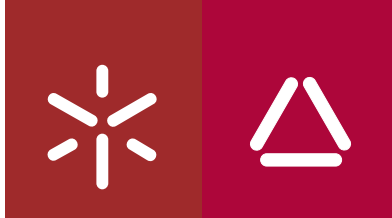




**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Liliana Raquel Silva Oliveira

***Plateaux informativos: a cadeira da  
opinião na Televisão Independente***



**Universidade do Minho**  
Instituto de Ciências Sociais

Liliana Raquel Silva Oliveira

***Plateaux* informativos: a cadeira da  
opinião na Televisão Independente**

Dissertação de Mestrado  
Mestrado em Ciências da Comunicação  
Área de especialização em Informação e Jornalismo

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

**Nome:** Liliana Raquel Silva Oliveira

**Endereço eletrónico:** [Liliana\\_rsoliveira@hotmail.com](mailto:Liliana_rsoliveira@hotmail.com)

**Número de Cartão de Cidadão:** 13861868

**Título da dissertação:** *Plateaux* informativos: a cadeira da opinião na Televisão  
Independente

**Orientador:** Professora Doutora Felisbela Lopes

**Ano de conclusão:** 2014

**Mestrado:** Ciências da Comunicação – área de especialização em Informação e  
Jornalismo

É autorizada a reprodução parcial desta dissertação, para efeitos de investigação,  
mediante declaração escrita do interessado, que a tal se compromete;

Universidade do Minho, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura:



## Agradecimentos

Aos meus pais, pelo amor incondicional, por patrocinarem os meus sonhos, por acreditarem sempre no meu trabalho, por serem o melhor e mais belo exemplo que a vida me deu. São o melhor de mim.

Ao meu irmão Diogo, por ter chegado para me ensinar o significado da palavra partilha e pela força que tem tido ao longo da vida, por ser um menino forte que me inspira e me orgulha. Fiz isto por mim e por ti.

À professora Felisbela, pelo apoio incondicional, pelas palavras de coragem, e por ter acreditado em mim.

Aos meus amigos, primos e familiares pelo apoio incondicional, por me inspirarem a ser sempre mais e melhor em tudo o que faço.

À Rita, à Andreia, à Filipa, à Susana, à Paula e ao João pela amizade, por terem sido uma família para mim, pela capa negra que partilhamos, pelos bons momentos de estudante que vivemos, pelas memórias eternas que guardo no coração.

À Universidade do Minho por ter sido, orgulhosamente, a minha segunda casa, pelos ensinamentos e crescimento pessoal. A todos aqueles que esta casa colocou no meu caminho, nestes que foram os melhores anos da minha vida.

À Sílvia, à Ana Candeias e ao Frederico por toda a ajuda, carinho e companheirismo.

À Agenda, à Filipa, ao Manuel Mateus, à Susana, à Andreia, à Joana, à Manuela e à Patrícia pela forma calorosa com que me receberam e pelo apoio incondicional ao longo do caminho.

À família TVI por todo o carinho. Estar-vos-ei para sempre grata.

Ao professor Marcelo Rebelo de Sousa, Henrique Medina Carreira, Constança Cunha e Sá, Manuel Serrão e José Alberto Carvalho pela simpatia e preciosa ajuda.

A ti avô, onde quer que estejas.

“Novo tempo é já memória; Dias breves em devir; É o arder na própria história; Todo o destino é partir”

**Hino da Universidade do Minho**



Universidade do Minho



## Resumo

A televisão é, para muitos, o meio de comunicação por excelência. O impacto e a importância que assume na sociedade são inquestionáveis. Uma larga parte dos portugueses acede à informação sobre a atualidade única e exclusivamente através da caixinha mágica que, em Portugal, desde 1974, aliou som e imagem. É alvo de muitos estudos nas Ciências da Comunicação, mas o foco nem sempre envolve aqueles que fazem parte dela. Muitos são os seus protagonistas. Três meses de estágio na TVI permitiram-me perceber o impacto que tem no telespectador cada reportagem, cada destaque, cada comentário. São eles, os comentadores, que recuperam a atualidade, que a debatem em estúdio, que a explicam e simplificam. São, por isso, um elo de comunicação importante entre a estação de televisão e o telespectador.

Tendo por base a experiência de estágio na televisão líder de audiências em Portugal, a TVI, este relatório de estágio pretende aprofundar questões ligadas ao comentário e aos comentadores residentes da estação de Queluz de Baixo. O objetivo passa por desenvolver um trabalho que se baseie nesta primeira experiência profissional, aliada aos estudos da área, na procura de novos dados sobre esta temática, englobando a perspectiva de quem a vive na primeira pessoa, os comentadores, e a visão de quem os convida, o diretor de Informação.

**Palavras-chave:** comentário; comentador; informação televisiva; *plateaux* televisivos



Universidade do Minho



## Abstract

Television is, for many, the *media* par excellence. The impact and the importance that has in society are unquestionable. A large part of the Portuguese people access to information exclusively through the magic box that, in Portugal, since 1974, has teamed sound and image. It is the target of many studies in Communication Sciences, but the focus does not always involve those who are part of it. Many are its protagonists. Three months of internship in TVI allowed me to realize the impact that every story, every highlight, every comment have on the viewer. It is them, the commentators, who recover the news, that debate it in the studio, that explain it and simplify. Therefore, they are an important communication link between the television station and the viewer.

Based on the experience of the internship at the audience leader television in Portugal, TVI, this internship report aims to deepen issues related to comment and resident commentators in the Queluz de Baixo station. The goal is to develop a work that is based on this first professional experience, coupled with studies of the area, in search of new data on this issue, encompassing the perspective of those living television in the first person, the commentators, and the sight of whom invites them, the director of information.

**Keywords:** comment; commentator; television information; television *plateaux*





Universidade do Minho



## Índice

|  |    |
|--|----|
| <b>Introdução</b> .....  | 13 |
| <b>Capítulo I – Media Capital &amp; TVI</b> .....                                    | 17 |
| 1.1 - Grupo Media Capital.....   | 17 |
| 1.2 – TVI: o que faz da televisão independente a líder de audiência.....             | 19 |
| 1.3 – Audiências: resultados em números .....  | 29 |
| 1.4 - Síntese .....  | 32 |
| <b>Capítulo II – Estágio: experiência</b> .....                                      | 33 |
| 2.1 – TVI: Os primeiros passos de uma carreira começada numa família mediática ..... | 33 |
| 2.2 – A redação onde tudo acontece.....  | 34 |
| 2.3 – A equipa que faz tudo acontecer .....  | 35 |
| 2.4- Primeiro dia na TVI .....   | 36 |
| 2.5- Primeira semana na Agenda.....  | 37 |
| 2.6- Primeiro dia na redação de sociedade .....                                      | 38 |
| 2.7- Primeiro acompanhamento de uma jornalista.....                                  | 38 |
| 2.8 - Primeira saída sozinha .....   | 39 |
| 2.9 - Primeira reportagem na TV.....   | 40 |
| 2.10 – Primeira proposta de reportagem .....   | 41 |
| 2.11- Primeiro destaque do “Jornal das 8” .....                                      | 41 |
| 2.12– O último dia.....  | 42 |
| 2.13 – Síntese .....   | 42 |
| <b>Capítulo III – Comentário, comentadores e informação televisiva</b> .....         | 45 |
| 3.1 – A televisão em Portugal: da educação ao entretenimento .....                   | 45 |
| 3.2 – Paleo, Neo e Hipertelevisão .....  | 47 |
| 3.3 - Informação televisiva.....   | 48 |
| 3.3.1 – Discurso televisivo .....  | 50 |



|   |            |
|---|------------|
| 3.3.2 – O que entra no portão da informação .....             | 53         |
| 3.3.3- O papel dos comentadores na informação televisiva..... | 55         |
| 3.4 – Protagonistas do palco mediático: quem são?.....        | 56         |
| 3.4.1- O que distingue os donos dos <i>plateaux</i> .....     | 58         |
| 3.4.2 – O ciclo fechado dos <i>plateaux</i> televisivos       | 63         |
| 3.4.3 – Comentadores residentes: o poder da escolha .....     | 65         |
| 3.5 – Opinião e Espaço Públicos .....                         | 68         |
| 3.5.1– Teoria da Dependência .....                            | 71         |
| 3.5.2 - Espiral do Silêncio .....                             | 72         |
| 3.5.3- Agenda-Setting.....                                    | 73         |
| 3.5.4 – Hipótese do Distanciamento.....                       | 74         |
| 3.6 – Síntese .....   | 74         |
| <b>Capítulo IV– Metodologia</b> .....                         | <b>77</b>  |
| 4.1 – Pergunta de partida .....                               | 78         |
| 4.1.1 – Definição das hipóteses .....                         | 79         |
| 4.2 – Construção do modelo de análise .....                   | 79         |
| 4.3 – Análise de conteúdo .....                               | 87         |
| 4.4 – Síntese .....   | 89         |
| <b>Capítulo V – Apresentação e discussão de dados</b> .....   | <b>93</b>  |
| 5.1 – Análise das entrevistas realizadas .....                | 93         |
| 5.1.2 – Perfil do comentador .....                            | 94         |
| 5.1.3 – Objetivo do comentário .....                          | 103        |
| 5.1.4 – Características dos comentadores residentes .....     | 110        |
| 5.2 – Síntese e considerações finais .....                    | 115        |
| <b>Capítulo VI – Conclusões</b> .....                         | <b>123</b> |
| <b>Bibliografia</b> .....                                     | <b>133</b> |
| <b>Anexos</b> .....   | <b>137</b> |



## Índice de Tabelas

|   |            |
|---|------------|
| <b>Tabela I: Grelha de programas da TVI/TVI24 .....</b>   | <b>22</b>  |
| <b>Tabela II: Canais temáticos da TVI.....</b>  | <b>27</b>  |
| <b>Tabela III: Programas de informação da TVI.....</b>  | <b>28</b>  |
| <b>Tabela IV: Programa e tipo de comentador da TVI.....</b>   | <b>80</b>  |
| <b>Tabela V: Programa e tipo de comentador da TVI24.....</b>  | <b>80</b>  |
| <b>Tabela VI: Comentadores da TVI e TVI24.....</b>  | <b>81</b>  |
| <b>Tabela VII: Rating e Share dos programas da TVI e TVI24 que incluem comentadores residentes .....</b>                                    | <b>83</b>  |
| <b>Tabela VIII: Perfil dos comentadores da TVI e TVI24 que integram a amostra da investigação .....</b>                                     | <b>84</b>  |
| <b>Tabela IX - Comparação do Rating e do Share do comentário de Marcelo Rebelo de Sousa com os seus dois concorrentes mais diretos.....</b> | <b>85</b>  |
| <b>Tabela X - Variáveis e dimensões que sustentam o modelo de análise da investigação .....</b>   | <b>86</b>  |
| <b>Tabela XI - Características dos comentadores residentes .....</b>  | <b>120</b> |



Universidade do Minho



## Introdução

O destino leva-nos sempre ao lugar onde pertencemos. O meu foi, durante três meses, a TVI. A estação que lidera a tabela de *rankings* de audiências. A televisão preferida dos portugueses. Foi a primeira grande experiência profissional, a que me permitiu conhecer o quotidiano de um jornalista, e a arrumação desarrumada das redações que tão útil nos é. Foi curto, mas foi intenso. Tive a sorte de me cruzar com diferentes pessoas todos os dias, de passar por diferentes secções e conhecer tarefas distintas, mas igualmente importantes, de conhecer alguns dos grandes nomes do jornalismo que sempre foram uma referência para quem, como eu, está ainda a traçar o caminho. Rigor, trabalho, dedicação e ‘amor à camisola’ pautam esta experiência na TVI. Quando cheguei, erámos os primeiros. Quando saí, continuamos a ser. É para isto que se trabalha diariamente. É esta a lição que levo para a vida. Todos lutam pelo lugar mais alto no pódio. É, ou deve ser assim, com qualquer pessoa, em qualquer lugar, a qualquer momento. Agora, a TVI é também um bocadinho minha. Sinto-a assim por todo o enriquecimento pessoal e profissional que me proporcionou.

Num dos primeiros dias, ainda na agenda, o telefone tocou. Do outro lado estava um telespectador que desviou a conversa para Marcelo Rebelo de Sousa, um dos comentadores residentes. Questionava-me sobre um assunto debatido que ele, enquanto telespectador, não havia interpretado bem. Estava longe de imaginar, mas foi aqui que teve início esta investigação.

Ali, na TVI, todos me ensinaram que somos os preferidos e temos que continuar a ser, mas temos uma missão: informar. A televisão é o meio de comunicação social mais presente na vida das pessoas. A sociedade sabe da atualidade informativa, maioritariamente, pelo que passa na TV. Na TVI, só os dois principais noticiários, Jornal da Uma e Jornal das 8, passam por mês, cada um, cerca de 35 horas de informação. Entre essas 35 horas de emissão informativa constam comentários de figuras de interesse para o meio mediático. Para além disso, na TVI24 uma grande parte dos programas incluem comentadores residentes em debates que envolvem a atualidade



política e social, e as implicações diretas das questões socioeconómicas na vida dos portugueses.

A experiência de estágio e a rotina diária que a TVI me proporcionou permitiram-me refletir sobre várias e distintas questões ligadas ao comentário e aos comentadores televisivos, e à sua importância para o telespectador. Todas estas observações, propícias de quem está dentro do meio, do outro lado do estúdio, onde tudo acontece e muita coisa se diz mas, acima de tudo, aquela chamada para a agenda da TVI elucidou-me sobre a verdadeira importância destes comentadores, principalmente para aqueles que não possuem elevados níveis de escolaridade. Estas intervenções semanais são essenciais para o telespectador na compreensão de algumas matérias e na formação de uma opinião mais completa e esclarecida. Os protagonistas dos *plateaux* televisivos explicam e clarificam as questões que marcam a atualidade. Estes comentadores residentes chegam a milhares de pessoas e, de uma forma ou de outra, têm impacto na opinião pública. São, portanto, fundamentais do ponto de vista mediático e da informação. Mas resta-nos perceber quem são estes comentadores, e porque é que o são. O que os distingue? O que os caracteriza? Que importância têm para os meios de comunicação onde atuam?

Este relatório de estágio pretende dar conta de todas estas questões, tendo por base a minha passagem, enquanto jornalista estagiária, pela redação de Lisboa da TVI.

O primeiro capítulo aborda questões históricas relacionadas com o grupo económico a que pertence a TVI, perspectiva audiências e pensa a concorrência.

O segundo capítulo retrata a minha experiência de estágio curricular. Neste capítulo, como todas as vezes a que me refiro de forma pessoal à TVI, assumo um tom mais intimista, por se tratar de um momento em que posso descrever aquilo que vivi na primeira pessoa durante esses três meses em Lisboa. Aqui, percebem-se, também, as rotinas de uma redação de televisão como a TVI.

O terceiro capítulo é dedicado à análise de algumas teorias elaboradas sobre esta temática. Apesar de ser um tema abrangente, o foco é dado à informação televisiva, à opinião e espaço públicos mas, acima de tudo, aquilo que já está registado sobre comentadores: quem são, o que os distingue, porque é que se trata de um ciclo fechado.



Universidade do Minho

Tendo por base este enquadramento teórico, os quarto e quinto capítulos consistem numa análise detalhada dos comentadores residentes da TVI. Ao longo do

capítulo V é exposto um trabalho empírico que incidirá sobre uma amostra de comentadores residentes da TVI e do diretor de Informação do canal, baseada numa metodologia definida no capítulo IV.

Em suma, esta investigação pretende aprofundar a temática ligada aos comentadores, especificando os da TVI, e perceber quais são os atributos que os tornam residentes, perceber porque é que se tornam fórmulas de sucesso e qual é o verdadeiro objetivo do comentário.





Universidade do Minho



## Capítulo I – Media Capital & TVI

*A única maneira de se fazer um trabalho extraordinário é de amares aquilo que fazes. Se ainda não o encontraste, continua a procurar. Não te acomodes. Tal como com os assuntos do coração, tu saberás quando é que o encontraste.*

**Steve Jobs**

O presente capítulo procura, de forma sucinta, apresentar alguns pontos de interesse sobre o Grupo e a estação de televisão que durante três meses me acolheram. Tudo começou na Media Capital, mais concretamente na TVI, por isso achei que algumas questões internas mereciam destaque. Quando falamos de um grupo com a dimensão da Media Capital e de uma estação de televisão com o impacto da TVI, é importante perceber como funcionam e o que fazem deles líderes em Portugal. Por isso, dedico este primeiro capítulo à apresentação da estrutura interna da empresa que vai muito além daquilo que passa na TV lá de casa.

### 1.1 - Grupo Media Capital

A TVI, Rádio Comercial, Maisfutebol, portal IOL, Farol ou Plural Entertainment são aquisições que tornam a Media Capital<sup>1</sup> um dos mais importantes grupos do setor dos *media*, em Portugal.

Em 1992, com a área da imprensa em destaque, a Media Capital apresenta-se ao mundo com o jornal O Independente. Cinco anos depois, alarga as suas aquisições à rádio, Comercial e Nostalgia. Em 1998, o Grupo expande-se com a aquisição quase total da TVI, altura em que o canal de televisão começa a apresentar melhorias significativas de audiência e rentabilidade. Com a chegada do novo milénio, chega também o portal IOL ao Grupo. Logo depois, a NBP<sup>2</sup> e a aposta na ficção nacional, que

---

<sup>1</sup> [www.mediacapital.com](http://www.mediacapital.com) [acedido pela última vez em 20.09.2014]

<sup>2</sup> Nicolau Breyner Produções



se torna um sucesso de grelha da TVI. Em 2003, a Media Capital chega à área de distribuição cinematográfica, com a Castello Lopes, e à edição discográfica, com a criação da MC Entertainment e a aquisição da Farol Música. O Grupo começa a ganhar visibilidade com a entrada em bolsa e, conseqüentemente, mais reconhecimento.

O ano de 2005 marca a chegada dos espanhóis, o Grupo Prisa, a Portugal que, desde logo, assumiu a gestão executiva da Media Capital. Dois anos depois, passa a deter quase a totalidade do capital do grupo nacional. Em 2008, adquiriu a Plural Espanha que, com a NBP, deu origem à Plural Entertainment.

O Grupo Prisa, que detém a Media Capital, está atualmente em várias partes do mundo e é um dos principais grupos de comunicação e entretenimento. Em Portugal, a rádio e televisão líderes de audiência, Rádio Comercial e TVI, pertencem-lhe e dão-lhe visibilidade.

Em março de 2011, Miguel Pais do Amaral assumiu a liderança do Grupo, ao tornar-se Presidente do Conselho de Administração da Sociedade, sendo eleito para o cargo de Administrador da Media Capital pela Assembleia Geral.

De acordo com o relatório de resultados anuais de 2013<sup>3</sup>, a Media Capital detém a estação de televisão líder em audiências há nove anos consecutivos, é a estação mais vista no horário nobre, número um no digital e tem o canal informativo (TVI24) que mais cresceu em 2013. A Rádio Comercial foi, em 2013, líder em Portugal. A Plural contou com mais de 1.400 horas de produção e venceu o prémio Goya com o filme de animação “Futebolín”. A Farol é produtora do artista que mais CD’s vende em Portugal, Tony Carreira. O *site* da Media Capital contou, em 2013, com um share de 25,4% de *pageviews* sobre o total do mercado.

