audiências, esperava-se que a SIC e a TVI se socorressem mais deste formato em relação a RTP. A RTP, mesmo não tendo as audiências como principal foco, acaba por ter percentagens muito satisfatórias, quando comparando com os restantes canais, em relação às “Promos” exibidas.

Relativamente à categoria “Comentário”, a RTP apresentou 0,51%, a SIC 0,12% e, por fim, a TVI apresentou 0,49%. Esperava-se que a RTP desse mais vezes espaço a especialistas para comentar os casos da atualidade do que os outros dois canais.

De resto, em relação aos restantes seis formatos, os valores são muito semelhantes entre as três estações. Tal significa que existe um padrão, com “off de pivô” e “peça” sendo os dois formatos mais utilizados pelos meios, sendo que “off”, “direto” e “boca” postos em prática apenas quando assim se justifica.

## Conclusão

O período de estágio na Rádio e Televisão de Portugal (RTP) revelou-se muito enriquecedor, a todos os níveis.

No início, como não poderia deixar de ser, existiu uma fase de adaptação. Aos ritmos, às rotinas da redação, às pessoas, aos feitos, que variam imenso de jornalista para jornalista, aos constrangimentos do tempo que se tem de cumprir, ao manuseamento de programas novos. No entanto, passada a fase inicial rapidamente me senti integrado e pronto para retirar o melhor proveito possível do estágio. Praticamente todos os dias sai em reportagem, exceção feita para as segundas-feiras de cada semana, em que o dia era reservado para editar uma peça com o editor da equipa. Todo o conteúdo escrito era avaliado e corrigido pela orientadora Fátima Faria. Existiu uma preocupação em montar os próprios textos, sempre que se regressava de algum trabalho na rua. E quando na redação as peças eram finalizadas e já não havia trabalho para fazer, existiu sempre o cuidado de pedir mais trabalho para realizar. Foram concretizadas vinte ‘peças’ e cinco ‘offs’.

Durante as saídas em reportagem, existiu também o cuidado de, sempre que se proporcionava, fazer o máximo de falsos diretos que eram possíveis. É certo que, muitas das vezes, as circunstâncias não ajudavam. Uma vez, o jornalista tinha prazos para cumprir e não podia perder tempo. Outras vezes, o repórter de imagem não revelava disponibilidade para auxiliar o estagiário. Ainda assim, com esforço, foi possível fazer seis falsos-diretos. Em conjunto com a orientadora Fátima Faria, existiu uma preocupação em conseguir o máximo de versatilidade no acompanhamento de reportagens, ou seja, assistiu-se e trabalhou-se em diferentes áreas temáticas, Inovação & Tecnologia, Incêndios, Cultura, Turismo, Acidentes, Saúde, Ambiente, Política, Desporto e Justiça. Numa componente mais prática, destacam-se duas das grandes conquistas: aprendeu-se a selecionar o mais importante, nomeadamente nos casos em que me debatia com declarações de entrevistados e desenvolveu-se a capacidade de síntese, porque escrever para televisão obriga a isso mesmo. Não estar parado é considerada a melhor forma de evoluir. Como tal, nunca existiu medo de fazer perguntas. Procurou-se ouvir muito, questionar muito, sem medos e, no fim, tentar aprender com os erros, pondo em prática os ensinamentos apreendidos.

O período de estágio na RTP foi realizado desde o início do mês de setembro de 2018 até ao fim do mês de novembro do mesmo ano. Em termos noticiosos, destacam-se dois dos momentos mais importantes do período de trabalho. Em termos internos, a polémica do Caso de Tancos e consequente remodelação do Governo, com novos ministros na Defesa, Saúde, Cultura e Economia. Lá fora, o acontecimento que marcou o estágio foi, sem dúvida, a eleição de Jair Bolsonaro, contra Fernando Haddad, na Presidência do Brasil. Tanto um assunto como outro arrastaram-se durante vários dias, pelo que, foi muito interessante assistir ao trabalho dos jornalistas que acompanhavam os assuntos. Em termos de experiência no terreno, destaca-se a oportunidade de ter assistido, ao vivo, a uma intervenção do Primeiro-Ministro de Portugal, António Costa, bem como a primeira entrevista feita à, na altura, nova Ministra da Saúde, Marta Temido, aquando da inauguração de um novo espaço de saúde em Gondomar.