O resultado líquido do Grupo foi de 13,7 milhões de euros, o que representa um crescimento de 15% face a 2012. Estes são números que aprofundarei mais à frente neste capítulo.

---

<sup>3</sup> <http://www.mediacapital.pt/p/486/resultados-financeiros/> [acedido pela última vez em 20.09.2014]



## 1.2 – TVI: o que faz da televisão independente a líder de audiência

Decorria o mês de fevereiro de 1993 quando surge o canal *Quatro* da televisão portuguesa. O quarto generalista e o segundo de caráter privado. Nasce a Televisão Independente, posteriormente conhecida como TVI. A primeira emissão vai para o ar às 20h do dia 20 de fevereiro, seguindo-se um espaço publicitário com 20 *spots*. No início exibia um papel de televisão alternativa dedicando períodos da sua programação a públicos distintos. A Quatro apresentava oito horas de emissão de segunda a sexta-feira e 14 horas ao fim-de-semana. Tudo começa em Lisboa, com cerca de 230 funcionários, com 66 horas de emissão semanal, das quais 21 horas representavam produção própria. As manhãs eram dedicadas essencialmente às donas de casa e idosos, a programação das tardes era direcionada para o público mais jovem. Os que a dirigiam queriam fazer da TVI um exemplo de proximidade ao público e não uma concorrente direta da RTP ou da SIC. Procurava-se, então, a aproximação ao conceito de “TV popular” dedicada a gente simples e igualmente popular. Uma televisão para a família com o traço do humanismo cristão, mas com muitas limitações financeiras. Em outubro do mesmo ano, o canal fundado por entidades ligadas à Igreja Católica, nomeadamente a Rádio Renascença, o Santuário de Fátima e a Universidade Católica Portuguesa, alcança a emissão regular. No início, a RTL Group, companhia luxemburguesa de teledifusão, a Antena 3 Televisión e a Lusomundo Audiovisuais foram parceiros-investidores da TVI (Lopes, 2007).

Durante o primeiro ano de emissão, na informação, surge “Referendo” apresentado por Graça Nunes. Artur Albarran fica à frente de um programa de debate semanal com o seu nome. No desporto, há algumas novidades: “Prolongamento”, “Na Maior”, “Quarta a Fundo” e “Telemotor”. Surge ainda um magazine dedicado ao JET7, “Olhares”, e um formato sobre informática, “Janelas Virtuais”. Na grelha inclui-se ainda um programa religioso, “Caixa de Perguntas”, e um regional, “País Real” (*ibidem*).



“Nunca entraríamos pela concorrência desenfreada como a que existe entre a RTP e a SIC, onde não há regras nem lealdade. Ser os últimos não nos vai preocupar, desde que o sejamos dando a notícia com mais rigor, afirma o director – adjunto de Informação Jorge Nuno Oliveira” (Jorge Nuno Oliveira citado por Lopes,2007:48)

Ao longo destes 20 anos de existência, nem tudo foi sinónimo de vitória na estação de Queluz. Podemos até distinguir duas fases ao longo das duas décadas: antes e depois da entrada da Media Capital no capital social da TVI.

“À edição de 13 de Setembro de 1996 da TV Mais, as palavras do diretor da Antena eram ainda mais desencantadas: “Nas circunstâncias atuais, não vejo possibilidade de ir mais longe e transformar a TVI numa estação competitiva por forma a conquistar o público e a ganhar a confiança dos investidores. A TVI estava muito pior do que eu supunha.” (Carlos Cruz citado por Lopes,2007:93)

Para além das dificuldades financeiras, eram apontados como pontos fracos:

“Programas em *stock* com direitos de transmissão já caducados ou, então, inaceitáveis do ponto de vista qualitativo; um modelo técnico de emissão que não se coadunava com os padrões internacionais; falta de motivação e desinteresse dos profissionais do canal.” (*ibidem*)

Atualmente, o Grupo Prisa detém uma parte bastante considerável da Media Capital que, a partir de 1998, passou a deter também a TVI. Com Miguel Pais do Amaral a assumir a presidência do grupo a era da mudança começava nesse ano na TVI. Eram nitidamente necessárias alterações ao nível da programação de forma a atrair audiências e receitas publicitárias. Em 1996, na grelha da TVI constavam apenas três programas semanais, todos eles com cerca de 30 minutos: sobre atualidade internacional, “Jornal do Mundo”; sobre economia, “Jornal de Negócios”; sobre cultura, “Primeira Fila”. Como programa de debate, até julho desse ano, a TVI apresentava o “Grande Plano” que, em setembro, foi substituído por “Sem Reservas”. Por esta altura, surgiam programas de mais dois registos: um dedicado a entrevistas, “Carlos Cruz”, e outro de grande reportagem, “Pontos nos Is” (Lopes, 2007).



Pela direção-geral da TVI passaram nomes como os de António Rego ou de José Ribeiro e Castro (1993-1997), mas o ponto de viragem na estação foi em 1998 com José Eduardo Moniz a assumir o cargo de diretor-geral. Apesar de a grelha ser um pouco instável, surgiram programas como “Lanterna Mágica”, “Quarta a Fundo”, “Linha de Fundo” e “Golo!”. Por esta altura, a TVI não apresentava programas relevantes de informação e a emissão era marcada pelos conteúdos estrangeiros. O ano de 1999 foi dedicado às estreias, essencialmente de entretenimento e ficção, faladas em português, “Todo o Tempo do Mundo” e “Batatoon” são exemplos disso. E, também, de um ano de liderança de audiência no período da tarde. A entrada no novo milénio é símbolo de renovação na estação de Queluz. Grafismo, cenários, logótipo, cores e programas mudam. Passamos a assistir a um “Jornal Nacional” muito direcionado para os temas sociais com os quais as pessoas se identificam, onde se incluíam programas de informação semanal, por falta de tempo em horário nobre. Já por esta altura, Marcelo Rebelo de Sousa tinha um espaço de comentário no alinhamento do jornal de domingo, e também Miguel Sousa Tavares fazia parte das contratações de renome para o comentário da atualidade. Em 2003, o “Diário da Manhã” ocupa parte das manhãs da TVI, um programa que não define completamente as barreiras que separam a informação do entretenimento. A informação continua a não ter um papel de destaque. Ainda assim, e não sendo um formato totalmente jornalístico, “Eu Confesso” aparece na grelha da TVI (*ibidem*).

Com a chegada da Media Capital a Queluz de Baixo, chegavam também alguns sinais de mudança. Em 2001, a TVI era o primeiro canal português a aderir à televisão interativa, com a novela “Olhos de Água”, o “Jornal Nacional”, e o programa infantil “Batatoon” a tornarem-se os primeiros programas interativos da estação de Queluz de Baixo (*ibidem*).

Esta grelha alternativa é sinónimo de triunfo para a TVI, e “Big Brother”, um formato da Endemol, seria a constatação da mudança no canal Quatro e da afirmação da estação como líder de audiências. Esta é uma tendência que se mantém há nove anos consecutivos. A ficção nacional e os *reality shows* sempre foram formatos muito explorados pela TVI. Em 2009, José Eduardo Moniz abandona o cargo e sucede-lhe



João Cotrim Figueiredo até 2011, depois José Fragoso até 2012, e, por fim, até ao momento, Luís Cunha Velho. No mesmo ano (2009), a estação de Queluz avança com o primeiro canal por cabo, um novo canal informativo, a TVI24. José Alberto Carvalho e Judite de Sousa trocam a RTP pela TVI em 2010, onde assumem cargos de direção.

Também na direção da TVI24, José Alberto Carvalho tenta tornar o canal mais competitivo. Desde o seu aparecimento que a TVI24 apresenta ao público um *site* atualizado diariamente, onde se incluem informações da Agência Financeira e do Maisfutebol, também da Media Capital. Presente nas redes sociais e com aplicações para as novas tecnologias, a TVI24 apresenta “O Mundo em Primeira Mão”.

Uma grelha totalmente dedicada à informação, onde se incluem:

**Tabela I: Grelha de programas da TVI/TVI24<sup>4</sup>**

|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Diário da Manhã</b> | Apresenta a síntese da informação, estado do trânsito, meteorologia, bolsa e convidados em estúdio entre as 06.30h e as 10.00h da manhã, de segunda a sexta-feira, em simultâneo na TVI e TVI24.                      |
| <b>Discurso Direto</b> | Partindo de uma revista de imprensa ou da definição de um tema específico é um tempo dedicado à discussão livre da atualidade na TVI24, com convidados em estúdio e com tempo de antena dedicado aos telespectadores. |
|                        | Em parceria com a Sociedade Portuguesa de Autores, o programa da TVI e TVI24  |

<sup>4</sup> A presente grelha corresponde à programação informativa da TVI em 2013/2014  
<http://www.tvi.iol.pt/programas> [acedido pela última vez a 22.09.2014]  
<http://www.tvi24.iol.pt/programacao> [acedido pela última vez a 22.09.2014]



|                        |   |
|------------------------|---|
| <b>Autores IV</b>      | revela aquilo que de melhor se faz na cultura portuguesa: novos talentos, carreiras consolidadas, momentos musicais e conversas com os ‘autores’ de Portugal.   |
| <b>Notícias</b>        | Através de reportagem, comentário, opinião ou debate, a informação é atualizada a toda a hora na TVI24. Com o <i>slogan</i> “O Mundo em Primeira Mão” a TVI24 privilegia o ‘agora’. Por isso, faz chegar a todo o momento a informação atualizada através do <i>site</i> <sup>5</sup> e das redes sociais, essencialmente, a página do <i>Facebook</i> <sup>6</sup> . |
| <b>Olhos nos Olhos</b> | Todas as semanas, à segunda-feira, Henrique Medina Carreira e Judite de Sousa juntam-se a outros convidados para debaterem questões do país e do mundo.   |
| <b>Prolongamento</b>   | Joaquim Sousa Martins reúne-se com Eduardo Barroso, Fernando Seara e Manuel Serrão, às segundas-feiras, para fazerem o rescaldo da jornada desportiva do fim-de-semana.   |
| <b>25ª Hora</b>        | Na TVI24, todos os dias, à meia-noite, começa a hora extra da estação. João Maia Abreu apresenta o rescaldo informativo do dia, e apresenta, em primeira mão, a revista de imprensa das notícias do dia seguinte. Há ainda espaço para a crónica  |

<sup>5</sup> [www.tvi24.iol.pt](http://www.tvi24.iol.pt) [acedido pela última vez em 20.09.2014]

<sup>6</sup> <https://www.facebook.com/tvi24> [acedido pela última vez em 20.09.2014]





|                              |  |
|------------------------------|--|
|                              | <p>“O Jardim das Notícias” de Victor Moura Pinto.</p>  |
| <b>Observatório do Mundo</b> | <p>De domingo a sexta-feira, numa parceria com a estação pública americana PBS, passam pela TVI24 reportagens premiadas do <i>Frontline</i>. Aqui, assiste-se a uma visão alargada do mundo.</p>   |
| <b>Política Mesmo</b>        | <p>Paulo Magalhães apresenta, de terça a sexta-feira, um espaço noticioso onde se comenta a atualidade política. À terça-feira, o programa conta com os comentários de Augusto Santos Silva em “Os porquês da Política”. À sexta é a vez de Manuela Ferreira Leite apresentar a sua visão dos factos políticos que marcam o momento.</p> |
| <b>Prova dos 9</b>           | <p>Paulo Rangel, Fernando Rosas, Francisco Assis e Constança Cunha e Sá juntam-se, às quintas-feiras, para debater a atualidade política, económica e social.</p>  |
| <b>Maisfutebol</b>           | <p>Um programa do jornal <i>online</i> maisfutebol.iol.pt em parceria com a editoria de Desporto da TVI. Cláudia Lopes, Nuno Madureira, Pedro Ribeiro, Tomaz Morais e Pedro Barbosa são o elenco que exhibe o desporto da TVI às sextas-feiras.</p>  |



|                         |  |
|-------------------------|--|
| <b>Governo Sombra</b>   | Um dos programas de sucesso da rádio que ganhou forma na televisão. Todas as semanas Ricardo Araújo Pereira, Pedro Mexia, João Miguel Tavares e Carlos Vaz Marques analisam de forma incisiva e original a postura do governo português. |
| <b>Cinebox</b>          | Um magazine de cinema, conduzido por Vítor Moura e Maria João Rosa, que mostra as novidades internacionais, os destaques do cartaz nacional e entrevistas exclusivas.  |
| <b>Ganhar Mundo</b>     | Apresenta histórias de sucesso de empresas portuguesas além-fronteiras. Um programa que dá uma visão de oportunidades de negócio, culturas e estratégias de quem quer ‘ganhar o mundo’.  |
| <b>Fotografia Total</b> | Em “Fotografia Total” há fotógrafos convidados, técnicas e dicas de fotografia, as fotos da semana e as fotos dos espectadores.  |
| <b>Todos Iguais</b>     | A TVI24 apresenta semanalmente um programa dedicado à lusofonia e às minorias. Aqui contam-se histórias novas e originais de toda e qualquer pessoa, sem distinções étnicas, sociais ou culturais.                                       |



|                           |   |
|---------------------------|---|
| <b>Portugal Português</b> | Semanalmente, Paula Magalhães debate, na TVI24, com os representantes dos municípios portugueses assuntos de interesse local.   |
| <b>CNN Backstory</b>      | Aqui mostram-se os relatos dos jornalistas a partir do terreno dos grandes acontecimentos internacionais é, por isso, um programa de destaque na CNN.   |
| <b>Contragolpe</b>        | Joaquim Sousa Martins junta-se a Eládio Paramés, Pedro Henriques, Pedro Sousa, Manuel Queiroz, Rui Pedro Vaz, Dani e, ainda, alguns convidados surpresa para comentar os casos polémicos da semana desportiva. Aqui associa-se informação, comentário e discussão sobre o mundo do futebol. |
| <b>Minuto 90</b>          | Andreia Sofia Matos e Paulo Pereira juntam-se ao sábado à noite, às 22 horas, na TVI24, a Dani, Pedro Henriques e Vítor Baía para analisarem as competições nacionais e as jogadas em destaque. Comentário e análise dos jogos ao ‘Minuto 90’.  |



Da cadeia de televisão líder em audiências fazem ainda parte, para além da TVI24, a TVI Internacional, a TVI Ficção, e + TVI.

**Tabela II: Canais temáticos da TVI**

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>TVI Internacional</b> | Foi transmitida pela primeira vez a 30 de maio de 2010 às comunidades portuguesas em Angola. Desde 2011, em alguns países 2012, que aproxima os portugueses espalhados pelo mundo aos conteúdos televisivos da estação de Queluz. Da programação da TVI Internacional fazem parte programas da TVI e da TVI 24.                               |
| <b>TVI Ficção</b>        | É um canal exclusivo da MEO onde passam, desde 15 de outubro de 2012, telefilmes, séries, <i>sitcoms</i> e ficção nacional da TVI. O canal apresenta ainda programas próprios como entrevistas a atores e biografias, como é o caso dos programas “Face to f@ce” ou “De ator para ator”.  |
| <b>+TVI</b>              | Desde janeiro de 2013 que o canal temático +TVI está disponível para os assinantes da ZON. A grelha de programação inclui, entre os principais, <i>talk shows</i> , <i>reality shows</i> , concursos, programas musicais e de gastronomia. Para além disso, conta também com a produção própria, exemplos disso são “Spot +” ou “Tu Cá Tu Lá” |



Em 2014, fazem parte da programação informativa da TVI o “Diário da Manhã”, o “Jornal da Uma”, o “Jornal das 8”, o “Repórter TVI” e, semanalmente, os “Comentários de Marcelo Rebelo de Sousa”, que integram o Jornal das 8.

De acordo com os dados do serviço *Telenews* da *MediaMonitor*<sup>7</sup>, foram emitidas, pelos três canais generalistas, entre setembro e dezembro de 2013, (período correspondente à minha passagem pela TVI) 854 horas de informação (ver anexo 1).

Em setembro, das 6582 peças emitidas, 1208 pertencem ao Jornal da Uma da TVI, tornando-se no noticiário com mais trabalhos apresentados (ver anexo 2).

Em outubro, o Jornal da Uma volta a ser o noticiário com mais peças. Em 6610, 1274 pertencem à TVI. O mês em que este noticiário lidera também no número de horas de emissão, com 35 horas registadas (ver anexo 3).

O noticiário da hora de almoço volta a liderar em novembro, emitindo 1164 das 6425 notícias apresentadas, nas 213 horas de informação dos três generalistas (ver anexo 4).

O mesmo sucede em dezembro, dos 6582 trabalhos emitidos pelos três canais, 1204 passaram no Jornal da Uma. Este foi o noticiário que mais trabalhos emitiu também no final do ano (ver anexo 5).

Assim sendo, ficamos com uma breve descrição dos serviços noticiosos que integram a grelha da TVI:

**Tabela III: Programas de informação da TVI**

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>Jornal da Uma</b> | Todos os dias às 13 horas transmitem-se as notícias do dia. Tudo sobre política, economia, sociedade, cultura, desporto e o mundo, com o lema “Nós informamos. Você decide.” |
|----------------------|--|

<sup>7</sup> <http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1c2a.aspx> [acedido pela última vez a 02.09.2014]



|                     |  |
|---------------------|--|
| <b>Jornal das 8</b> | Ao início da noite, com José Alberto Carvalho e Judite de Sousa, fala-se da atualidade, do país e do mundo. O espaço nobre da informação da TVI inclui aos domingos os “Comentários de Marcelo Rebelo de Sousa”. |
| <b>Repórter TVI</b> | Todas as semanas temas polémicos, investigações e causas de interesse social são destacadas por jornalistas da TVI. Ao longo da semana são também destaque na TVI24.   |

### 1.3 – Audiências: resultados em números

Com a SIC e a RTP como concorrentes diretos, a TVI, a comemorar 20 anos de existência, conseguiu consolidar a liderança no que diz respeito a audiências televisivas pelo nono ano consecutivo. De acordo com dados presentes no relatório dos resultados anuais de 2013 da Media Capital<sup>8</sup>, a TVI foi em 2013 o canal mais visto pelos portugueses. A estação de Queluz de Baixo conseguiu alcançar uma quota de audiência de 24,6% no total do dia, mais 3,5 pontos percentuais que o segundo canal mais visto, e de 27,7% no horário nobre, mais 1,2 pontos percentuais relativamente ao segundo canal na escala de preferência.

Em 2013, a TVI consolidou a sua gama de canais temáticos, com o início das emissões do canal +TVI distribuído em exclusivo na rede da ZON, da TVI Ficção distribuído em exclusivo na rede MEO, a juntar à TVI24 e ao canal TVI Direct (“Secret Story” e “Big Brother VIP”). Também por grupos de canais, o canal quatro da televisão portuguesa mantém a liderança de audiências com 26,5% no total do dia, seguida pela SIC com 24,3% e pela RTP com 17,0%.

<sup>8</sup> <http://www.mediacapital.pt/p/486/resultados-financeiros/> [acedido pela última vez em 02.09.14]



Na vertente financeira, a TVI obteve um EBITDA<sup>9</sup> corrente de € 37,0 milhões (margem de 25,5%), representando uma subida de 12% em relação a 2012, números justificados, de acordo com a Media Capital, pelo bom desempenho dos proveitos operacionais e pela evolução controlada dos gastos.

Das audiências em geral passemos agora a apreciar as audiências dos programas informativos em particular, de acordo com dados do relatório de resultados anuais da Media Capital<sup>10</sup>.

O “Jornal da Uma” conseguiu, em 2013, manter-se como referência informativa da hora de almoço, com um share de 28,5%, e uma audiência média de 694 mil telespectadores diários. Com estes resultados, consegue lugar de destaque perante outros programas do género em canais concorrentes.

Todos os dias, um pouco antes das 20 horas, o “Jornal das 8” é visto por cerca de 1,2 milhões de telespectadores, atingindo 26,2% de share. O principal serviço noticioso da TVI foi o mais visto na televisão portuguesa em 2013. Destaque ainda para o domingo, onde se incluem os comentários do Professor Marcelo Rebelo de Sousa que se mantêm como os mais vistos da televisão portuguesa, de acordo com dados presentes no relatório de resultados anuais da Media Capital.

O canal noticioso da TVI, a TVI24, nascido em 2009, teve o seu melhor ano de sempre. Em 2013, conseguiu uma quota média de audiência de 1,7% em lares com cabo e de 1,3% no conjunto de canais, um crescimento de 37% e 51% respetivamente. Entre os canais informativos portugueses, a TVI24 conseguiu um share de 28% no total do dia e de 29% em horário nobre. Um ano de vitórias para o canal de informação da TVI.

Muito se fala de concorrência e guerra das audiências. Nos dias de hoje é inevitável que assim seja. Se passarmos em revista o ano de 2013<sup>11</sup>, podemos verificar que, apesar de algumas oscilações e da concorrência direta da SIC, a TVI manteve a

---

<sup>9</sup> Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization (Lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização)

<sup>10</sup> <http://www.mediacapital.pt/p/486/resultados-financeiros/> [acedido pela última vez a 22.09.2014]



liderança das audiências. Com resultados superiores aos da estação de Queluz só o cabo. A televisão pública continua a não estar entre as preferências dos telespectadores (ver anexo 6).

Já que falamos em audiências, é pertinente analisarmos as audiências da TVI no período em que eu integrei a equipa. De Setembro a Dezembro, a tendência mantém-se.

Setembro foi o mês com mais oscilações e o que permitiu à SIC aproximar-se da TVI, em alguns momentos chegar mesmo a ultrapassá-la. A causa para esta queda da TVI deve-se, essencialmente, à resposta tardia em termos de entretenimento na altura da *rentrée*. Ainda assim, a estação de Queluz conseguiu responder e acabou o mês com uma quota média de audiência de 22,9%, mais dois pontos percentuais que a concorrente mais próxima, a SIC (20,9%) (ver anexo 7).

Em outubro e novembro, a liderança mantém-se em Queluz, com 24,6% e 24,8% respetivamente. Enquanto a TVI recupera telespectadores, a SIC vai perdendo terreno. A RTP continua sem conseguir dar resposta aos números das televisões privadas (ver anexos 8 e 9).

O mês de dezembro vem consolidar os bons resultados da TVI, só no dia de Natal a SIC conseguiu melhores resultados. No final do mês quase seis pontos percentuais separam as estações privadas. A SIC termina o ano atrás da TVI com uma quota média de audiência de 19,6%, e a TVI termina o ano da melhor maneira com 25,5% de quota média de audiência (ver anexo 10).

Ainda que, no mês em que eu cheguei a Queluz de Baixo a TVI tivesse os resultados mais baixos, no mês em que eu terminei o meu estágio os resultados foram bem superiores aos concorrentes diretos.

---

<sup>11</sup> Dados disponíveis em: <http://www.atelevisao.com/rubricas/audiencias-a-lupa/audiencias-lupa-ano-de-2013/> [acedido pela última vez em 02.09.14]





## 1.4 - Síntese

Nem todas as histórias são lineares. Tal como a Media Capital, a TVI teve que traçar um caminho, tropeçar e procurar novas formas de se readaptar ao mercado. Até que se encontre a fórmula do sucesso, o caminho é de trabalho, empenho e dedicação. Em 2013, foi o canal mais visto pelos portugueses. Embora apresente uma grelha muito direcionada para o entretenimento, a estação de Queluz é detentora do canal informativo que mais tem crescido, a TVI24. Entre Setembro e Dezembro, passaram na TVI 854 horas de informação. O Jornal da Uma foi o noticiário que mais peças noticiosas apresentou. O Jornal das 8 é visto por mais de um milhão de telespectadores. Os comentários do Professor Marcelo Rebelo de Sousa são os mais vistos na televisão portuguesa. Foi esta ambição e a vontade de ser mais e melhor que me levaram à TVI. Não foi um percurso linear e, tal como a estação de televisão que me recebia, também eu procurava a fórmula do sucesso. Lá, descobri que se chama: trabalho. É a esta experiência pessoal que o próximo capítulo é dedicado.



## Capítulo II – Estágio: experiência

*Ou seja que não me perguntes outra vez se tens vocação, pergunta-te a ti mesmo se te interessa averiguar, quanto medo tens de saber, de descobrir, de conhecer, de investigar, de falar e, às vezes, de calar. Olha-te ao espelho e responde: é para ti isso mais importante do que nada? Mais importante do que o dinheiro? Então és um jornalista.*

**Juan Luis Cebrián**

Todo o caminho é distinto. Toda a experiência é enriquecedora. Todo o conhecimento deve ser partilhado. Cheguei à TVI com a ideia hipotética de que os jornalistas salvam o mundo. Descobri na TVI que os jornalistas não o salvam, mas são extremamente importantes nele. O que seria do mundo sem informação? Foi lá que descobri que o jornalismo não era um sonho. O jornalismo é a realidade diária de milhões de pessoas. Foi lá que senti com toda a certeza que sempre foi isto que quis fazer: dar voz ao mundo através de uma caixinha mágica. Este capítulo é dedicado à minha experiência na TVI, com todos os percalços a que a caminhada está sujeita.

Para que possam perceber tudo o que uma estação de televisão pode ensinar achei por bem dividir esta apresentação pelas minhas primeiras experiências. Porque o caminho faz-se passo a passo.

### **2.1 – TVI: Os primeiros passos de uma carreira começada numa família mediática**

Sempre cresci a ver o canal quatro da televisão portuguesa. Sempre me habituaram a estar a par das notícias do país e do mundo no canal preferido dos portugueses, desde o tempo em que eu nem sonhava fazer do jornalismo a minha vida. Cresci e sonhei. Lutei e concretizei.

Sempre fiz o meu percurso académico sem grandes expectativas em relação ao estágio curricular. Tentava simplesmente deixar isso para mais tarde, quando o pudesse



viver na primeira pessoa. Quando falamos de um estágio curricular, falamos, na maioria das vezes, da primeira grande experiência profissional. Por isso, sempre achei esta etapa extremamente importante no percurso dos estudantes. Aquela onde se consolidam saberes, onde temos conhecimento de causa e de trabalho, onde aprendemos a lidar com o tempo, ou a falta dele. O lugar onde nos sentimos pequeninos quando chegamos, mas onde crescemos a cada dia que passa.

Inevitavelmente, durante o percurso académico, o pensamento voa muitas vezes para uma redação imaginária onde se sonha e se produz. Um lugar onde atendemos o telefone e dizemos: “Bom dia. O meu nome é Liliana Oliveira e sou jornalista da TVI”. Nunca tive dúvidas em relação ao local onde queria passar por todas estas experiências. Era à TVI que eu queria chegar. Foi à TVI que eu cheguei. A 23 de setembro de 2013 abriam-se as portas da mais popular televisão portuguesa, da TV líder de audiências, vista e comentada, diariamente, por milhares de pessoas, a uma estagiária cheia de medos e ambições. Nunca pus em causa a minha escolha, por ter a certeza que seria uma casa que me saberia acolher e ensinar. Estava pronta a enfrentar os receios de quem está no início e a fazer o melhor por uma estação que faria o melhor por mim. Escolhi a TVI porque sabia que ali ia ser feliz. Sempre quis fazer jornalismo, o meu, não o dos outros. Sempre quis fazer da TVI a minha primeira ‘casa’. O meu dia chegou.

## **2.2 – A redação onde tudo acontece**

Tive a felicidade de conhecer os estúdios da TVI antes de saber que aquele seria o meu local de trabalho daí a dois meses. Tal como em qualquer redação, ali é tudo desorganizadamente organizado. A redação, com dois pisos, está dividida por secções. Em cima, o Desporto, a Agenda, o Internacional e o *Online*. Em baixo, a Sociedade, a Economia, a Política e os Editores. Cada secção com a sua dinâmica, com os seus jornalistas, com as suas rotinas. Bem perto está também o estúdio onde são emitidos, todos os dias, o “Diário da Manhã”, o “Jornal da Uma” e o “Jornal das 8”. Do outro lado, o estúdio da TVI24. Não muito diferente, com o mesmo frenesim, mas num espaço com menos metros quadrados.



A ‘caixinha mágica’, como muitos ainda lhe chamam, não é tão mágica quanto parece nas TV’s lá de casa. Dentro do estúdio a magia é outra, é a do tic-tac constante do frenesim que envolve o estúdio, das pessoas que passam, das que entram e das que saem, das que falam, das que riem. Do lado de cá, tudo parece mágico, tudo parece grande e bonito, tudo parece de um mundo diferente. E é, a televisão e os estúdios de televisão são de um mundo que só alguns têm a felicidade de conhecer, e outros, como eu, o local onde tiveram o prazer de passar três meses, partilhar dias e horas de trabalho com o mundo mágico do audiovisual. A redação era exatamente como eu imaginava, aquele vai e vem de gente, o rodopio de jornalistas, computadores, jornais e papeis por todo o lado, caras conhecidas do grande público, estúdios, luzes, câmaras e açaõ.

### **2.3 – A equipa que faz tudo acontecer**

“O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público” (artigo 1º do Código Deontológico dos Jornalistas <sup>12</sup>)

Na TVI trabalham dezenas de profissionais, alguns deles excepcionais naquilo que fazem. Daquilo que vi e do que me ensinaram, este artigo do Código Deontológico dos Jornalistas poderia servir de descrição para quase todos eles. Não conheci cada um como gostaria, mas conheci outros melhor do que alguma vez imaginei. Muitos deles possuem nomes familiares e caras conhecidas do grande público, a começar pela direção de informação. Tive, em diferentes circunstâncias, contacto com os jornalistas da estação de Queluz de Baixo que habitualmente nos invadem a casa através da televisão. Nomes e caras dos quais já certamente ouvimos falar, que muito me mostraram e ensinaram.

---

<sup>12</sup> [http://static.publico.pt/nos/livro\\_estilo/29-codigo-d.html](http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/29-codigo-d.html) [acedido pela última vez em 20.09.2014]



“Permitam-me que lhes peça um favor, da próxima vez que virem um repórter de imagem a desempenhar a sua profissão, dêem-lhe um aperto de mão, uma palmada nas costas ou simplesmente um aceno e agradeçam-lhe. São homens e mulheres sui generis, no seu próprio mundo, que não são reconhecidos na rua ou no supermercado, mas são sem dúvida alguma os alicerces da indústria televisiva.” (Carvalho, 2010: 7)

Na televisão o mérito é de todos, as vitórias e os prémios dependem de uma equipa. Nomes como Pedro Batista, Pedro Cordeiro, Tiago Euzébio ou João Franco poderão pouco ou nada dizer ao telespectador. Numa das minhas saídas em reportagem percebi o quão ingrato é o trabalho de um repórter de imagem. A televisão vive de imagens, as imagens deles, e o público, por norma, não reconhece essa importância. Eles sentem-na. O que faria o jornalista com o seu texto e a sua voz numa peça sem imagem? Nada. O mesmo mérito deve ser atribuído a jornalistas, repórteres de imagem, editores e a todos aqueles que as câmaras não apresentam ao grande público mas que são essenciais nas reportagens que todos os dias vemos nas nossas televisões. Para uma reportagem com cerca de três minutos está muitas vezes um dia de trabalho por trás. Na retaguarda estão também muitos outros profissionais que gerem os cenários, a maquilhagem, a luz, o som, as câmaras, tudo o que envolve a ação. Na TVI vi, acima de tudo, profissionalismo. Cada uma destas pessoas foi, em cada dia da minha curta passagem, essencial para o meu processo de aprendizagem, para que o meu estágio se tornasse muito mais completo.

#### **2.4- Primeiro dia na TVI**

Quando se chega à Rua Mário Castelhanos, em Queluz de Baixo, avista-se logo o símbolo e a entrada da Media Capital. Começava assim a minha aventura na TVI. Esperavam-me momentos complicados, algumas deceções que se transformariam, daí a dias, em ensinamentos. Esperava-me uma equipa de gente boa e simpática. Falo da Agenda da TVI, um departamento peculiar, cujo trabalho nem sempre é reconhecido. Mas devia. Por aqui passam todos os acontecimentos antes de se tornarem notícia. Passam as cartas e telefonemas de pessoas desesperadas. Passam jornais, chamadas e



muitos *e-mails*. Por aqui passa tudo, só não passa nada ao lado. Uma equipa muito capacitada, com muito para ensinar a quem tem muito para aprender. O primeiro dia nunca é fácil nem muito produtivo. Como não tinha os acessos ao sistema da TVI, passei o dia a ler jornais e a ver *sites*. Queria encontrar as notícias mais interessantes e os acontecimentos mais importantes. Não aconteceu. No dia seguinte voltaria a tentar.

## 2.5- Primeira semana na Agenda

A Agenda da TVI funciona como o ‘motor’ que faz a ‘máquina trabalhar’. Para a ‘máquina’ trabalhar são precisas notícias. Todos os dias logo pela manhã elas chegam à Agenda através da imprensa, da Agência Lusa, dos telefonemas, das cartas, *e-mails* e, claro, da agenda política. Todos os acontecimentos estão lá, na Agenda. Ela que chega a todos os que fazem parte da TVI. Nas nossas agendas pessoais temos, por norma, contactos úteis. O mesmo acontece com a Agenda da TVI. Por isso, são os profissionais desta secção a dar apoio à reportagem. Fazem-se os contactos e pedem-se autorizações sempre que necessário. Também ali são feitos os convites a todos aqueles que dão a sua opinião nos programas da estação. É ali que se decide quais são os convidados mais adequados a comentar determinados temas. É ali que se acertam pormenores com os comentadores residentes. É, também, objetivo desta investigação perceber quais são os critérios desta seleção. É ali, na Agenda, que tudo começa, para ser desenvolvido por outros, para que juntos façam da TVI a estação líder de audiências. Foi também ali que começou o meu percurso. Ali, eu lia todos os dias todos os jornais, atendia inúmeros telefonemas, chegavam-me ao sistema incontáveis *e-mails*. Fiz de tudo um pouco e com o pouco aprendi muito. Foi na Agenda que percebi a dinâmica que envolve uma televisão, a estrutura interna e a organização da TVI. Foi sem dúvida um ótimo local para começar esta grande experiência.



## 2.6- Primeiro dia na redação de sociedade

A Agenda é também o elo de ligação a toda a redação da TVI. Um mês depois da minha chegada, descia para o rés-do-chão do edifício da Media Capital e encontrei um grupo grande, capacitado e de braços abertos para apoiar quem está de chegada. Falo da redação de sociedade. Neste momento via o meu objetivo alcançado. Restavam-me dois meses para absorver tudo o que ali tinha para ver e aprender. Mesmo cheia de inseguranças e receios, esperavam-me três editores: Ana Candeias, Isabel Moição e Francisco Prates. Esperava-me também um grupo de jornalistas experientes. Fui recebida pela Rita Varandas que prontamente me explicou tudo o que eu tinha que começar a interiorizar, e generosamente me dava conselhos que facilitariam o meu trabalho ali. Tinha pela frente aquele que eu considero o pior dia, porque tudo é desconhecido, porque tudo é estranho, porque não se conhecem os hábitos e as pessoas. Consciente de que escrever para televisão não é fácil e de que ainda me faltavam consolidar muitos conceitos, segui o conselho da Rita. Peguei no jornal que estava em cima da minha secretária e adaptei um artigo à minha escolha a um texto jornalístico de televisão. Não foi perfeito. Não esperaria que assim fosse. Aproveitei também para me ir adaptando ao programa usado na redação, o *iNews*. E, mais uma vez, passava o primeiro dia sem grandes trabalhos mas com muitas preocupações.

## 2.7- Primeiro acompanhamento de uma jornalista

Um dia depois de me ser apresentada a equipa de sociedade estava pronta a absorver tudo o que me pudessem mostrar. Não posso negar que estaria destinado a que a minha primeira saída como jornalista estagiária da TVI fosse com ela, Sílvia Martins. Não a conhecia, mas também ela estudou na Universidade do Minho e foi por aí que a conversa começou. Não mais poderei esquecer a compreensão e delicadeza com que ela me explicava tudo o que fazia. Fomos as duas, com o repórter de imagem Bruno Vinhas, para o Tribunal de Sintra. Um jovem de 22 anos era acusado de matar o pai, era o dia da sentença. Já à porta do Tribunal, a Sílvia estava pronta para entrar em direto, no Diário da Manhã. A presença dela transmitiu-me segurança e ia apreciando tudo à



minha volta, todos os procedimentos, todos os pormenores. Não é fácil estar em direto. Nesse momento percebi que o jornalismo não escolhe tempos ou profissionais. É o que estiver disponível, é o que for mais rápido e imediato. E, nem sempre podemos estar a par de todos os casos, de todos os factos. Acabei por perceber que às vezes criticamos facilmente os erros daqueles que dão a cara na televisão mas nem pensamos no quão difícil é aquilo que eles fazem, muitas vezes sem tempo para a preparação que gostariam de ter. Depois do direto, seguimos para o interior do Tribunal e, mais tarde, voltamos à redação da TVI. Enquanto a Sílvia preparava a peça para entrar no Jornal da Uma, eu escrevia a minha para que ela pudesse ver e ajudar-me no fim. Como seria de esperar o meu texto não estava brilhante. Estava mais formatada para escrever para imprensa do que para televisão. Mas a Sílvia prontificou-se logo a dar-me alguns conselhos para que pudesse melhorar. Senti que estava ali para aprender. A escrita televisiva é efetivamente difícil, mas sabia que a TVI seria uma grande escola. Este primeiro embate não foi fácil. A Ana Candeias, editora de sociedade, também me chamaria a atenção para alguns erros que não devem ser cometidos no jornalismo televisivo. Não nego que caiu sobre mim alguma tristeza e até preocupação, mas percebi que não há melhor lugar para aprender jornalismo do que na redação. Sem desprestigiar nada nem ninguém, muito menos a Universidade do Minho e os seus profissionais, não há sala de aula que nos ensine aquilo que a redação simplesmente mostra.