Destaca-se um acompanhamento constante da orientadora Fátima Faria, a receptividade para ajudar por parte de quase todos os jornalistas, repórteres de imagem e editores, o bom ambiente de redação e a possibilidade de trabalhar com versatilidade em termos de editoria. Em termos negativos, refere-se a confiança reduzida para a realização de peças de uma forma autónoma pelo estagiário e a pouca receptividade por parte de uma minoria de jornalistas e repórteres de imagem.

A oportunidade de estágio deu origem, de uma forma consequente, a um estudo empírico. A realização do mesmo permitiu perceber a importância que tem para o país o facto de haver uma redação na zona Norte do país. Existem estruturas descentralizadas nas redações de televisão, pelo que o facto de a RTP produzir o Jornal da Tarde a partir de um centro diferente, que não na capital, permite configurar um maior equilíbrio no acesso das populações aos espaços públicos mediáticos que os jornais televisivos configuram.

Relativamente ao estudo empírico, foi criado um modelo de análise que implicou a elaboração e classificação de categorias de análise, criadas com o objetivo de responder à pergunta de investigação. Acredita-se que os dados que foram recolhidos traçam o quadro geral da forma como se processa o conteúdo informativo dos noticiários dos canais generalistas da hora do almoço.

De acordo com o que foi possível apurar a partir dos dados recolhidos, a RTP tem uma presença, ao nível da zona Norte de 14,48%, por seu turno a SIC apresenta 8,98% e a TVI 12,17%. A zona de Lisboa tem um peso de 10,69% na RTP, de 21,12% na SIC e de

24,33% em Lisboa. Os resultados da variável permitem concluir, por isso, que o lugar a partir de onde são coordenados e produzidos os jornais da hora do almoço influenciam, em termos geográficos, as próprias notícias.

Para além disso, no que a protagonistas diz respeito, existiram diferenças entre as estações. Relativamente à geografia, a RTP ouve 23,94% de protagonistas da região Norte, ao passo que a SIC ouve 9,45% e a TVI 18,03%. Já no que diz respeito a Lisboa, a RTP ouve 9,24% protagonistas, a SIC 24,60% e a TVI 21,72%. Ora, circunscrevendo a análise às duas zonas do país, percebe-se que o lugar a partir de onde são coordenados e produzidos os jornais da hora do almoço não só influenciam, em termos geográficos as próprias notícias, como também influenciam os protagonistas que se ouvem. Relativamente ao estatuto das pessoas ouvidas nas peças, percebe-se também aqui que existem diferenças. A RTP dá mais voz a políticos, desportistas/representantes de clubes, artistas, forças policiais/proteção civil/militares, médicos/enfermeiros/farmacêuticos, professores/investigadores, estudantes e religiosos. A SIC e a TVI dão mais voz a cidadãos comuns, protagonistas de associações//sindicatos, empresários/economistas/gestores/engenheiros, profissionais da Justiça e comentadores, acreditando-se que tais resultados são influenciados pela procura de audiências por parte dos canais privados. No entanto, no caso das forças policiais/proteção civil/militares e ainda dos desportistas, contra as expectativas iniciais, a RTP apresentou percentagens maiores. Tais resultados são considerados surpreendentes, na medida em que se acredita que o facto dos canais privados procurarem audiências, levasse a que investissem em ouvir mais vezes profissionais com estes estatutos, o que, pelo menos, nestas duas categorias, tal não acontece. No caso dos comentadores e empresários/economistas/gestores/engenheiros, os resultados não foram de encontro às expectativas iniciais, na medida em que se acreditava que a RTP pudesse levar a investir mais tempo e espaço em comentadores e em economistas a pronunciarem-se sobre a economia do país. Falando dos protagonistas, em termos globais, os políticos são os que ocupam mais espaço nos três noticiários, o que demonstra uma preocupação de todos em dar a conhecer as medidas e as decisões que afetam o país. A segunda categoria mais recorrente nos três noticiários são os cidadãos comuns, o que é demonstrativo de que, cada vez mais a informação dá voz ao cidadão, mostrando acrescentada preocupação em ouvir as suas opiniões.