Quanto à Sílvia, algum tempo depois perceberia a sorte que tive em ser ela a primeira jornalista que me acompanhou nos primeiros passos, e nos momentos mais difíceis.

## **2.8 - Primeira saída sozinha**

Dia 31 de outubro. Tinha passado uma semana desde a minha chegada a sociedade. Um dos editores, Francisco Prates, achou que era hora de pôr, sozinha, mãos à obra. Tratava-se de uma apreensão feita pela GNR de Almada. Estava, tal como queria, na TVI a fazer jornalismo. Não seria a melhor nem mais importante peça do Jornal, mas seria sem dúvida especial para mim. Em Almada encontrava-me com a jornalista da





SIC, Sara Antunes Oliveira. Foi um trabalho de equipa. Ela colocou algumas questões, eu coloquei outras. Desconhecia, tal como a maioria dos telespectadores, este trabalho de equipa, esta entreatajuda e o ambiente saudável que há entre os profissionais da comunicação. Claro que há sempre exceções, claro que há sempre concorrência. Mas durante o meu percurso fui percebendo que era uma interação mais saudável do que aquilo que eu julgava. De regresso à redação teria que selecionar os vivos e escrever a peça. Missão pouco fácil para a primeira vez. Contei com a ajuda da Andreia Jorge Luís. Foi ela a primeira jornalista a dar voz ao meu texto. Dar voz à peça exige técnica e algum saber, coisa que os estagiários não estão preparados para fazer quando chegam, por isso, recorre-se sempre à ajuda dos colegas mais experientes. Com o trabalho do editor de imagem José Santos, a peça estava pronta para entrar no ar. Estava longe de ser perfeita, mas estava orgulhosa. Era minha e era a primeira. Acabou por cair no alinhamento de todos os jornais, não só na TVI, porque questões do governo se sobrepunham no que diz respeito a critérios de noticiabilidade.

## 2.9 - Primeira reportagem na TV

Dia 8 de novembro. Havia na FIL, Feira Internacional de Lisboa, uma Feira de Vinhos. Há na Media Capital a “Revista Vinhos”. Portanto havia, como vem acontecendo nos *media*, a necessidade de promover o que ‘é da casa’. Ali, com o meu colega Pedro Batista, tive o primeiro grande contacto com o público. Entrevistei livremente, interagi, aprendi, recebi algumas ofertas, percebi o quão importante é a visibilidade mediática para as pessoas. Cheguei à TVI já a noite ia avançada. No dia seguinte, logo pela manhã, lá estava eu a montar a minha peça. A chefe de redação, Maria João Figueiredo, não alterou o meu texto. E, depois de montada com o editor de imagem Pedro Guedes, lá estava ela a passar no Jornal da Uma, do dia 9 de novembro. No dia seguinte era tema da TVI24 com convidado em estúdio. Não tinha o meu nome, não era a minha voz, mas era um trabalho meu e deixou-me particularmente feliz. Não por ser a melhor, mas por ser a primeira.



## 2.10 – Primeira proposta de reportagem

Logo depois dos meus primeiros passos, propus temas para possíveis reportagens. Tinha comigo uma lista. Sempre que podia procurava temas retratados noutros meios de comunicação e que também podiam fazer sentido na televisão, não esquecendo nunca que a televisão vive de imagens poderosas. Foram aceites quase todas e algumas bem elogiadas. Algumas das ideias propostas por mim foram incluídas em grandes reportagens, como aconteceu com a Grande Reportagem sobre o Ensino Superior, onde se incluíram, propostos por mim, testemunhos de jovens que recorreram a empréstimos para pagar os seus estudos. Uma das propostas mais elogiadas foi sobre jovens que viram os pais emigrar e ficaram sozinhos em Portugal que, mais tarde, foi uma reportagem que eu própria desenvolvi. Tal como aconteceu com uma proposta de reportagem sobre o trabalho da Make-a-Wish.

### 2.11- Primeiro destaque do “Jornal das 8”

Uma das minhas propostas baseava-se no acompanhamento da realização dos sonhos de dois meninos da Make-a-Wish<sup>13</sup>. O Natal aproximava-se e este tipo de reportagens são sempre incluídas nos alinhamentos nestas alturas. Foi uma experiência única. De facto, o jornalismo consegue ser uma profissão reconfortante e especial. Quando fazemos o que gostamos conseguimos coisas que nunca imagináramos serem possíveis. É verdade que sem a ajuda da minha editora o texto não teria saído da mesma maneira. Percebi que uma das dificuldades é, por vezes, estarmos demasiado envolvidos no tema. Mas a reportagem, com a ajuda preciosa do repórter e do editor de imagem, acabou por ser destacada por Judite de Sousa no “Jornal das 8” a 22 de dezembro. Foi o melhor presente de Natal que eu recebi. Encheu-me o coração de orgulho.

---

<sup>13</sup> A Fundação realiza desejos de crianças entre os 3 e os 18 anos gravemente doentes, com o intuito de lhes proporcionar momentos de alegria e esperança



## 2.12– O último dia

É difícil adaptarmo-nos a novas realidades, quase tão difícil como depois abandoná-las. Se procurasse uma palavra para descrever o meu último dia na TVI encontraria certamente a ‘saudade’. Foram três meses intensos, que jamais esquecerei. O último dia foi doloroso. Foram apenas três meses, mas criaram-se laços muito fortes com alguns colegas. Soube a pouco, mas soube bem. A TVI será para sempre a minha primeira ‘casa’. Um lugar que recordarei sempre com muita nostalgia, mas acima de tudo com muito carinho. Com as emoções a falarem por si, talvez tenha sido o dia em que mais me custou fazer o caminho até Queluz de Baixo. À medida que me ia despedindo dos colegas as lágrimas iam inevitavelmente caindo. Ali há uma família, eu fiz parte dela durante apenas três meses mas percebi que teria sempre a porta aberta. O meu último dia não foi fácil, estava pouco inspirada e as coisas não fluíam. Até que chegou a hora de dizer adeus. Saí tal como entrei, com a Sílvia. Também ela triste com a minha partida, mas confiante no meu futuro. Depois de entregar o meu cartão na receção, não voltei a olhar para trás. Terei sempre um carinho especial pela TVI. Estar-lhes-ei, a todos, muito grata por tudo. Por me mostrarem que há bons jornalistas, há bom jornalismo, e que o jornalismo se cruza efetivamente com a linha da minha vida. Segui para casa com a certeza de que na minha candidatura tinha feito a melhor opção. Ali, fui feliz. Serei sempre da TVI. Mesmo que o futuro me leve a lugares longínquos será sempre a estação de televisão do meu coração. Sempre. Entrei com receio, saí já com saudade.

## 2.13 – Síntese

A cada dia uma lição, uma aprendizagem. Os exemplos acima citados foram apenas alguns dos trabalhos que a minha passagem pela TVI me permitiu concretizar. Durante os dois meses na secção de sociedade fiz *off's*, bocas<sup>14</sup>, vivos e recolhi material para peças de outros colegas. Entrevistei ministros, jornalistas, pessoas socialmente

---

<sup>14</sup> Na gíria jornalística, bocas são frases importantes de figuras de destaque que servem para completar as peças dos jornalistas



reconhecidas e anónimos. Foram muitas as experiências e todas muito diferentes. Foram três meses na TVI que passaram demasiado rápido. É um meio que exige o seu tempo de adaptação, são ritmos alucinantes onde não há dias iguais. Um ritmo e um mundo fascinante. O mundo não para, a notícia não espera, a televisão não adormece.

A TVI foi a minha casa durante três meses, era lá que encontrava a minha família todos os dias. Foi acima de tudo uma escola, conhecimento e aprendizagem. Foram as lições de todos os dias. Comecei pela agenda, onde tudo acontece, onde se tem contacto com tudo e com todos, e cheguei à redação onde se passa à ação. Experimentei de tudo um pouco, alarguei horizontes e a visão de alguém que um dia sonhou chegar ali e conhecer tudo ao pormenor.



Universidade do Minho



## Capítulo III – Comentário, comentadores e informação televisiva

*A televisão tornou-se um estado dentro do Estado, uma escola acima das escolas e uma forma subliminar e assustadora de manipulação de mentes.*

**Florestan Fernandes**

Os comentadores televisivos são elementos que integram, cada vez mais, os programas noticiosos das grelhas de programação das estações de televisão. Para o telespectador, as suas intervenções são, muitas vezes, essenciais na compreensão de algumas matérias. São protagonistas que explicam, clarificam, exemplificam, mas também influenciam. A cadeira mediática permite-lhes chegar ao telespectador, a uma grande quantidade de telespectadores. É também por isso que são chamados semanalmente aos *plateaux* televisivos. Assim, estes comentadores residentes contratados pelas televisões tornam-se protagonistas importantes do ponto de vista mediático e da informação.

Este capítulo, dedicado ao enquadramento teórico, aborda alguns conceitos que importa esclarecer quando se fala em televisão, comentadores e comentário. Partimos de uma elucidação histórica sobre a televisão e a crescente importância que esta veio a adquirir na vida da sociedade portuguesa. Há também uma abordagem à informação televisiva, onde se explanam as regras da oralidade, aquilo que é passível de entrar no portão da informação e a forma como essa seleção é praticada, e o papel dos comentadores televisivos. Com um sucinto quadro teórico, ficamos a perceber quem são, de onde vêm, que características devem ter e porque é que aqueles que detêm o poder da escolha optam por incluir estes comentadores em programas âncora de programação.

### 3.1 – A televisão em Portugal: da educação ao entretenimento

Algumas décadas antes de Portugal conhecer o aparelho que aliava som e imagem, a Europa já via o mundo pelo ecrã. A caixinha mágica, como passou a ser conhecida, era a janela aberta do mundo. Em Portugal, como por toda a Europa, a



televisão surge por iniciativa do Estado, já na década de 50. Por cá, Marcelo Caetano e Salazar tornar-se-iam os principais entusiastas do novo aparelho mediático. Por isso, a TV sempre manteve uma ligação umbilical com o poder político. A programação era, por esta altura, dedicada ao regime salazarista. Os noticiários funcionavam como um altifalante do poder. Enquanto Salazar se precava dos estragos que a televisão podia provocar à sua imagem, usando-a apenas para os seus discursos, o seu sucessor, Marcelo Caetano, simulava conversas com alguém, com as “Conversas em Família”, que deixavam de ser conversas porque ninguém intervinha e passavam a lições direcionadas ao público (Torres, 2011). “Nos Estados Unidos, os primeiros legisladores proibiram o Estado de ter rádio e TV precisamente porque passaria a produtor de conteúdos e transmissor de ideias” (*ibidem*). Por cá, o cenário era inverso. “O Estado apresenta-se como educador, *entertainer* e informador desinteressado (como se fosse possível)” (*ibidem*).

Em 1957 a televisão ganha nome e forma em Portugal, a RTP. Alguns anos depois, em 1962, não havia, por cá, mais de 100 mil televisores. O público pertencia maioritariamente à classe média-alta. A televisão deixava de ser um bem essencial quando, por esta altura, mais de um terço da população portuguesa não tinha acesso a energia elétrica ou água canalizada, num país onde uma considerável percentagem da população era analfabeta e, dificilmente, teria capacidade para perceber o que passava no televisor (*ibidem*). Após o 25 de Abril de 1974, “a TV permaneceu instrumento político de primeira ordem” (*ibidem*). Ainda assim, não se descurou a sua importância para o povo português. As condições de vida foram melhorando significativamente em Portugal e a televisão passou a ser do interesse de quase todos os portugueses. Já nos anos 80, a programação começava a não agradar a uma audiência cada vez mais exigente. Em Portugal, sensivelmente uma década depois, foi tempo da abertura a canais privados. Começava aqui a alteração à grelha de programação. De acordo com Eduardo Cintra Torres, “a TV privada alterou profundamente a oferta, não só na quantidade, como nos conteúdos, géneros, protagonistas, estilo visual, dinamismo, grafismo e relação com a audiência”(*ibidem*).



O que mudou, então? A vertente educativa era, assim, substituída pelo entretenimento, “o *slogan* da TVI no século XXI assinala esse mudar de agulhas: do anterior conceito ‘uma televisão feita para si’ passou ao conceito plasmado nesse *slogan* ‘uma televisão feita por si’” (*ibidem*).

### 3.2 – Paleo, Neo e Hipertelevisão

A televisão começou ao longo dos anos a ser uma atividade partilhada por qualquer classe social. A dificuldade que tínhamos em encontrar um televisor na década de 50 nos lares portugueses inverteu-se. Hoje, a TV está na moda e a dificuldade está em encontrar uma casa sem televisão. Até mais: difícil começa a ser encontrar lares com apenas um televisor. Assim, com a chegada das televisões privadas e a guerra das audiências, o tradicional “educar, informar e distrair” passou a “distrair, informar e educar”, ou seja, “passámos para um lema que poderia ser ‘distrair, convencer e vender’ devido à forte penetração da concorrência pelas televisões privadas, em que ‘a função económica se sobrepõe à função social’” (Jean-Jacques Jaspers citado por Brandão, 2002:8).

Rita Figueiras, ao citar Bourdieu, distingue dois polos no jornalismo: o comercial que “caracteriza o jornalismo de mercado” e se centra nas vendas, criando a notícia como um produto para seduzir o público; e o polo cultural que destaca “os princípios normativos e deontológicos, considerando a informação um bem social” (Figueiras, 2005: 14).

Da esfera pública e do educar com a “paleotelevisão” passámos à esfera privada e ao entreter com a “neotelevisão” (Jaspers citado por Brandão, 2002:9). A luta pelas audiências condiciona também a qualidade daquilo que é apresentado. Estamos perante a televisão efetivamente direcionada para o espetáculo, incluindo o das notícias (Brandão, 2002:13). Os noticiários não se limitam a apresentar o importante, procuram antes ser espaços informativos que provoquem interesse no telespectador. José Alberto





Garcia Avilés “apresenta o *infotainment* como característica comum” dos noticiários líderes de audiência da União Europeia (Avilés citado por Lopes *et al*, 2013:9). Este *infotainment*, que procura o consumo imediato ao juntar notícia, entretenimento e comentário, trouxe consigo a luta pelas audiências.

Com o digital, fala-se já de uma hipertelevisão caracterizada por um discurso expressivo, completo mas rápido, “que abre múltiplas possibilidades de emissão e de participação daqueles para quem dirige os seus conteúdos” (Lopes *et al*, 2013:66).

### 3.3 - Informação televisiva

A televisão é, desde há muito, “o meio de comunicação social mais presente na vida das pessoas” (Lopes *et al* 2011:8) e, devido a isso, “o que existe só existe porque passa na televisão” (Brandão, 2002:89). O estudo efetuado por Pereira Jr. mostra que “a maioria das pessoas busca informação na tv: 59% contra 23% dos jornais impressos” sobram os 18% que se dividem pelos cibernautas e pelos ouvintes da rádio (Soares&Oliveira citados por Martins, 2013: 23).

A televisão pode explicar, fazer partilhar, fazer sonhar, sensibilizar, chocar, suscitar a reflexão, a adesão ou a rejeição, anestésiar ou excitar, mas ela faz tudo isso mostrando imagens, e fazendo ouvir sons concomitantes com a imagem (Jespers, 1998: 68)

A informação televisiva “assume-se como mecanismo privilegiado na transformação dos factos privados e sociais em factos públicos, operando nas sociedades actuais as maiores mudanças qualitativas do mapa social” (Lopes *et al* 2011:8). A televisão é considerada um “ecossistema social e cultural ao qual todos estamos vinculados pelo facto de integrarmos determinada cultura, ainda que não sejamos telespectadores assíduos” (Lopes,2009:6). “A TV contribui decisivamente para a construção de uma esfera pública central na qual se molda uma determinada visão do



mundo” (Lopes *et al*, 2013:7). Ela define a realidade social e ajuda, definitivamente, a construir o “mundo comum” (*ibidem*)

A televisão deve ser permanentemente confrontada com o seu contributo para desenvolver as sociedades democráticas, para incrementar nelas uma dinâmica de participação cívica, para criar uma opinião pública forte, para fazer aparecer novas representações do mundo (Lopes *et al*, 2013:8)

Mas, a televisão está “dividida entre a aparência e a verdade” (Bueno citado por Lopes *et al*, 2013:8), e mudou muito nos últimos anos. É, cada vez mais, “sinónimo de espetáculo, mesmo quando se fala em programação informativa” (Lopes (Org), 2011:5). Aliada a um jornalismo que foca o aqui e o agora, “a TV informativa, ao tornar tudo visível, parece que transforma tudo em eufemisticamente acessível” (Lopes *et al*, 2013:8). E quanto menos previsível um acontecimento for, “mais probabilidade tem de se tornar notícia e de integrar assim o discurso jornalístico” (Brandão, 2002:73).

Aqueles que assistem a programas coordenados e apresentados por jornalistas, procuram informar-se. Essa informação “não é algo que lhe foi contado, mas algo que existe realmente, porque ele viu com os seus próprios olhos”<sup>15</sup> (Otero citado por Martins, 2013:13). São milhões os que veem, mas menos os que falam. Ainda assim, a televisão é capaz de “transformar a criatura mais desinteressante num ser mítico ou carismático” (McLuhan citado por Bulger, 2004:14). Isto porque “a televisão funciona como os partidos políticos: ambos dão ao público aquilo de que é suposto o público gostar” (Santos, 2000:13), e “a situação ideal para os *media* é poder conciliar o «interesse público» e o «interesse do público» ” (Brandão, 2002:76). Porque “o que existe hoje é um esforço contínuo em satisfazer um pedido implícito do público na informação-espetáculo” (*ibidem*).

Para o público gostar e, conseqüentemente, a audiência aumentar “é necessário tornar a informação mais apelativa e o caminho mais fácil é o da opção pela

---

<sup>15</sup> Traduzido do original “el televidente ve para informarse. Y su información es algo que él mismo há visto. No es algo que le han contado, sino algo que existe realmente, porque lo há visto com sus próprios ojos”.



informação-espetáculo” (Canavilhas, 2001:1). Tudo isto é movido pelo fator económico, uma vez que “melhor programação obriga a maiores investimentos. Mais investimento exige mais receitas publicitárias e estas são consequências do aumento das audiências” (*ibidem*; Lopes *et al*, 2013:9). É o caminho que segue uma grande parte dos *media*, e a rivalidade entre eles faz com que a programação esteja “ao serviço não daquilo que é importante para o público, mas daquilo que faz reverter em audiências e, consequentemente, receitas publicitárias para as estações” (Lopes citada por Martins, 2013:16). Esta informação-espetáculo de que se fala “é propositadamente concebida para produzir uma resposta emocional e, através da dramatização, várias características da realidade são amplificadas e podem ser manipuladas” (Esslin citado por Martins, 2013: 15; Canavilhas, 2001).

Assim, “negligencia-se o papel informativo, educativo, formativo e construtor da realidade social que cabe à televisão” (Brandão, 2006: 17). A falta de diversidade, a monotonia de oferta e esta informação-espetáculo são constantes na informação televisiva (Martins, 2013:17). A linguagem jornalística televisiva é mais sensível aos acontecimentos negativos, espetaculares e dramáticos, que são os mais apreciados pelos telespectadores. (Brandão citado por Martins, 2013:22). Cátia Martins explica que “as pessoas prestam mais atenção às ‘más’ notícias e mais facilmente memorizam esse tipo de informação” (Martins, 2013:22). Assim, as notícias negativas “são cada vez mais a regra e não a exceção dos noticiários televisivos” (Brandão, 2002:87).

### 3.3.1 – Discurso televisivo

O discurso mediático procura “dizer tudo da forma mais expressiva possível e o mais depressa que se conseguir” (Lopes *et al*, 2013:9), ainda que, de acordo com João Canavilhas, deva respeitar duas regras fundamentais: “garantir a compreensão do discurso” e “procurar uma linguagem, não só simples, como próxima da linguagem de rua” (Canavilhas, 2001:5). Por isso, “quem trabalha em informação não é um mero



observador passivo daquilo que se passa, mas um participante ativo na construção da realidade (Lopes citada por Martins, 2013:17).

Em televisão, o que a pessoa diz não representa senão 7% do que realmente comunica; 38% da mensagem é transmitida pela sua maneira de se exprimir (voz, vocabulário, ritmo de discurso) e 55% pelas expressões da face e movimentos do corpo (Merhabian citado por Canavilhas, 2001:6)

Em televisão, a escrita, tal como o diálogo, obedece a algumas regras para que haja efetivamente comunicação. Para que a mensagem chegue ao telespectador é necessário que aquilo que se ouve seja entendido de imediato, por isso, o tom deve ser coloquial recorrendo a uma comunicação “curta, clara, forte e sugestiva” (Oliveira, 2007:23). As frases mais curtas são mais facilmente compreendidas e as palavras fortes, que “transmitem ideias e sensações pujantes” (*ibidem*), são fixadas na memória de quem as ouve. Aquilo que se diz deve ser claro para o telespectador, por isso, “palavras complexas, de sentido duvidoso ou controverso devem ser evitadas” (*ibidem*). Para além de facilitar a compreensão, a linguagem clara “favorece uma relação inteligente com o espectador” (*ibidem*). Da mesma forma, “uma escrita sugestiva estimula a imaginação do espectador” (*ibidem*).

Sem clareza, não há comunicação em televisão. Ao contrário do leitor de jornais, o espectador de televisão tem que perceber a mensagem à primeira. Ele não tem hipótese de voltar atrás e ‘reler’ a notícia ou a informação que lhe escapou (*ibidem*)

O telespectador na relação com o jornalista passa por três procedimentos: querer ouvi-lo; percebê-lo; reagir (*ibidem*). A credibilidade, confiança, firmeza e segurança do jornalista vão atrair o telespectador, bem como o discurso eficaz e direto (*ibidem*). Em casa vão querer perceber o que diz o jornalista (ou aquele que possui a palavra, como o comentador) e, por isso, “o seu discurso deve ser fluente, claro e simples” (*ibidem*). O jornalista presente em estúdio deve ser “persuasivo, cativante e sedutor no modo como comunica, socorrendo-se de uma expressão facial e corporal envolvente e afirmativa” (*ibidem*). Portanto, não é suficiente comunicar, é necessário comunicar bem, “de tal



modo que a mensagem não só chega ao destino, como é um prazer ter chegado ao destino” (*ibidem*). E, para o jornalista ser um bom comunicador, a empatia e o carisma não podem faltar. Isto significa que deve existir uma “ligação afectiva positiva com o destinatário e ter uma marca distintiva, também positiva, na sua expressão física, seja ao nível do rosto, seja ao nível da linguagem corporal e gestual” (*ibidem*).

A credibilidade é a característica mais valiosa de um apresentador de informação televisiva. Sóbrio e comunicativo, o apresentador deve ‘seduzir’ o espectador, atraindo-o sem o distrair. A voz deve ser modulada, firme, mas suave. Não pode ser agreste nem demasiado metálica. Deve ser ritmada e multicórdica, alternando velocidades, inflexões e pausas. A boa expressão oral é aquela que melhor se aproxima da de uma narrativa (*ibidem*)

O jornalista deve recorrer a um olhar firme sem ser agressivo e os gestos devem ser comedidos, ainda que sejam bastante úteis no destaque de ideias, devem ser controlados (*ibidem*). Jorge Nuno Oliveira chama ainda a atenção para a elegância do vestuário, afirmando que a “aparência, em qualquer caso, deve ser irrepreensível” (*ibidem*).

No contacto com a câmara, é necessário mostrar firmeza e confiança a quem assiste. Por isso, é importante conciliar, na dose certa, concentração e descontração. A par disto, “a credibilidade assenta, também, em dois outros pilares essenciais: a fluência e a coerência” (*ibidem*). O jornalista deve preparar o que quer dizer, o que quer que as pessoas percebam, como transmitir com clareza as mensagens importantes, definir tópicos da mensagem que quer transmitir, estruturá-la, prever e preparar situações embaraçosas, e assumir os erros quando assim acontecer (*ibidem*). Para convencer aqueles que ouvem, o jornalista tem que, acima de tudo, acreditar ele próprio naquilo que está a dizer.



Não se pede, a ninguém, que seja um bom actor. Mas um bom comunicador. Os bons actores podem ser convincentes, mesmo quando não acreditam no que dizem. Os comunicadores dificilmente convencerão alguém da sua verdade se não tiverem, eles próprios, convicção (*ibidem*)

Assim, e de forma sucinta, é necessário um discurso claro, sem palavras muito sofisticadas ou recurso a uma linguagem hermética desnecessária, com uma ideia forte em cada frase curta para que possa ser mais facilmente apreendida, aquilo a que os americanos chamam de *soundbites*. É, então, importante que o comunicador seja claro, sucinto, forte, sincero, natural e igual a si próprio, e que acredite no que menciona para convencer, prender e interessar o telespectador (*ibidem*).

### 3.3.2 – O que entra no portão da informação

Aquilo que se debate em estúdio é sempre aquilo que foi noticiado e a informação que chega à maioria das pessoas. Mas, como se define aquilo que será passível de ser noticiado e, posteriormente, comentado?

Na teoria do *gatekeeper*, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, portões que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o *gatekeeper* tem de decidir se vai escolher essa matéria ou não (Brandão, 2006: 122)

Diariamente, chegam às estações de televisão um número quase incontável de informações. Vindas de agências de notícias, assessorias de imprensa ou fontes próprias do meio de comunicação social poderão ser, ou não, noticiadas. (Martins, 2013:23). Esta decisão passa pelo jornalista que desenvolve “uma perceção seletiva diante das notícias que tem às mãos” (Soares&Oliveira, 2007:6) recorrendo aquilo a que muitos chamam de *faro jornalístico*. Ele filtra os acontecimentos que têm interesse de noticiabilidade, baseados num conjunto critérios que “permite aplicar uma prática de



selecção estável, o que favorece a estandardização do processo produtivo” (Canavilhas, 2001:3)

Já sabemos que a actualidade noticiosa é sempre uma selecção de acontecimentos, mas convém que o filtro por onde passam os factos que acedem à visibilidade mediática reflecta o mundo onde nós vivemos e não apenas o universo televisivo, fazendo-nos crer que nada mais se passa para além daquilo que é criado no pequeno ecrã (Lopes, 2006:15)

“Os alinhamentos dos telejornais são, no entanto, construídos com base nos níveis de audiência” (Martins, 2013:25). Para isso, “o discurso televisivo conduz ao espetáculo de ritualização do acontecimento e à efabulação sempre violenta do real” (Cádima citado por Martins, 2013:25). E “as audiências confirmam o gosto dos telespectadores por uma informação com estas características” (Canavilhas, 2001:9). Procura-se sempre o caminho da informação apelativa e, para isso, misturam-se diferentes ingredientes: ficção, emoção, dramatização, sensacionalismo, opinião e publicidade (Correia citado por Martins, 2013:27).

Neste contexto, a informação televisiva vê-se perante o desafio de renovar os seus códigos de enunciação televisiva. Nos últimos anos, optou-se pelo caminho mais fácil. E mais perigoso. Rasgaram-se os limites da intimidade, promoveu-se o *voyeurismo*, criaram-se *pseudo-notícias* e instalou-se uma espécie de “*jornalismo de causas*”, subserviente face às leis do mercado, perdendo de vista o *bem comum* (Lopes, 2006:16)

Em televisão, a informação tem “uma visão mercantil da notícia”, que reflete os interesses do mercado e do poder dominante (Brandão, 2002:79), onde “se elegem os factos, as opiniões e as ideias que ‘vendem mais’ em detrimento daquilo que define melhor a realidade social” (*ibidem*).



### 3.3.3- O papel dos comentadores na informação televisiva

Os *media* que chegam a um grande número de pessoas têm um papel importantíssimo na formação da opinião (individual e/ou pública). Neste contexto, não será suficiente dotar os cidadãos telespectadores de informação, será também necessário fornecer-lhes diferentes visões do mundo e várias interpretações de um mesmo acontecimento (*ibidem*)

A informação televisiva de que falamos neste capítulo transparece a ideia da existência de um “produtor de opinião pública que se viu reduzido, nas presentes condições sociais e comunicacionais, à condição de mero consumidor de mensagens mediáticas” (Esteves citado por Lopes (Org), 2011:46). Apresenta-se a imagem de uma cidadania diminuída, de quem tem poucos “canais de participação nos media” (Lopes (Org), 2011:46) e onde se destaca uma “elite com acesso à palavra mediática” (*ibidem*). Mais uma vez, a questão económica vem interferir nas escolhas de quem dirige uma televisão e, conseqüentemente, não faz dela o cenário idóneo. “Pressionada por constrangimentos económicos, a televisão verga frequentemente o seu trabalho aos gostos mais populares e aos rostos mais conhecidos” (Lopes (Org), 2011:47). McQuail considera que “muitas pessoas procuram, no seu ambiente, pistas sobre a opinião dominante e os pontos de vista que ganham força ou estão em declínio” (McQuail citado por Lopes (Org), 2011:61). Aqui se estabelece um ponto importante na ligação entre a informação televisiva e o telespectador. A missão da televisão passa, também, pela formação da sociedade. Para tal, um meio de comunicação de massas, como o é a televisão, não pode limitar-se à apresentação dos factos e à informação, deve também ajudar o telespectador a decodificar (Lopes (Org), 2011).

Hoje os media-sobretudo a televisão- definem e representam para a maioria da população, nomeadamente a de nível cultural mais reduzido e menos instruído, a principal ou mesmo a única fonte de informação, daí, o poder das interpretações da televisão tem uma importância vital para a compreensão de determinados acontecimentos transformados em notícias (Brandão, 2002:78)





Aqui, entra o papel dos comentadores. Mais do que protagonismo ou níveis de audiência, devem dar atenção a determinados assuntos “explicando o que significam expressões específicas” (Lopes (Org), 2011:60). Mas “o que hoje se verifica acima de tudo é ‘quanto excesso de informação e simultaneamente falta de informação’” (Minc citado por Brandão, 2002:93) existe. É por isso que se torna “cada vez mais necessário apostar na diversidade e na especialização dos conteúdos informativos” para que “ todos se possam rever na informação televisiva” (Brandão, 2002:82).

### 3.4 – Protagonistas do palco mediático: quem são?

É inevitável (a seleção). É assim em todo o mundo. A banalização do estúdio é complexa, porque os espectadores não validariam da mesma maneira aquele palco. Se é um palco, nem toda a gente pode lá estar (José Alberto Carvalho citado por Lopes *et al*, 2013:31)

Quem são, então, os protagonistas desse palco? Hoje a TV não valoriza apenas a credibilidade, o saber, o discurso completo e racional, os bons e válidos argumentos dos seus convidados. A TV de hoje aprecia, acima de tudo, a notoriedade mediática de convidados imediatamente reconhecidos pelos telespectadores “que conversem ao ritmo (veloz) do audiovisual, fazendo uso da maior expressividade possível” (Lopes (Org), 2011:5; Lopes *et al*, 2011; Lopes, 2009).

Quem são, nesse caso, os convidados mais desejados? Respondendo diretamente à questão: os que vendem.

A palavra em televisão é de uma elite de convidados que, estrategicamente, se espera que atinjam um determinado fim: êxito. “Êxito pessoal daquele que fala, êxito da estação que coloca esse interlocutor em cena” (Lopes *et al*, 2013:8).

A expressividade, a concisão e a notoriedade são condição de acesso aos *plateaux* televisivos porque interessa fixar os telespectadores à emissão. Por isso, e de acordo com Felisbela Lopes, são as



Elites jornalísticas e políticas, as mais bem treinadas na arte de colocar o poder em cena, as mais capazes para representar uma dramaturgia democrática, as mais habituadas a conciliar o seu discurso com as exigências mediáticas (Lopes (Org), 2011: 54)

Ainda assim, a classe política tem vindo a perder destaque mediático. Se nos anos 90 era a mais chamada aos palcos televisivos, o século XXI trouxe mais destaque aos jornalistas. Quando surgiram os canais privados os políticos eram chamados para debates e entrevistas. A linha editorial do canal público, na altura líder de audiências, não procurava nestes géneros jornalísticos a novidade nem a polémica, “apenas promovia uma reflexão de tópicos que circulavam na esfera pública política” (Lopes, 2005: 3). A TVI, no ano de lançamento, não dispensou a presença política em debates, mas também não lhes concedia lugares de destaque na emissão. “O canal da Igreja chamou a estúdio representantes de todos os partidos, com excepção do PCP, cujos militantes não foram convidados para qualquer programa de informação semanal até Outubro de 1993” (*ibidem*). Nas televisões privadas a classe política foi perdendo espaço nos debates que ainda eram apresentados no horário da noite. Com a chegada de programas como *Big Brother*, os programas informativos semanais perderam lugar na grelha de programas do horário nobre dos canais generalistas (*ibidem*). Por sua vez, os jornalistas foram conquistando destaque. Com a expansão dos canais temáticos e, consequentemente, “uma programação feita essencialmente de fluxo” (Lopes (Org), 2011:52), com mais espaço para programas de debate em estúdio e necessidade de uma presença contínua de comentadores os jornalistas foram conquistando espaço nos *plateaux* televisivos, porque também eles estão habituados às luzes da ribalta, aos códigos televisivos e ao domínio da atualidade (*ibidem*).



### 3.4.1- O que distingue os donos dos *plateaux*

No campo da informação, o recurso a opiniões especializadas ou credenciadas no “Espaço Público” português, tem feito com que, por um lado aumente a quantidade de Opinion Makers nos diversos Media, mas principalmente, que os Opinion Makers de referência acumulem e/ou transitem de Media, permanecendo assim sempre no “Espaço Público” (Figueiras, 2005: 15)

Os *Opinion Makers* são políticos ou jornalistas que “têm influência no modo de pensar das outras pessoas” (Figueiras, 2005:10; Fidalgo, 2003; Marques, 2007). Estes comentadores não são imparciais. “São, ou devem ser, homens livres, independentes, que não obedecem a interesses particulares, além do seu próprio juízo” (Figueiras, 2005:10).

E porque se remete o debate a duas classes sociais tão específicas? Em televisão tempo é dinheiro, como tal o tempo é escasso e valioso. Por isso, espera-se que a comunicação seja curta mas eficaz. Não há tempo para grandes explicações nem aprofundamento de questões, ainda que estas sejam relevantes. O objetivo é passar a informação de forma expressiva e eficaz. (Lopes *et al*, 2013)

Os políticos estão habituados a bons *sound bites* (*ibidem*). Mas vai muito além disto. Para fixar as audiências, mais do que o talento, conta a notoriedade mediática.

Há uma cultura da celebridade que se agarrou, parece que irreversivelmente, aos ecrãs informativos. Quem apresenta os principais programas de informação televisiva são jornalistas com assinalável capital mediático. Esse tipo de notoriedade é também, de certa forma, exigido aos convidados dos *plateaux* informativos, principalmente em horário nobre (*ibidem*)

A luta pelas audiências, a obtenção de lucro e a forte concorrência obrigam os *media* a optar por uma estratégia comercial devido a esta feroz lógica de mercado. É



assim justificada a contratação de alguns comentadores de referência “cuja opinião se tornou emblemática, e por isso, viram o seu capital simbólico reforçado” (Barriga, 2011:5). Falamos até de um *star system* que não procura sabedoria procura celebridades que, mesmo não sendo as mais habilitadas a falar do assunto, têm lugar nesta TV espetáculo (Lopes *et al*, 2013; Barriga, 2011). Estas ‘vedetas’ “ajudam na promoção dos meios de comunicação” e, por sua vez, os *media* “promovem essas individualidades, contribuindo para a permanência da sua imagem no circuito mediático” (Figueiras, 2005:16).

Assim, existe uma clara preferência por jornalistas e políticos. Eles que têm, por norma, o dom da palavra no quotidiano, têm-no também nos estúdios de televisão. São eles que dominam alinhamentos e grelhas de programação. Os jornalistas, melhor do que ninguém, conhecem aquilo que a TV exige. Se, por um lado, “um jornalista no papel de comentador faz passar a ideia de que aquilo que diz é imparcial” (Lopes *et al*, 2013:20) por outro lado, ao colocá-lo no lugar de convidado surgem algumas questões delicadas. Os jornalistas convidam outros jornalistas para a cadeira de opinião caindo assim numa circular de informação. Depois, estes jornalistas/comentadores não são especialistas, não tendo assim conhecimento suficiente para explicar questões mais complexas. E, como não podia deixar de ser, os jornalistas comentam quando a sua função passa apenas por relatar os factos, sem juízos de valor (*ibidem*).

Os políticos, com cargos de notoriedade pública, descodificam aquilo que a TV marca como atualidade (Lopes (Org), 2011), mesmo que, muitas vezes, não sejam os mais habilitados para comentar os temas destacados (Lopes, 2009). Estes mesmos políticos procuram, simultaneamente, testar medidas junto do público, reforçar a notoriedade dentro do próprio partido e reagir ao que foi feito ou dito pela oposição, não fosse a política feita de comentários e reações. Muitos deles comentam até assuntos em que são parte integrante (como aconteceu recentemente com Marcelo Rebelo de Sousa, nos comentários habituais no Jornal das 8, ao domingo, na TVI, aquando da sua hipotética candidatura à Presidência da República), importa é que esse comentário seja transparente (Joaquim Fidalgo citado por Barriga, 2011:17). Estes atores políticos, mesmo quando o debate é potenciador de conflito, procuram ainda promover “uma



espécie de prestações de contas ou explicação da acção governativa” (Lopes, 2005:3; Morgado, 2005).

A televisão sempre ‘gostou’ dos políticos pela sua capacidade de prender a audiência pelo que dizem, pelo discurso fluente e expressivo que mistura razão e emoção e porque falam em terceiros (Lopes (Org), 2011). E os políticos sempre viram nos *media* “o seu principal palco de exposição e, conseqüentemente, de rentabilização de popularidade” (Lopes, 2005:8; Morgado, 2005; Lopes *et al*, 2011).