A análise das áreas temáticas também permitiu tirar conclusões importantes. O que é verificável, através dos resultados, é que, de facto, existem diferenças entre as estações televisivas no que a áreas temáticas diz respeito. A RTP apresenta maiores percentagens, quando comparada com a SIC e a TVI nas áreas da política, economia, cultura e desporto. Por sua vez, os canais privados apresentam maiores percentagens do que a RTP nas áreas incêndios, catástrofes naturais, justiça, casos de polícia, turismo e ambiente. De facto, o lugar a partir do qual são feitas as notícias, como é o caso do Jornal da Tarde da RTP1, condiciona temas e fontes, sendo que essas diferenças entre canais são ainda mais agravadas tendo em conta que existe uma estação que é pública e duas estações que são privadas. Acredita-se que, também, por causa das características que estão na génese da estação, a RTP apresenta, em maior número, notícias de “interesse público”, com assuntos relevantes, com implicações para o cidadão comum. Já os operadores privados, apesar de também conterem conteúdo noticioso de “interesse público”, não é menos verdade que, fazendo uma correlação com as áreas temáticas, existe, também, um foco particular no “interesse do público”, dando ênfase, muitas das vezes, a uma informação que satisfaça as curiosidades dos cidadãos. Acredita-se o objetivo de atrair espectadores leve a que os canais privados procurem, de forma constante, ser líderes de audiências.

## Bibliografia

Abreu, K. (2001). *Pressupostos para criar bons roteiros de TV*. São Leopoldo: Curso de Comunicação Social

Barreiros, J. J. (2012). *Democracia, Comunicação e Média*. Lisboa: Mundo Sociais

Bolhão, A. (2013). *Contribuição do estágio curricular para a formação académica e profissional dos estagiários*. Coimbra: Instituto Superior Miguel Torga

Boudieu, P. (2001). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta

Brandão, N. (2002). *O Espetáculo das Notícias: a Televisão Generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa: Editorial Notícias

Brandão, N. (2006). *Prime-time: do que falam as notícias dos telejornais*. Cruz Quebrada: Casa das Letras

Brandão, N. (2010). *As Notícias dos Telejornais: Que serviço público para o Século XXI*. Lisboa: Guerra e Paz

Canavilhas, J. (2001). *O domínio da informação-espetáculo na televisão*. Covilhã: Universidade da Beira Interior

Coelho, P. (2005). *A TV de Proximidade e os Novos Desafios do Espaço Público*. Lisboa: Livros Horizonte

Correia, F. (1997). *Os Jornalistas e as Notícias*. Lisboa: Editorial Caminho

Cruz, C. (2014). *A decisão editorial em televisão: O Caso do Telejornal da RTP*. Lisboa: Universidade Aberta

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Cruz, C. (2008). *A telerrealidade: Uma abordagem hermenêutica Social da Realidade pela Informação Televisiva de Actualidade*. Lisboa: Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas

Curado, O. (2002). *A notícia na TV: o dia-a-dia de quem faz Telejornalismo*. São Paulo: Alegro

Curran, J.; Seaton, J. (2001). *Imprensa, Rádio e Televisão, Poder sem Responsabilidade*. Lisboa: Instituto Piaget

Fernandes, M. (2000). *Televisão do público: Um estudo sobre a realidade portuguesa (1993-1997)*. Coimbra: Edições Minerva Coimbra

Fidalgo, A. (1996). *O consumo de informação: Interesse e Curiosidade*. Covilhã: Universidade da Beira Interior

Fidalgo, J. (2003). De que é que se fala quando se fala em serviço público de televisão, in Pinto, M. (dir.) *Televisão e Cidadania: contributos para o Debate sobre o Serviço Público*. Braga: Universidade do Minho

Guerra, J. L. (2004). *O Percurso Interpretativo na Produção da Notícia: Verdade e Relevância como Parâmetros de Qualidade Jornalística*. Salvador: Universidade Federal de Sergipe

Jespers, J. J. (1998). *Jornalismo televisivo*. Coimbra: Minerva

Lage, N. (2001). *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record

Lopes, F. (1999). *O telejornal e o serviço Público*. Coimbra: Minerva

Lopes, F. (2003). *Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação*, in Pinto, M. (dir.). *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público*. Braga: Coleção Comunicação e Sociedade