Mas, dentro da classe política, nem todos têm acesso aos palcos televisivos. Há tendência para privilegiar os políticos com cargos de relevo, a “elite do poder político” (Lopes, 2005:3). “No panorama televisivo actual, as cadeiras do poder político e do poder mediático confundem-se” (Eduardo Cintra Torres citado por Barriga, 2011:17). Ministros ou outros membros do governo, líderes partidários, com destaque para o PS e o PSD, deputados parlamentares, embora estes não vejam “na TV um espelho inequívoco daquilo que constitui a sua representatividade no hemiciclo político” (Lopes *et al*, 2011:12), e a autarquia da capital estão entre os convidados preferidos dos palcos de informação (Lopes, 2005).

Mas onde entram, numa televisão que diz primar pelo pluralismo e interesse público, por exemplo, os deputados eleitos por círculos eleitorais mais pequenos, os presidentes de Junta de Freguesia, os presidentes das Câmaras Municipais além de Lisboa ou Porto? Estes atores políticos não têm lugar “porque os temas escolhidos para debate ou grande-entrevista extravasam a sua actuação, mas, acima de tudo, porque os *plateaux* se mantiveram demasiado circunscritos aos mesmos ‘confrades’” (Lopes, 2005:3). O acesso da classe política aos palcos televisivos faz-se de comentadores repetentes e, embora o grupo dos seleccionáveis não seja muito amplo, “não será por acaso que a renovação dos políticos não acontece nos *plateaux* televisivos, tal como não acontece no interior dos partidos. Porque política e TV progridem sendo o espelho uma da outra” (Lopes *et al*, 2011:18). Isto justifica que os mesmos comentadores participem em diferentes programas do mesmo canal ou em canais concorrentes.



Remetendo esta caracterização especificamente à TVI, o convidado-tipo “é homem, jornalista, com notoriedade mediática, residente em Lisboa e observador da realidade em debate” (Lopes *et al*, 2013:33). Aqui está uma das variáveis de maior destaque na definição do perfil de comentador desejado: o género. São maioritariamente homens. Maria João Silveirinha citada por Felisbela Lopes explica que

Apenas quando as mulheres forem visíveis nos meios de comunicação social como desempenhando papéis activos na política, no trabalho e nos temas da vida comum, poderão elas constituir-se activamente também como públicos e ser estimuladas a participar em todas as áreas da vida social de um modo reconhecidamente paritário (Maria João Silveirinha citada por Lopes (Org), 2011:79)

As que sobressaem são, na opinião de Felisbela Lopes, as que “conquistaram uma certa liderança no interior dos órgãos onde trabalham e a TV mais não faz do que reproduzir esse poder, reforçando-o” (Lopes, 2009:6). Esta superioridade masculina mostra “como tanto mudou e como tanto ficou na mesma” na exposição mediática dos comentadores televisivos, nos últimos anos (Maria João Silveirinha citada por Lopes (Org), 2011:79).

Também a zona geográfica a que pertencem os comentadores chamados a estúdio é de destaque para uma cidade em particular: Lisboa. A questão prende-se, de acordo com Felisbela Lopes, com a proximidade aos estúdios de TV, uma vez que estes se localizam na capital do país, mas também com o facto de a elite mediática e os principais centros de poder político e económico se concentrarem em Lisboa (*ibidem*). Assim se justifica que um número, ainda que pequeno, de pessoas habilitadas a falar possa surgir na capital (Lopes *et al*, 2013:30).



Acho que se podem fazer mais coisas no Norte. Em termos de opinião, o país, para além de Lisboa, estará pouco representado com regularidade. É possível melhorar isso, pois hoje existem facilidades técnicas que o permitem (Francisco Pinto Balsemão citado por Lopes *et al*, 2013:32)

Todos os que são de outras regiões do país têm mais dificuldade em ter acesso aos *plateaux* televisivos. No norte, por exemplo, esta ausência de protagonismo é incompreensível uma vez que

Se trata de uma massa populacional de cerca de 3,7 milhões de pessoas (35 por cento do total nacional), que concentra quase 40 por cento das exportações nacionais, que tem tradicionalmente uma grande dinâmica sociocultural e onde se situa a segunda cidade do país (*ibidem*)

Porque não se recorre às delegações regionais, de forma a atenuar a hegemonia lisboeta, para dar voz a pessoas impossibilitadas de se deslocarem aos estúdios de Lisboa?

Falamos aqui de interlocutores pouco familiarizados com o discurso televisivo em direto, nomeadamente aquele construído na ausência de qualquer contato físico com o entrevistador e com eventuais parceiros de discussão (*ibidem*)

Assim, para além do conhecimento do assunto em debate é também necessária a eloquência, a boa apresentação, e ser oriundo de determinada zona geográfica. “Porque em TV a forma também é conteúdo” (*ibidem*). Daniel Innerarity considera que “o espetáculo está acima do debate, a dramaturgia acima da comunicação, a imagem acima da palavra” (Daniel Innerarity citado por Lopes *et al*, 2013:14). Quem não se adapta a



estas características não tem espaço no estúdio, a não ser que seja protagonista de um grande acontecimento (Lopes *et al*, 2011).

### 3.4.2 – O ciclo fechado dos *plateaux* televisivos

A porta de entrada para os estúdios televisivos é estreita. Os que lá entram são dotados de características específicas que os tornam figuras de destaque. Mas com critérios tão precisos, onde encontra a TV estas personalidades passíveis de serem selecionadas?

Normalmente são recrutadas dos jornais, porque escrevem artigos interessantes; ouvem-se nas rádios, e vai-se atrás delas; roubam-se noutra canal ou aparece alguém que nos diz que em determinada universidade há alguém com cabeça para isto ou aquilo. Não há outra forma de fazer isto. A TV não funciona como o futebol onde há uns ‘olheiros’ nos campos a ver quem é o melhor jogador (José Eduardo Moniz citado por Lopes *et al*, 2013:30)

O facto de o debate se cingir a determinadas áreas sociais diminui ainda mais o leque daqueles que são chamados à TV. Uma tendência que os canais temáticos ajudaram a acentuar, uma vez que a programação se debruça sobre o poder político dominante. Políticos, jornalistas ou politólogos são, aqui, a preferência. Porquê? São acessíveis, conhecem os códigos televisivos e estão próximos dos centros de decisão.

É difícil vermos uma cara desconhecida num palco mediático como o da TV. A explicação é simples. Os operadores de televisão querem audiências para venderem espaços publicitários a anunciantes. Por isso, os programas, sobretudo em horário nobre, têm que interessar ao telespectador. Este não ouve a opinião de quem não conhece, atribuindo mais autoridade e legitimidade aos que têm projeção mediática.





Os jornalistas convidam, por norma, pessoas que já conheçam não só por questões de tempo e acessibilidade mas, também, porque já sabem do que esses convidados são capazes. Ao mesmo tempo, conseguem manter contacto com personalidades que podem ser, simultaneamente, boas fontes de informação. E, ainda, porque “o bilhete de entrada nos *plateaux* de informação é seletivo. Há quem defenda que assim tem de continuar, para não vulgarizar a opinião que é partilhada por um número significativo de telespectadores” (Lopes *et al*, 2013:31). José Alberto Carvalho, diretor de Informação da TVI, partilha desta opinião considerando que é inevitável a seleção porque “se é um palco, nem toda a gente pode lá estar” (*ibidem*).

De fora do palco mediático ainda ficam “as profissões técnicas e do sector produtivo” (Lopes, 2009:5). Sébastien Rouquette estudou os convidados de informação na televisão francesa e concluiu que essa dificuldade de integração deste tipo de convidados deve-se, por exemplo, ao domínio reduzido de alguns temas.

O que pergunta um jornalista a um agricultor? (Quase) nada poder-se-á argumentar. Ou então, de outra forma: O que sabe o jornalista de agricultura para conversar com um agricultor? (*ibidem*)

Em Portugal, o cenário é o mesmo. Há quem fale até numa espécie de profissionalização no comentário televisivo, tal é a repetição dos nomes chamados aos estúdios de informação. Mas ser comentador não é profissão, “não tem um corpo de conhecimentos, não reporta a uma autoridade profissional e não apresenta uma cultura profissional” (Lopes *et al*, 2013:34).

Os responsáveis pela informação e, conseqüentemente, pelo convite a estas personalidades deviam não esquecer “aquilo que pressupõe a tarefa de explicar, cuja palavra se decompõe em *ex + plicare*, que significa eliminar pregas, exhibir as partes escondidas” (*ibidem*). Ainda que o discurso seja racional e mostre os conhecimentos do comentador, as exigências do discurso televisivo são essenciais para que a mensagem



chegue a todo e qualquer telespectador. Estas circunstâncias acabam por condicionar e restringir as escolhas e limitar o palco mediático a alguns.

O leque de escolha é então limitado, mas farão as empresas um esforço para encontrar novos talentos do comentário? Como o fariam?

Era preciso destacar, no interior das redações, recursos humanos vocacionados para o acompanhamento e atualização das bases de dados de eventuais convidados, que poderiam ser procurados noutros *media*, em congressos, em reuniões informais promovidas pelos próprios canais, em instituições ou empresas (*ibidem*)

Nomes como o do Professor Marcelo Rebelo de Sousa serão sempre de destaque no que ao comentário televisivo diz respeito. São nomes que funcionam como âncoras de programação, tendo sempre lugar num estúdio de televisão. Mas são nomes como o do Professor que podem ajudar a popularizar outros nomes menos conhecidos porque “se olharmos a TV como um espaço público no seio do qual se organiza a experiência social mediante um exercício reflexivo declinado por um grupo diversificado de actores, ficaremos desiludidos” (Lopes *et al*, 2011:15).

### 3.4.3 – Comentadores residentes: o poder da escolha

Um dos apresentadores de um debate de referência (L’Heure de Vérité) diz que “há sempre uma arbitrariedade na escolha dos convidados, qualquer coisa de injusto”, assegurando que é nessa escolha, e não nas perguntas que fazem, que está o “verdadeiro poder” dos jornalistas (Lopes *et al*, 2013:11)

Esta seleção implica desde logo consequências dentro e fora do ecrã. Este leque preciso de convidados é pensado estrategicamente com um fim desejado: o êxito. Aqui,



êxito é sinónimo de audiências e de liderança. As consequências fora do ecrã prendem-se com o facto de os telespectadores estarem sujeitos ao consumo de mensagens mediáticas (Esteves citado por Lopes (Org), 2011). A possibilidade de participações nesses debates é ainda diminuta, são poucos os programas das grelhas de televisão que dão oportunidade ao telespectador de comentar, contestar ou corroborar o que é dito. Assim, o telespectador está sujeito a ouvir e interpretar o que é discutido por estes convidados previamente escolhidos. O público passa de telespectador a consumidor, porque “a TV faz-se para o público e não com o público” (Lopes (Org), 2011:105).

Preferência ou poder são também os termos que se podem aplicar à escolha dos responsáveis pela informação de seleccionar uns e excluir outros. O que se espera desta seleção é que contribua para um espaço democrático, diversificado nos temas e nos intervenientes (Lopes *et al*, 2013). Para isso, e para garantir audiências que se identifiquem com a visão de determinadas figuras, as televisões apostam nos painéis de comentadores residentes. Estes são comentadores com presença habitual nos programas de informação na TV (normalmente semanal), que tentam garantir ou transparecer pluralismo e representatividade e “consolidar uma imagem de credibilidade dos meios de comunicação” (Figueiras, 2005:16). Esta seleção e o destaque que estes comentadores acabam por ter consolidam também a “política de opinião” dos *media* a que estão associados (Barriga, 2011:5).

Acaso é aquilo que não acontece na seleção destes comentadores habituais. É, na opinião de Felisbela Lopes, determinante o “à-vontade perante as câmaras; capacidade de argumentação; rapidez no raciocínio; bom domínio da comunicação não-verbal; gosto pela polémica” (Lopes (Org), 2011:77). Hobsbawm e Lloyd consideram que integram as funções de comentador “entreter, marcar as agendas; garantir que dizem a verdade; polemizar; visionar ou estabelecer tendências; formar, ou falar para, os cidadãos; mudar as opiniões; exercer poder” (Hobsbawm e Lloyd citados por Lopes (Org), 2011:63); (Hobsbawm & Lloyd, 2008).

Embora os comentadores residentes se esforcem por “generalizar as suas convicções, com o objectivo de as tornar atitudes” (Lopes (Org), 2011:61), o cidadão é



livre de formar a sua opinião, independentemente da informação a que assiste na TV. Mas, na verdade, “os comentadores da TV funcionam como faróis, como guias para o entendimento de determinados assuntos, introduzindo as suas perspectivas” (*ibidem*). MacShane corrobora esta ideia ao afirmar que “a maioria das pessoas forma as suas opiniões através da televisão”<sup>16</sup> (MacShane citado por Hobsbawm e Lloyd, 2008:29). Para além de fonte de influência, os comentadores definem também, tal como os diretores e editores, os assuntos em agenda. Eles que comentam a atualidade puxam muitas vezes ao debate assuntos pouco ou nada destacados. Estamos perante um apertado processo de *agenda-setting* sobre aqueles que são os assuntos do momento.

Os canais por cabo são os que mais recorrem a estes painéis fixos de comentário, uma vez que há mais programas de informação e, conseqüentemente, um fluxo contínuo que exige convidados com notoriedade para conquistar confiança, reconhecimento público e audiência. Aqui, o debate cinge-se sobretudo à política e ao desporto. Por isso, os convidados representam diferentes áreas sociais, numa tentativa de mostrar que se procura o pluralismo. Mas, na verdade, estas são áreas que sempre fizeram e sempre farão o país dividir-se e, em alguns momentos, chegam a fazer o país parar. Aqui, as opiniões dividem-se, ou não fossem estes os temas mais polémicos que a atualidade carrega sempre consigo. E, por norma, polémica atrai audiência.

Mas falamos de pluralidade quando remetemos o debate a duas áreas? Falamos de representatividade quando o debate se centra nos grandes clubes e partidos? Não se espera que as minorias sejam o centro da discussão, mas em algum momento seria provável envolvê-las no debate, que se procura que seja democrático. A este respeito (política e desporto) Felisbela Lopes considera o seguinte:

Estas áreas são, claramente, as que garantem mais espectáculo televisivo, na medida em que proporcionam confrontos e polémicas. E talvez estas variáveis estejam a ser mais valorizadas do que a preocupação de pluralismo e de representatividade (Lopes (Org), 2011:78)

---

<sup>16</sup> Traduzido do original: “ Most people get their opinions from television”



### 3.5 – Opinião e Espaço Públicos

O auxílio no esclarecimento de alguns factos noticiosos só é passível de ser praticado porque é permitida a livre discussão entre os cidadãos. É disso, espaço e opinião públicos, que falo agora.

Para alguns autores, a opinião pública é definida como “o novo princípio de legitimidade política, baseada na livre discussão entre os cidadãos esclarecidos, a partir da publicitação dos actos do governo” (Figueiras, 2005: 22). É o dar a conhecer com a visão crítica de alguém (Barriga, 2011:9). O conceito remonta à democracia da Grécia Antiga. Naquele tempo, a ágora, que era considerada um espaço público, era a assembleia onde a população discutia livremente os temas da vida pública. Aqui a *vox populi* produzia a opinião pública (Figueiras, 2005; Rodrigues, 1985; Speier, 2001).

Na Idade Média, “a governação passa a ser exercida em segredo de Estado, enquanto sinónimo de não-debate” (Figueiras, 2005: 22). Ao longo do século XVIII, o Espaço Público Liberal, segundo Habermas, define-se como o “espaço de mediação entre o Estado e a sociedade civil” (*ibidem*). A esta reestruturação está associada à burguesia que, por estar excluída da corte, pretende dirigir a Opinião Pública. Para isso, defende o acesso à informação e à discussão de assuntos públicos. É neste sentido que surgem salões e cafés onde se discutiam questões do seu interesse, essencialmente questões comerciais e políticas. (Figueiras, 2005; Rodrigues, 1985).

Nas instituições da crítica, os jornais desempenham um papel relevante (sendo os seus responsáveis, também eles, membros destes salões). Ao mesmo tempo que lançam temas para debate, são, eles mesmos, tema de debate. Nestes espaços de discussão forma-se uma figura, o árbitro, que é ao mesmo tempo mandatário e pedagogo público e, também, um elemento imprescindível na condução dos debates (Figueiras, 2005: 23)

No século XVIII, o conceito é tido como a opinião que é tornada pública ou conhecida e de livre acesso a todos os cidadãos que pudessem contribuir para o seu significado. A Opinião Pública associa-se ao “desaparecimento do livre arbítrio do



poder absoluto e à implementação do Parlamentarismo, onde a eleição dos governantes e o seu estatuto já não são conferidos divinamente, mas pela vontade dos governados” (*ibidem*).

Patrick Champagne estabelece dois sentidos associados ao conceito de Opinião Pública: o amplo e o estrito. O autor considera que no sentido estrito “a Opinião Pública está relacionada com o Parlamento, com o espaço onde é tornada pública a opinião sobre assuntos do reino” (*ibidem*), por sua vez, no sentido amplo “a Opinião Pública apresenta-se como um conceito difuso, correspondendo a uma nova mentalidade, que em nome da Razão pretende construir uma comunidade esclarecida” (*ibidem*). Assim, “a Opinião Pública torna-se no novo princípio de legitimidade, cujo carácter moral e ético radica na publicitação, no dar a conhecer com a ajuda da crítica” (*ibidem*).

A partir de meados do século XIX as massas entram no Espaço Público e fazem-se apresentar através de associações, de partidos políticos e da imprensa (*ibidem*). As ruas e manifestações surgem como “a afirmação física de uma opinião e como um novo modelo de a expressar” (*ibidem*). No final do século, assistimos a várias mudanças desde a implementação da democracia de massas ao novo princípio da legitimidade para a Opinião Pública.

Os salões e os cafés, que asseguravam a reunião do público pensante, saem de moda; a família burguesa perde funções na socialização e no debate; a imprensa de opinião (enquanto espaço de crítica e reflexão, que promove uma publicidade que pensa a cultura e onde proprietário e editor coincidem) cede perante a industrialização da imprensa (*ibidem*)

Apesar de até à época a participação política ser limitada às elites e classes dirigentes, “com a crescente industrialização das sociedades, surgem novos movimentos a exigirem a representação social a par da representação política individual existente” (*ibidem*). Habermas considera que os *media* possuem um papel importante na democracia de massas ao serviço dos interesses estatais, políticos e económicos, “uma vez que encaram a cultura como uma mercadoria, cujos produtos de conteúdo de fácil ‘acesso psicológico’ visam a conformidade” (*ibidem*). Rita Figueiras recupera, também,



a visão de Richard Sennett que menciona que “a capacidade de convencer a plateia passa pela capacidade de conferir credibilidade ao discurso” (*ibidem*). Sennett considera que as capacidades expressivas e de emocionar a plateia são bastante valorizadas (*ibidem*). A Opinião Pública é, assim, encarada “como um processo de comunicação orientado para um fim particular, através da utilização de práticas manipulativas e técnicas de propaganda” (*ibidem*).

Hoje, a Opinião Pública “não é apenas uma opinião de massa, mas também uma opinião mediática” (Esteves citado por Barriga, 2011:10; Rodrigues, S/D). A Opinião Pública já “não é fruto da livre discussão de opiniões sobre temas” (Figueiras, 2005: 28) mas do reconhecimento público de determinadas questões através da ação dos *media*, na medida em que estes atribuem determinada relevância a certos temas. Assim, torna-se “um espelho que reflete o poder político, mas também os seus outros elementos constituintes – a oposição” (*ibidem*). Isto significa que a Opinião Pública “não determina o exercício do poder, nem a formação da opinião, mas estabelece os contornos dentro dos quais o sistema político vai sendo possível” (*ibidem*).

Este novo Espaço Público realça a importância dos *media* na sociedade, são eles que marcam a Agenda Política e que orientam a Agenda Pública. “Aqui reside a razão de ser da informação jornalística: o direito do público saber o que interessa à vida da comunidade” (*ibidem*). Para isso, o discurso dos jornalistas tenta ser objetivo, neutro e isento como que se um “comunicador desinteressado” se tratasse (*ibidem*), para que “o público aceite os jornalistas como os únicos profissionais com competência para fornecer estes serviços profissionais: produção de notícias e a divulgação da atualidade” (*ibidem*). Rita Figueiras (2005) defende a ideia de que quanto mais for o peso dos *media* na sociedade maior é, também, a tentativa de manipulação do campo por outros. Primeiro através de “um discurso acessível, sedutor e emocionante e por uma imagem estruturada em função da estética dos *media*, nomeadamente, através do recurso ao marketing político” (*ibidem*). Depois, “mediante a aquisição de meios de comunicação social com o objectivo de controlar e dirigir o seu discurso, tendo como motivação final o controlo da Palavra Pública” (*ibidem*). Desta forma, Ralph Negrine considera que “os



*media* são um elo fundamental entre o público, a opinião do público e o processo de decisão do Governo” (*ibidem*), havendo particular destaque para a televisão que “como novo Espaço Público tem um papel chave na mediatização das democracias e na formação da Opinião Pública” (*ibidem*). É o “canal privilegiado de contacto com a sociedade e de prestações televisivas na gestão da carreira política” (*ibidem*). Para Negrine, “o público é muito mais do que a audiência dos *media*” (*ibidem*). Vamos agora perceber porquê.

Quando falamos em informação televisiva, falamos, na maioria dos casos e para a maioria das pessoas, da única ou da mais utilizada forma de se informar. Mas a televisão não se limita a informar. Alguns autores defendem que é uma das principais influências na opinião da sociedade. Sobre a influência dos *media* no público há algumas teorias que podem ajudar-nos a interpretar esta realidade. É delas que falamos agora. Começamos pela Teoria da Dependência.

### 3.5.1– Teoria da Dependência

“Os meios de comunicação influenciam o modo como o destinatário organiza a sua imagem mental do meio-ambiente” (*ibidem*), deixando assim de ser “completamente neutros”<sup>17</sup> (Colomé, 1994:5). Alguns autores defendem ainda que aquilo que os *media* mostram passa, muitas vezes, a constituir uma verdade absoluta para o telespectador (Almeida *et al*, S/D; Morgado,2005). MacLuhan considera que “o importante não é o que a mensagem contém, mas sim a maneira como isso é transmitido”<sup>18</sup> (MacLuhan citado por Colomé, 1994:5).

---

<sup>17</sup> Traduzido do original: “En otras palabras, implica que los medios de comunicación lejos de ser perfectamente neutrales, determinan las formas de pensar, de actuar y de sentir de la sociedad.”

<sup>18</sup> Traduzido do original: “lo importante no es el contenido del mensaje sino la manera en que éste es transmitido”





A Teoria da Dependência defende que a imagem que os cidadãos têm do mundo é fruto da informação que os *media* passam, uma vez que o público não possui outras formas de obter a informação que confronte a que os *media* apresentam. Sobre a influência dos *media* no público há três teorias que refletem essa situação: Espiral do Silêncio; *Agenda- Setting*; Hipótese do distanciamento. É delas que falo agora.

### 3.5.2 - Espiral do Silêncio

Mais do que um dos importantes definidores da realidade social, a TV constrói o mundo comum de que fala (Lopes *et al*,2013:7). “A opinião promovida pelos *media* é encarada pelos indivíduos como sinónimo de opinião maioritária” (Figueiras,2005:37). Quando as opiniões dos telespectadores divergem das apresentadas, estes ou abandonam a sua versão ou tendem a calar-se fazendo com que a opinião com mais visibilidade seja a dominante e se sintam integrados evitando o isolamento (*ibidem*).

A missão da televisão, enquanto meio de comunicação das massas, passa pela formação, por informar e esclarecer. Os *media* são fundamentais “na formação de opinião (individual e/ou pública) ”, por isso, “não será suficiente dotar os cidadãos telespectadores de informação, será também necessário fornecer-lhes diferentes visões do mundo e várias interpretações de um mesmo acontecimento” (Lopes (Org), 2011:58).

Mas, se assim é, onde entra a visão daqueles que efetivamente dominam os assuntos, os especialistas? Convidam-se aqueles que outros canais já convidaram ou os que fazem sucesso nas crónicas dos jornais. Entre um especialista com raciocínios longos e complexos que se perde em detalhes num tempo que não existe em TV e os convidados que possuem projeção mediática porque aparecem nos *media* devido ao facto de serem conhecidos e são conhecidos porque aparecem nos *media*, a escolha não será difícil. Judite de Sousa explica o seguinte:



Há nomes que, à partida, terão mais probabilidade de serem escolhidos: os que são conhecidos do público e atraem a atenção dos jornalistas. Ao contrário das celebridades dos programas de entretenimento, aquelas que ocupam os plateaux da informação são mais estáveis, em grande parte porque a sua notoriedade advém-lhes também do seu estatuto social que resulta do cargo que ocupam/ocuparam ou da profissão que têm/tiveram (Judite de Sousa citada por Lopes *et al*, 2013:14)

Cria-se aquilo a que Noell-Neumann chamou de espiral do silêncio,

Basicamente, a teoria defende que, para evitar o isolamento no que respeita a assuntos públicos importantes (como o apoio a um partido político), muitas pessoas procuram, no seu ambiente, pistas sobre a opinião dominante e os pontos de vista que ganham força ou estão em declínio (McQuail citado por Lopes (Org), 2011:61)

Assim, deixa de haver espaço para aqueles que têm coisas válidas para dizer, mas que não dominam alguns critérios considerados essenciais para que o convite aconteça. Para além disso, o lugar cedido aos espaços de debate na grelha de programação não é suficiente para alargar a discussão a outras áreas de interesse público, ou seja, fala-se dos temas que vendem, apenas, na voz de quem os faz vender.

### 3.5.3- Agenda-Setting

Durante um dia são imensos os acontecimentos merecedores de serem noticiados. Não é possível que todos eles tenham a mesma atenção mediática e o público não conseguiria assimilá-los a todos. Por isso, exige-se uma seleção e hierarquia no alinhamento dos diferentes *media*. Assim, uns serão mais centrais que outros e, consequentemente, a perceção social da sua importância será também diferente. “Quanto maior for a ênfase dos meios de comunicação sobre um tema, maior será a importância que a audiência atribui a esse dito tema” (Figueiras, 2005: 36). Mas a quem



cabe a definição daquilo que entra ou não em agenda? Rita Figueiras fala do “reconhecimento da inter-relação entre Agenda Pública, Agenda dos Media e Agenda Política como determinantes para a permanência de um tema no Espaço Público” (*ibidem*).

### 3.5.4 – Hipótese do Distanciamento

A tese de Tichenor, Donohue e Olien refere que os *media* acentuam as desigualdades sociais, uma vez que “nega a retórica igualitária de que a totalidade do público dispõe das mesmas oportunidades de exposição aos diversos media” (Figueiras, 2005: 37) ou seja, o público absorve a informação em diferentes intensidades de acordo com o seu estatuto social e económico, movido pelo interesse e capacidade de compreensão (Lopes, 2005). Os *media* dão assim origem aos ‘info-ricos’ e info-pobres’, através das inter-relações entre media e sociedade.

### 3.6 – Síntese

Muito se poderia falar sobre o mundo da televisão e sobre os seus protagonistas. Na máquina do tempo vemos, quando recuamos a 1957, uma televisão muito básica, sempre com uma ligação umbilical com o poder político. Após o 25 de abril, com a melhoria das condições socioeconómicas entre a maioria dos portugueses, o aumento do interesse pelo aparelho que aliava som e imagem era notório. O aumento do interesse aliava-se ao aumento da exigência. Nos anos 80, a programação começava a não satisfazer um público cada vez mais rigoroso. Cerca de uma década depois, com a abertura da antena aos canais privados, surgiram, conseqüentemente, mudanças ao nível da programação, da imagem, dos protagonistas e da relação com os telespectadores.

Com este interesse exponencial pela TV, a sua função passou de educar, informar e distrair à ordem inversa. Assim, e com a luta pelas audiências cada vez mais



acentuada, a função económica passou a sobrepor-se à função social, o que suscita alterações ao nível da programação, que se torna essencialmente em informação-espetáculo.

A televisão é, desde há muito, o meio de comunicação mais presente na vida das pessoas. O seu maior interesse é conciliar interesse público com o interesse do público. Por isso, privilegia o imprevisível, informação apelativa, espetacular e dramática. A comunicação espera-se que seja curta, clara, forte e sugestiva.

Todos os dias chegam às redações inúmeros acontecimentos passíveis de se tornarem notícia, que alguém terá que selecionar recorrendo ao chamado ‘faro jornalístico’, filtrando através dos definidos critérios de noticiabilidade. Notícias que serão comentadas em estúdio. Assim, tendo em conta as audiências, se mistura ficção, emoção, dramatização, sensacionalismo, opinião e publicidade.

Os *media* têm influência na opinião das pessoas e é preciso dar-lhes diferentes visões. Os telespectadores estão sujeitos a uma elite com acesso à palavra mediática, os rostos mais mediáticos. Estes rostos mais do que protagonismo ou audiência devem procurar dar atenção a determinados assuntos. Hoje em dia, a opinião pública é este reconhecimento público de determinadas matérias através da ação dos *media*, que marcam a agenda política e orientam a pública. Esta ação depende, também, dos comentadores. Estes são, de acordo com o quadro teórico que acabou de se traçar, maioritariamente, homens, políticos ou jornalistas, de Lisboa e com notoriedade mediática. São protagonistas dotados com características como a expressividade, que conversam ao ritmo do audiovisual, concisos, eloquentes, com boa apresentação, com provas dadas nestas matérias, que respeitam os códigos televisivos e dominam a atualidade. A seleção destes protagonistas implica, desde logo, consequências dentro e fora do ecrã. Mas, todos eles são pensados de acordo com um fim: o êxito. É para garantirem audiências que se identifiquem com a visão de determinadas personalidades que as televisões apostam nos comentadores residentes. Esta seleção não é feita ao acaso, mas de acordo com critérios como a argumentação, o raciocínio, marcar a agenda ou mudar opiniões, porque como alguns autores defendem neste enquadramento teórico estes comentadores funcionam como faróis.



Universidade do Minho



## Capítulo IV – Metodologia

*A investigação em ciências sociais segue um procedimento análogo ao do pesquisador de petróleo. Não é perfurando ao acaso que este encontrará o que procura*

**Raymond Quivy & Luc Van Campenhoudt**

A importância dos *media*, particularmente da televisão, na vida social é inquestionável, bem como a importância dos comentadores nos espaços informativos é um fator importante no estudo da comunicação em geral e da informação televisiva em particular, tal como exposto no capítulo III desta investigação, dedicado ao enquadramento teórico. Durante a minha curta mas intensa passagem pela redação da TVI, percebi que estes comentadores têm um impacto na opinião pública mais do que os telespectadores possam imaginar ou aperceber-se. O papel dos comentadores é também fundamental na interpretação dos acontecimentos. Percebi a sua importância quando cheguei à agenda da TVI e, entre os primeiros telefonemas, um senhor mencionou que, depois de ouvir o comentário do professor Marcelo, havia percebido aquilo de que se falava. Foi a partir de uma simples chamada que percebi a importância e o impacto que um comentário pode ter num telespectador com menos habilitações académicas. Por outro lado, o sucesso de alguns programas deve-se a certos nomes em particular, daí se justifique o interesse de todas as estações de televisão por uma parte desses rostos carismáticos. Por isso, considere relevante perceber porque é que alguns comentadores da atualidade se vêm transformando em fórmulas de sucesso que todos desejam ter nos seus estúdios, que características é que os distinguem e os tornam especiais perante o público e qual é o verdadeiro objetivo deste tipo de comentário.

É também a partir daqui que pretendo perceber o que caracteriza um comentador residente, e se são essas características que fazem deles comentadores habituais.



Cada investigação é uma experiência única, que utiliza caminhos próprios cuja escolha está ligada a numerosos critérios, como sejam a interrogação de partida, a formação do investigador, os meios que dispõe ou o contexto institucional em que se inscreve o seu trabalho (Quivy&Campenhoudt, 2008:120)

O presente capítulo é dedicado à explicitação da metodologia utilizada em todo o estudo empírico que a investigação envolveu. Aqui, defino a pergunta de partida que orientou todo o trabalho, bem como o modelo de análise que surgiu na sequência do enquadramento teórico anteriormente apresentado (capítulo III). São ainda explicitadas as hipóteses que conduziram o estudo e, por fim, explicito o método de análise que achei mais adequado aos dados recolhidos. Neste caso achei pertinente recorrer à análise de conteúdo qualitativa.

#### **4.1 – Pergunta de partida**

Uma investigação é, desde logo, algo que se procura saber. Para tal, o primeiro passo é definir aquilo que pretendemos investigar, recorrendo à escolha de um fio condutor, tão claro quanto possível, que explicita aquilo que queremos saber (Quivy&Campenhoudt, 2008). Este fio condutor, a que os autores Quivy&Campenhoudt chamam pergunta de partida, deve ser simples, claro, conciso, realista, exequível e pertinente, mas que terá de traduzir uma sólida reflexão teórica (*ibidem*).

Assim, e tendo em conta a base teórica que sustenta esta investigação, a pergunta de partida é: que atributos deve ter um comentador para se tornar residente?



#### 4.1.1 – Definição das hipóteses

A melhor forma de conduzir uma investigação com ordem e rigor sem renunciar a descoberta e a curiosidade é criar hipóteses. (Quivy & Campenhoudt, 2008). A hipótese, que possibilita à investigação um fio condutor eficaz, é definida como “uma proposição que prevê uma relação entre dois termos que, segundo os casos, podem ser conceitos ou fenómenos. É, portanto, uma proposição provisória” (*ibidem*). As hipóteses asseguram a coerência do trabalho e têm de ser passíveis de ser refutadas e testadas indefinidamente (*ibidem*). Neste sentido defini três hipóteses que serão verificadas na etapa seguinte.

**Hipótese 1:** Supõe-se que há atributos específicos que caracterizam os comentadores residentes e que são responsáveis por se chamar constantemente aos *plateaux* televisivos os mesmos comentadores.

**Hipótese 2:** Supõe-se que o objetivo da opção editorial pelo comentário habitual é informar e não conquistar audiências.

**Hipótese 3:** Supõe-se que estes comentadores justificam-se pelo nível de audiência que conquistam.

#### 4.2 – Construção do modelo de análise

De forma a responder à pergunta central desta investigação, foi necessário definir um modelo de análise, para que se torne claro aquilo que se procura e que se pretende encontrar. A partir deste modelo de análise (Tabela X) proceder-se-á à análise do conteúdo das entrevistas realizadas a uma amostra do universo de comentadores da TVI.





Para que se perceba a escolha da minha amostra acho pertinente expor todo o universo do comentário na TVI. A grelha de programação da TVI inclui formatos com comentadores residentes e comentadores convidados. Desde logo é importante que se distingam tais conceitos. Os comentadores residentes são opções fixas dos canais de televisão que, normalmente, semanalmente comentam a atualidade. Os comentadores esporádicos têm presença casual nos *plateaux* televisivos, conforme o tema destacado.

Começemos por analisar os programas da TVI e TVI24 que, semanalmente, envolvem comentário:

**Tabela IV: Programa e tipo de comentador da TVI**

| Programa        | Tipo de Comentador     |
|-----------------|------------------------|
| Diário da Manhã | Comentadores variáveis |
| Jornal das 8    | Comentador residente   |

**Tabela V: Programa e tipo de comentador da TVI24**

| Programas TVI24   | Tipo de Comentador                                |
|-------------------|---|
| Diário da Manhã   | Comentadores variáveis                            |
| Discurso Direto   | Comentadores variáveis                            |
| Notícias          | Comentadores variáveis                            |
| Notícias das 21h  | Comentador residente                              |
| Olhos nos olhos   | Comentador residente                              |
| Prolongamento     | Comentadores residentes                           |
| Provas dos 9      | Comentadores residentes                           |
| Mais Futebol      | Comentadores residentes                           |
| Contragolpe       | Comentadores residentes                           |
| Taça da Liga      | Comentadores variáveis                            |
| Liga dos Campeões | Comentador residente e variáveis/ Relato variável |



Agora, interessa conhecer quem são os nomes que compõe estes painéis de comentário.