Lopes, F. (2008). *A TV do real: a televisão e o espaço público*. Coimbra: Minerva

Lopes, F.; Oliveira, M.; Pinto, M.; Sousa, H. (2009). *A notícia de abertura do TJ ao longo de 50 anos (1959-2009)*. Braga: Coleção Comunicação e Sociedade

Loureiro, L. M. (2008). *A notícia de televisão na Internet: o fim do alinhamento, o princípio de quê?* in Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (dir.) *Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação 6 - 8 Setembro 2007* (pp. 2481 – 2496). Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade

Lourenço, J. (2013). *Critérios que definem a agenda e o alinhamento noticioso de um canal regional: Estudo de Caso da Localização TV*. Lisboa: Escola Superior de Comunicação Social

Shaw, D. L.; McCombs, M. (1977): *The Emergence of American Political Issues: The Agenda-Setting Function of the Press*. St. Paul: West Publishing

Oliveira, J. N. (2007). *Manual de Jornalismo de Televisão*. Lisboa: CENJOR

Park, R. (1972). *A notícia como forma de conhecimento: um capítulo da sociologia do conhecimento*, in Steinberg, C. (dir.). *Meios de comunicação de massa*. São Paulo: Cultrix

Ribeiro, F. (2006). *Fontes Sofisticadas de Informação: Análise do produto jornalístico da imprensa nacional diária de 1995 a 2005*. Porto: Universidade do Porto

Rocha, V.; Amarante, W. (2005). *Quem fala quando o assunto é criança e adolescente: uma análise do uso das fontes de informação pelos jornalistas*. Sergipe: Universidade Federal de Sergipe

Rodrigues, A. D. (2001). *Estratégias de Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença

Santos, M. (2016). *A Informação televisiva como fonte de cultura na sociedade: Estudo de caso do Telejornal da RTP1*. Lisboa: Faculdade de Ciências Humanas

## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Sena, N. M. (2002). *A Interpretação Política do Debate Televisivo 1974/1999*. Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa

Simão, J.; Fernandes, N. (2007). *Manual de Jornalismo Televisivo: UTAD TV*. Vila Real: Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

Soares, H.; Oliveira, J. (2007). *A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking*. Santos: Intercom Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação

Sousa, M. H. (1997). *Serviço Público, Televisão Comercial e a Implementação da Lei: Alguns elementos para o debate*. Braga: Universidade do Minho

Sousa, M. H. (1997). *Serviço Público, Televisão Comercial e a Implementação da Lei: Alguns elementos para o debate*. Braga: Universidade do Minho

Traquina, N. (2000). *O estudo das notícias no fim do século XX*. Revista de Comunicação e Linguagens. Lisboa: CECL

Vaz, D. (2009). *A Informação Televisiva: Análise dos Noticiários das Televisões Generalistas em Portugal*. Covilhã: Universidade da Beira Interior

Wolf, M. (1999). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença

Wolf, M. (1992). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença

## Webgrafia

Lei da Televisão e dos Serviços Audiovisuais nº 32/2003, de 22 de agosto, in <https://dre.pt/application/conteudo/656087> (Consultado a 21 de fevereiro de 2019)

RTP (2019), in <https://www.rtp.pt/> (Consultado a 6 de março de 2019)

SIC (2019), in <https://sic.pt/> (Consultado a 6 de março de 2019)

TVI (2019), in <https://tvi.iol.pt/> (Consultado a 6 de março de 2019)