**Tabela VI: Comentadores da TVI e TVI24**

| Comentador              | Programa  |
|-------------------------|---|
| António Capucho         | Participação esporádica na rúbrica “Cara-a-cara” do programa <b>Política Mesmo</b>                |
| António Filipe          | Participação esporádica na rúbrica “Cara-a-cara” do programa <b>Política Mesmo</b>                |
| Augusto Santos Silva    | <b>Política Mesmo</b>   |
| Carlos Abreu Amorim     | Participação esporádica na rúbrica “Cara-a-cara” do programa <b>Política Mesmo</b>                |
| Constança Cunha e Sá    | <b>Notícias das 21h</b>   |
| David Dinis             | Participação esporádica nas <b>Notícias das 19h</b><br>Pode participar noutros programas/horários |
| Fernando Rosas          | <b>Prova dos 9</b>  |
| Francisco Assis         | <b>Prova dos 9</b>  |
| João Semedo             | Participação esporádica na rúbrica “Cara-a-cara” do programa <b>Política Mesmo</b>                |
| Manuela Ferreira Leite  | <b>Política Mesmo</b>   |
| Marcelo Rebelo de Sousa | <b>Jornal das 8</b>   |
| Medina Carreira         | <b>Olhos nos olhos</b>  |
| Nuno Melo               | Participação esporádica na rúbrica “Cara-a-cara” do programa <b>Política Mesmo</b>                |
| Ana Gomes               | Participação esporádica na rúbrica “Cara-a-cara” do programa <b>Política Mesmo</b>                |
| Paulo Rangel            | <b>Prova dos 9</b>  |
|                         |   |



|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <b>Peres Metelo</b>                   | Participação esporádica nas <b>Notícias das 19h</b><br>Pode participar noutros programas/horários |
| <b>Daniel da Cruz Carvalho (Dani)</b> | <b>Liga dos Campeões e Contragolpe</b>  |
| <b>Eduardo Barroso</b>                | <b>Prolongamento</b>  |
| <b>Eládio Paramés</b>                 | <b>Contragolpe</b>  |
| <b>Fernando Seara</b>                 | <b>Prolongamento</b>  |
| <b>Luís Francisco</b>                 | <b>Liga dos Campeões</b>  |
| <b>Manuel Serrão</b>                  | <b>Prolongamento</b>  |
| <b>Pedro Barbosa</b>                  | <b>Maisfutebol</b>  |
| <b>Pedro Henriques</b>                | <b>Liga dos Campeões e Contragolpe</b>  |
| <b>Pedro Ribeiro</b>                  | <b>Maisfutebol</b>  |
| <b>Pedro Sousa</b>                    | <b>Contragolpe</b>  |
| <b>Rui Pedro Braz</b>                 | <b>Liga dos Campeões e Contragolpe</b>  |
| <b>Rui Sinel de Cordes</b>            | <b>Contragolpe</b>  |
| <b>Tomás Morais</b>                   | <b>Maisfutebol</b>  |
| <b>Vítor Baía</b>                     | <b>Liga dos Campeões</b>  |

Posto isto, é importante percebermos quais destes nomes causam mais impacto junto do público. De acordo com dados cedidos pela Marktest (ver anexo 11), constatamos que há dois conceitos a ter em conta:



- **Audiência Média (Rating)** – trata-se da audiência média por minuto. O seu cálculo é ponderado relativamente ao tempo de contacto com o programa/suporte.

$$\frac{\text{Total de minutos contactados}}{\text{Duração do período}}$$

- **Quota de Audiência (Share)** – Quota de audiência de cada canal/ suporte/ programa calculada a partir do tempo total despendido a ver esse canal/ suporte/ programa relativamente ao tempo total despendido a ver televisão.

**Tabela VII: Rating e Share dos programas da TVI e TVI24 que incluem comentadores residentes**

| Programas              | Rating | Share |
|------------------------|--------|-------|
| Política Mesmo         | 68,2   | 1,6   |
| Olhos nos Olhos        | 104,3  | 2,1   |
| Prova dos 9            | 36,3   | 1,0   |
| Notícias das 21        | 47,8   | 1,0   |
| Jornal das 8 (domingo) | 1510,0 | 31,6  |
| Contragolpe            | 57,1   | 1,4   |
| Maisfutebol            | 83,0   | 2,0   |
| Prolongamento          | 85,4   | 2,2   |

Fonte: CAEM/Mediamonitor dados retirados do MMW/Telereport/Portugal

Antes de mais, por ser diretor de Informação e, conseqüentemente, responsável máximo pelos convites dirigidos aos comentadores, achei que seria extremamente útil incluir nesta investigação a opinião de José Alberto Carvalho. Da mesma forma que, a visão dos comentadores mais vistos pelos telespectadores da TVI tornar-se-ia interessante e importante para o estudo.

Analisados os dados dos programas da grelha da estação de Queluz, optei por não incluir o programa com o comentário habitual de Vítor Baía na Liga dos Campeões porque é um programa sazonal, ou seja, não tem a mesma duração na grelha de programação do canal, durante o ano, que os restantes programas em análise. Assim, elegi para a minha amostra estes quatro comentadores residentes:



### **Tabela VIII: Perfil dos comentadores da TVI e TVI24 que integram a amostra da investigação**

| <b>Comentador</b>        | <b>Perfil</b>                        |
|--------------------------|--------------------------------------|
| Henrique Medina Carreira | Político / Fiscalista/ Advogado      |
| Constança Cunha e Sá     | Jornalista                           |
| Marcelo Rebelo de Sousa  | Político / Professor / Jurisconsulto |
| Manuel Serrão            | Jornalista / Empresário              |

A escolha recaiu sobre este quatro por diversos motivos. Em primeiro lugar, porque têm lugar marcado habitualmente em programas que estão entre as preferências do público. Depois, porque são de áreas diferentes.

Começemos por Henrique Medina Carreira. O programa ‘Olhos nos olhos’ é, inquestionavelmente, um programa que gera audiência para a TVI e Medina Carreira é um dos comentadores mais requisitados no panorama televisivo.

Constança Cunha e Sá é comentadora residente num programa diário, para além disso, é mulher que, como vimos no capítulo II desta investigação, é pouco habitual encontrar. Depois, é uma jornalista que comenta a atualidade e, por todas estas características, achei que no âmbito daquilo que procuro com esta dissertação se integrava melhor, e de forma distinta, do que, por exemplo, Manuela Ferreira Leite.

O professor Marcelo Rebelo de Sousa é um caso inquestionável de sucesso no comentário televisivo. Para além dos dados apresentados, que comprovam o indiscutível sucesso no que diz respeito às audiências do Jornal das 8 aos domingos, dados mais recentes, cedidos pela Marktest, provam que isto não diz respeito apenas ao período aqui em análise. Vejamos o que aconteceu no primeiro trimestre de 2014, relativamente aos comentadores mais populares dos canais da concorrência:



### Tabela IX - Comparação do Rating e do Share do comentário de Marcelo Rebelo de Sousa com os seus dois concorrentes mais diretos

| Comentador/canal              | Rating | Share |
|-------------------------------|--------|-------|
| TVI - Marcelo Rebelo de Sousa | 1608,2 | 31,0  |
| RTP – José Socrates           | 520,5  | 10,1  |
| SIC – Marques Mendes          | 1017,9 | 21,6  |

Assim, Marcelo Rebelo de Sousa torna-se um caso interessante de estudo.

E, por fim, elegi Manuel Serrão porque integra o painel de comentadores residentes do programa que, no desporto, lidera em termos de audiências e, também, por uma questão de acessibilidade, uma vez que se encontra a residir no Porto.

Para além dos factos apresentados acima, a minha escolha recaiu sobre estes quatro comentadores porque a investigação precisa de “pessoas que, pela sua posição, ação ou responsabilidades, têm um bom conhecimento do problema” (Quivy & Campenhoudt, 2008: 71). É igualmente importante a capacidade comunicativa dos entrevistados e, ao mesmo tempo, que sejam representativos do universo dos comentadores, neste caso, da TVI (*ibidem*).

Estes quatro comentadores são reconhecidos no mundo da comunicação e pelo público. Como tal, pareceram-me o painel ideal para me ajudar nesta investigação.

Quivy & Campenhoudt referem que “a escolha do instrumento de observação e a recolha dos dados devem inscrever-se no conjunto dos objectivos e do dispositivo metodológico da investigação” (Quivy & Campenhoudt, 2008:184). Por isso, quanto à técnica de recolha de dados, a entrevista apresenta-se, nesta investigação, como o método mais adequado. Para além de ser “considerada um instrumento de excelência da investigação social” (Michel, 2005:42), as entrevistas “permitem ao investigador retirar (...) informações e elementos de reflexão muito ricos” (Quivy & Campenhoudt, 2008:192). E, quando falamos em entrevistas, podemos estar a falar de diferentes categorias. Neste caso, falamos da entrevista semidireta (guião em anexo). Para



Laurence Bardin este tipo de entrevistas são “mais curtas e mais fáceis” em que o entrevistado recorre a “uma fala mais ou menos espontânea, com um discurso falado, que uma pessoa orchestra mais ou menos à sua vontade” (Bardin, 2011:89). Também Quivy identifica vantagens na entrevista semidireta: “a flexibilidade e a fraca directividade do dispositivo, que permite recolher os testemunhos e as interpretações dos interlocutores, respeitando os próprios quadros de referência - a sua linguagem e as suas categorias mentais” (Quivy & Campenhoudt, 2008:194).

Apesar de, em alguns casos, se verificar uma tarefa árdua, a maioria das entrevistas foram realizadas pessoalmente, à exceção de Marcelo Rebelo de Sousa que se disponibilizou a colaborar por *e-mail* devido à impossibilidade de agendarmos uma entrevista presencial por limitações de tempo.

As entrevistas dos comentadores em questão tiveram como elementos de análise três variáveis, explicitadas na tabela X, que decorrem do enquadramento teórico apresentado no capítulo III deste relatório, e que se inserem numa análise de conteúdo aprofundada mais à frente nesta investigação (Capítulo V).

**Tabela X - Variáveis e dimensões que sustentam o modelo de análise da investigação**

| Variáveis                                  | Dimensões  |
|--|--|
| Perfil do comentador                       | <ul style="list-style-type: none"><li>- Localização</li><li>- Profissão</li><li>- Género</li><li>- Especificidade de conhecimentos</li></ul> |
| Objetivo do comentário                     | <ul style="list-style-type: none"><li>- Vender (audiências)</li><li>- Formar</li><li>- Informar</li><li>- Influenciar</li></ul>              |
| Caraterísticas dos comentadores residentes |  |



Apresentadas as variáveis e as dimensões, passo a explicar o que procuro com cada uma delas:

- **Perfil do comentador:** procuro analisar a interpretação dos próprios comentadores acerca do perfil traçado até ao momento, baseado em estudos anteriores e mencionado no capítulo III desta investigação, sobre aqueles que são chamados aos *plateaux* televisivos. Neste ponto, foco conceitos como: localização, profissão, género e especificidade de conhecimentos (refiro-me ao nível de conhecimento sobre o assunto que os comentadores têm e ao facto de haver poucos especialistas no comentário habitual). Com isto pretendo também perceber se estas características têm influência na escolha dos comentadores que são habitualmente chamados à televisão.

- **Objetivo do comentário** – procuro, na visão dos comentadores, interpretar o objetivo do comentário televisivo, ou seja, se aquilo que é dito pelos comentadores residentes tem como finalidade: vender (alcance de mais audiência); formar o telespectador; informar o telespectador; ou influenciar a opinião do telespectador.

- **Características dos comentadores residentes** – procuro perceber que atributos caracterizam os comentadores para os tornar residentes e, na maioria dos casos, os tornar ‘fórmulas de sucesso’. E ainda compreender se são essas características que fazem as estações de televisão repetir constantemente os mesmos nomes no que diz respeito ao comentário televisivo. Como se trata de uma questão aberta, não posso antever características.

### 4.3 – Análise de conteúdo

Uma vez recolhidos os dados, passamos à “escolha da técnica mais adequada para analisar o material recolhido” que “depende dos objectivos e do estatuto da pesquisa” (Guerra, 2006:63), porque “o tratamento do conteúdo varia, pois,





consideravelmente de pesquisa para pesquisa e de investigador para investigador” (*ibidem*).

O lugar ocupado pela análise de conteúdo na investigação social é cada vez maior, nomeadamente, porque oferece a possibilidade de tratar de forma metódica informações e testemunhos que apresentam um certo grau de profundidade e complexidade (Quivy & Campenhoudt, 2008:227)

A análise de conteúdo “permite quando incide sobre um material rico e penetrante satisfazer harmoniosamente as exigências do rigor metodológico e da profundidade inventiva, que nem sempre são facilmente conciliáveis” (*ibidem*).

Para Laurence Bardin, “o recurso à análise de conteúdo, para tirar partido de um material dito ‘qualitativo’, é indispensável: entrevistas de inquérito, de recrutamento, de psicoterapia (...) que fornecem um material verbal rico e complexo” (Bardin, 2011:89). Este tipo de análise envolve iniciativas de explicitação, sistematização e expressão do conteúdo de uma mensagem, com o objetivo de se efetuarem deduções lógicas a respeito dessa mensagem (Bardin, 2011).

Para Bardin (2011), a análise de conteúdo pode compor-se em três grandes etapas:

- pré-análise
- exploração do material
- tratamento dos resultados e interpretação

A primeira etapa diz respeito à fase de organização, que pode utilizar vários procedimentos, tais como: leitura, hipóteses, objetivos e elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação.

Na segunda etapa há uma codificação dos dados.



Na última etapa categorizam-se os dados, ou seja, classificam-se os elementos de acordo com as suas semelhanças ou diferenças, com posterior reagrupamento em função de características comuns (*ibidem*).

Este tipo de análise agrupa-se em duas categorias:

- métodos quantitativos
- métodos qualitativos

Os métodos quantitativos são extensivos e têm como informação de base a frequência do aparecimento de determinadas características de conteúdo ou de correlação entre elas.

Os métodos qualitativos são intensivos e evidenciam a presença ou ausência de uma característica ou o modo segundo o qual os elementos estão articulados (Quivy & Campenhoudt, 2008).

Nesta investigação, a escolha recaiu sobre a análise de conteúdo qualitativa, por se tratar da observação de entrevistas semidiretas. A partir daqui optei por desenvolver uma análise categorial que se traduzirá numa “divisão das componentes das mensagens analisadas em rubricas ou categorias” (Bardin, 2011:145), de acordo com os conceitos e variáveis identificados.

#### **4.4 – Síntese**

Após a minha experiência na redação da estação de televisão líder de audiências, percebi que os dois ou três minutos que cada peça, por norma, tem não são suficientes para explicar tudo a toda a gente. Tendo em conta o universo de telespectadores que assiste diariamente aos jornais informativos, percebemos o quão distintos eles são. Não dispõem todos dos mesmos recursos ou capacidade interpretativa. Percebi, então, que os comentadores são fundamentais e são como que um complemento daquilo que ficou por dizer na notícia de dois minutos. Eles explicam, interpretam, apresentam dados e



exemplos, muitas vezes fundamentais para que o telespectador interprete corretamente aquilo que se vive na atualidade e as decisões que influenciam parte do seu próprio dia-a-dia.

Assim, parti para esta investigação com uma base teórica que me ajudou a:

- Chegar à seguinte pergunta de partida: que atributos deve ter um comentador para se tornar residente?

- Definir as seguintes hipóteses:

**Hipótese 1:** Supõe-se que há atributos específicos que caracterizam os comentadores residentes e que são responsáveis por se chamar constantemente aos *plateaux* televisivos os mesmos comentadores

**Hipótese 2:** Supõe-se que o objetivo da opção editorial pelos comentadores residentes é informar e não conquistar audiências

**Hipótese 3:** Supõe-se que estes comentadores justificam-se pelo nível de audiência que conquistam

Selecionei uma amostra composta por comentadores residentes de diferentes áreas e de acordo com valores de audiências registados durante o período em que decorreu o meu estágio na TVI. São eles: Marcelo Rebelo de Sousa, Henrique Medina Carreira, Constança Cunha e Sá e Manuel Serrão. E inclui também na amostra o responsável máximo pelos convites feitos aos comentadores, o diretor de Informação da TVI, José Alberto Carvalho.

Quanto à técnica de recolha de dados, a entrevista semidireta apresenta-se, nesta investigação, como o método mais adequado, uma vez que este tipo de entrevista é, por norma, mais curta e fácil.



Universidade do Minho

A análise de conteúdo qualitativa foi o método de análise escolhido por se tratar de entrevistas semidirectas. Defini variáveis e dimensões que me auxiliaram na análise das entrevistas realizadas, ou seja, optei por uma análise categorial para me ser mais fácil chegar a respostas pertinentes.



Universidade do Minho



## Capítulo V – Apresentação e discussão de dados

*Querem que vos ensine o modo de chegar à ciência verdadeira? Aquilo que se sabe, saber que se sabe; aquilo que não se sabe, saber que não se sabe; na verdade é este o saber*

**Confúcio**

Depois de apresentado o modelo de análise no capítulo IV, dedicado à metodologia, e de posto em prática o estudo empírico, é necessário partir para a apreciação, interpretação e discussão dos dados reunidos.

Este capítulo apresenta a análise categorial e interpretativa das entrevistas realizadas, que têm como protagonistas uma amostra de comentadores residentes e o diretor de Informação da TVI. Todo este estudo empírico foi desenvolvido focando sempre as respostas em torno da extensa temática que envolve os comentadores residentes da estação de Queluz de Baixo: perceber quais são os atributos que os tornam residentes, responder, também, às questões circundantes que a investigação envolve, nomeadamente, perceber porque é que estes nomes se repetem, porque é que se tornam fórmulas de sucesso, e entender qual é o verdadeiro objetivo do comentário.

### 5.1 – Análise das entrevistas realizadas

Antes de se partir para qualquer entrevista é necessário preparar tudo o que a sustenta. As perguntas não surgem do acaso. São pensadas e estruturadas de acordo com uma lógica, neste caso, muito sustentadas numa base teórica, em estudos e informações pertinentes que fui analisando durante as leituras que me permitiram chegar ao enquadramento teórico que suporta esta investigação. Tentei, de uma forma ou de outra, manter a estrutura do guião para todas as entrevistas (ver anexo 12). Mas, embora os tópicos fossem os mesmos, em alguns casos tive que inverter a ordem, por questões de prioridade, ou substituir questões por outras mais pertinentes tendo em conta o entrevistado e o contexto da entrevista. Nunca há tempo para satisfazer todas as nossas



curiosidades. Em alguns casos, como aconteceu com o diretor de Informação da TVI, José Alberto Carvalho, tive que me cingir ao essencial, por limitações de tempo e porque já havia sido difícil agendar a entrevista, e o guião acabou por sofrer algumas alterações. Cada entrevista é única e imprevisível, por isso, tentei sempre preparar-me bem com números e dados que me pudessem vir a ser úteis. Após definido o conjunto de perguntas previamente pensadas e estruturadas, pode partir-se para a realização da entrevista (ver anexo 13,14,15,16 e 17).

Neste ponto, analiso as entrevistas que realizei em função das variáveis e dimensões já apresentados no ponto 4.2 do capítulo IV para, posteriormente, poder discutir os resultados e responder à pergunta de partida que orientou toda a investigação e garantir a confirmação ou refutação das hipóteses de investigação.

### **5.1.2 – Perfil do comentador**

As dimensões associadas a esta variável prendem-se com características dos comentadores televisivos, que estudos já efetuados na área concluíram e sobre as quais pedi uma interpretação aos meus entrevistados. O facto do perfil traçado do comentador televisivo ser de um homem, político ou jornalista, de Lisboa e, ainda, de poucos especialistas terem lugar nos *plateaux* televisivos é interpretado de diferentes formas.

Quanto ao género, a ausência de mulheres no comentário televisivo nacional é, para Marcelo Rebelo de Sousa, “um sinal que revela o centralismo e o domínio masculino, fruto de outro tempo, condenáveis em termos teóricos e práticos. Esta tendência tal como o excesso de comentadores e o cansaço de modelos do passado obrigarão, dentro de poucos anos -dois a três- a profundas alterações no panorama existente”, um sinal que o professor Marcelo assume ter “atacado sempre”.

Manuel Serrão explica este desequilíbrio com o facto de haver “muito mais escolha no universo masculino do que no feminino, também há menos mulheres na



política, portanto, há menos mulheres no comentário político” e considera que “há mais ou menos uma proporção que se respeita”.

José Alberto Carvalho não concorda totalmente com o perfil traçado e com a preferência pelo género masculino. O diretor de Informação da TVI considera que, em relação ao género, na estação de Queluz de