## Anexos

Gráfico I - Origem geográfica das notícias

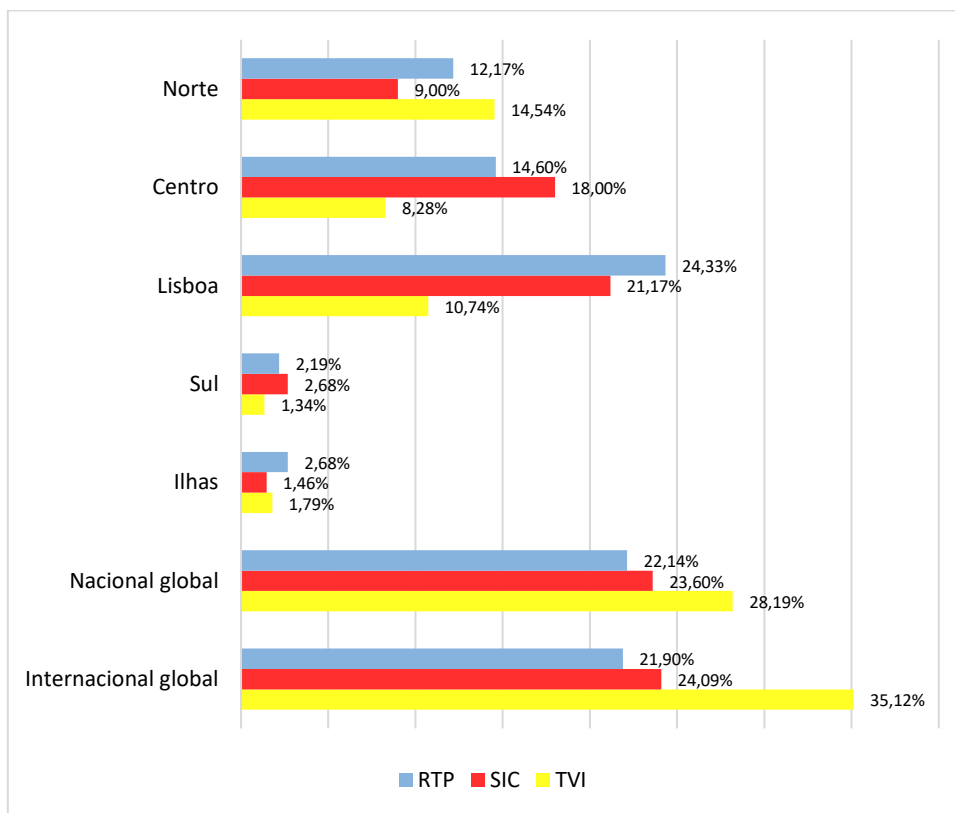
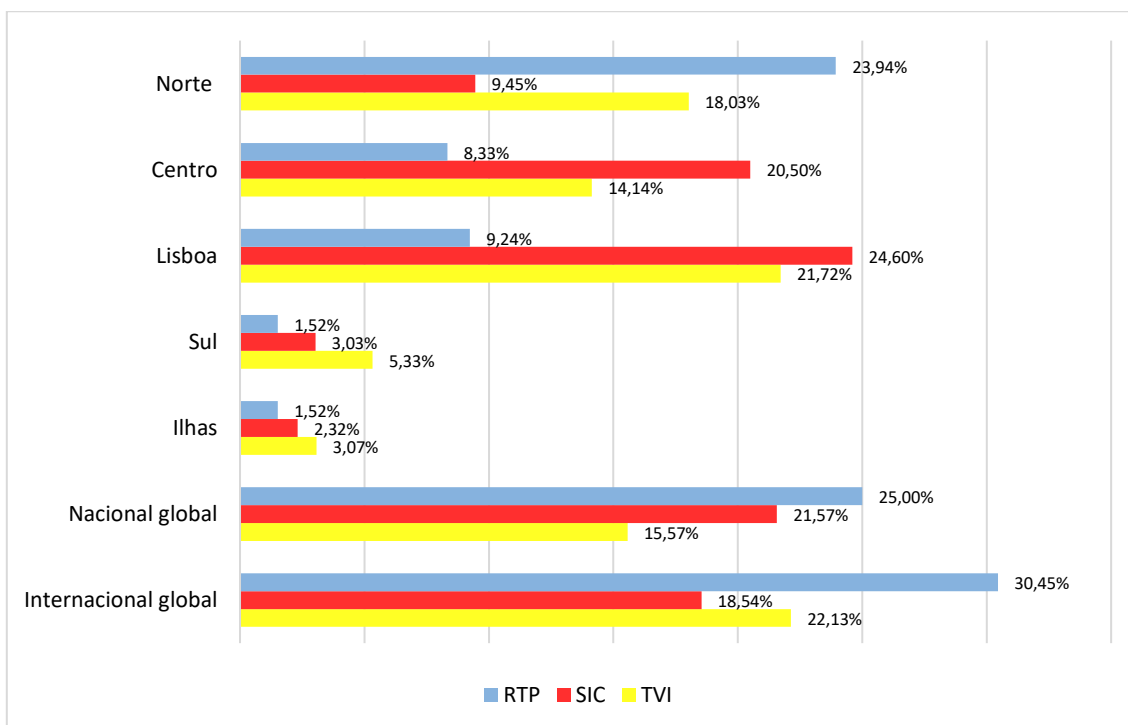
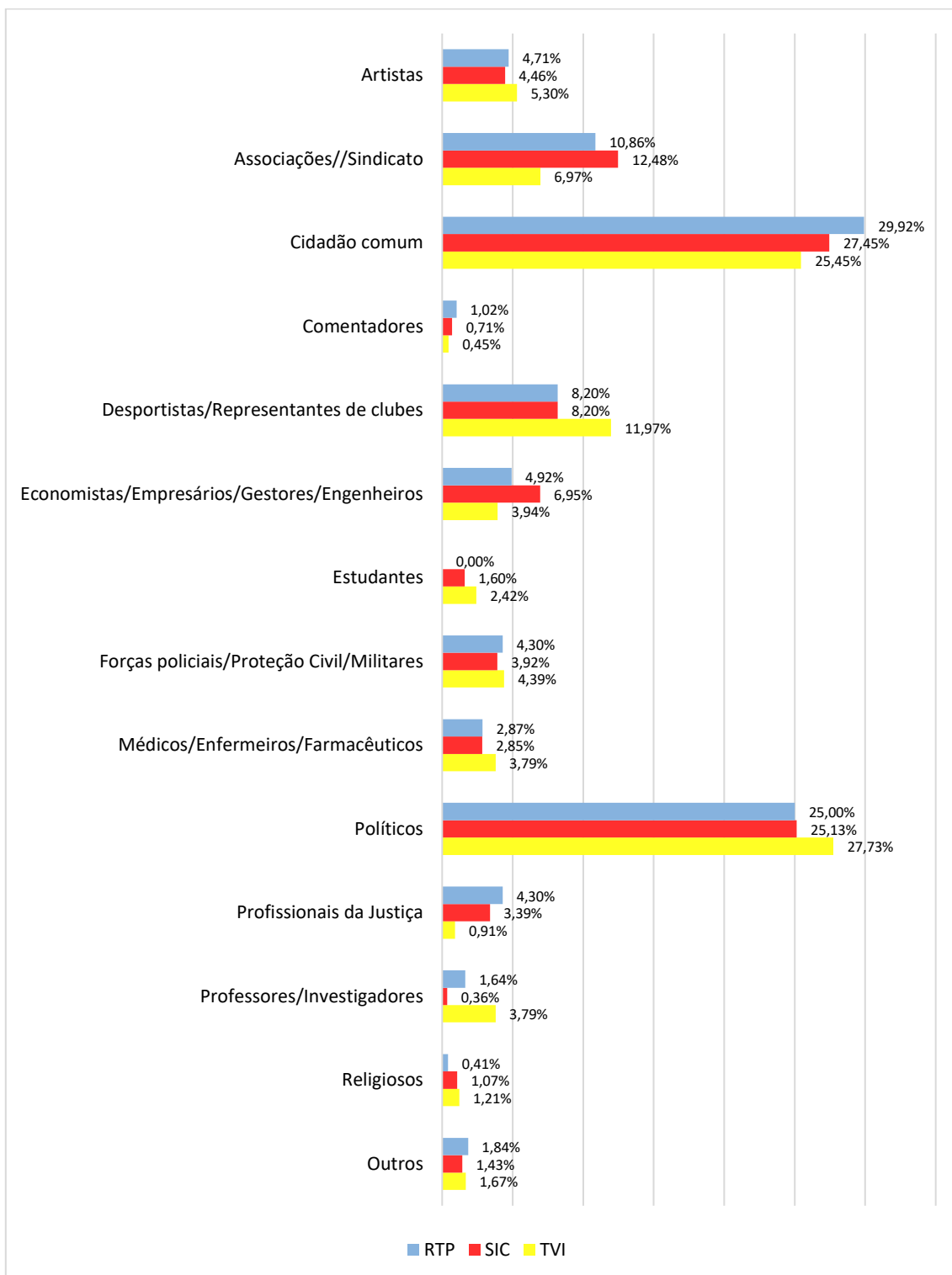


Gráfico II – Protagonistas ouvidos (geografia)



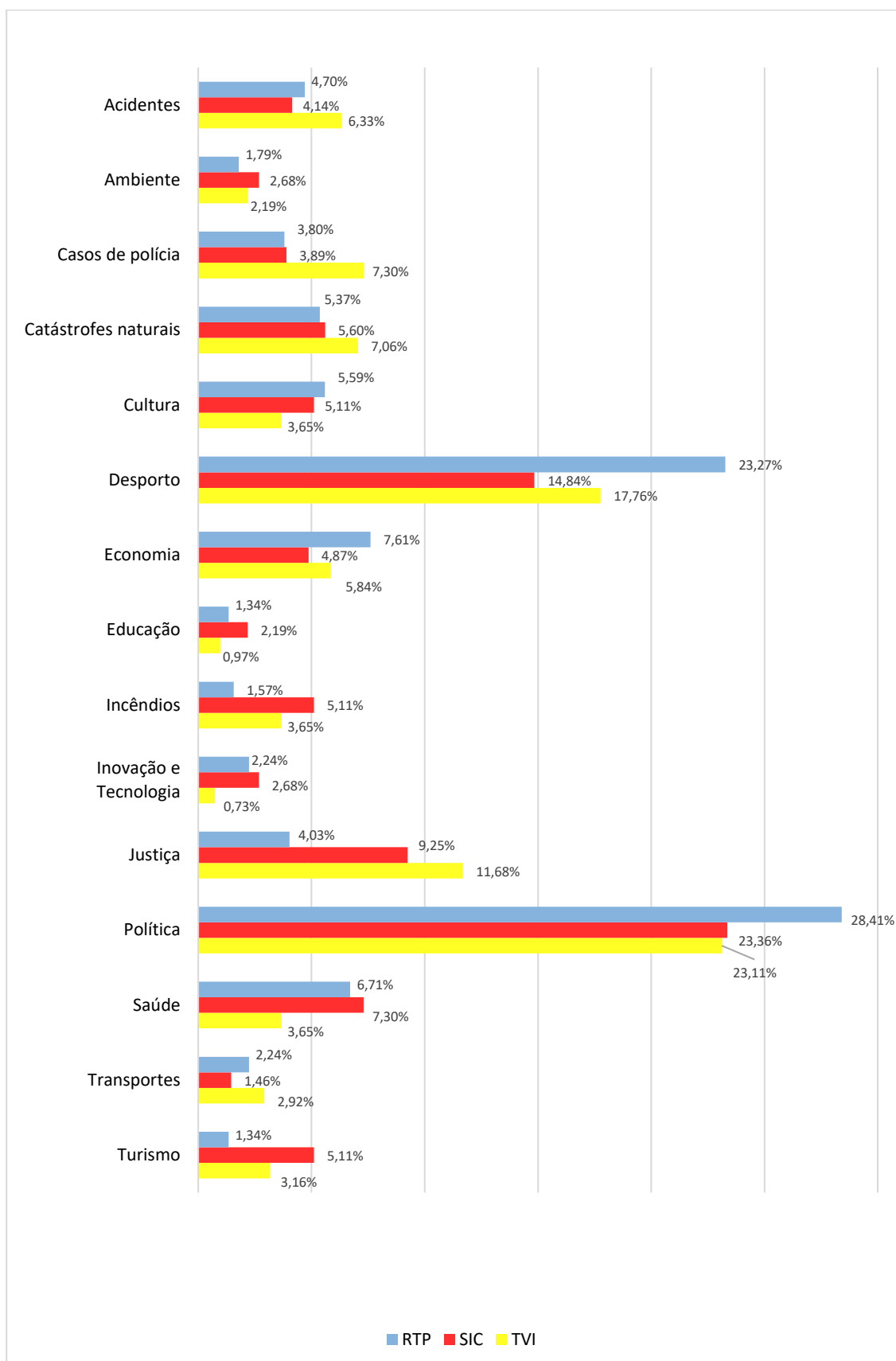
## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Gráfico III – Protagonistas ouvidos (estatuto)



## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Gráfico IV – Área temática



## Os noticiários dos canais generalistas da hora do almoço: retratos comparativos

Gráfico V – Formatos

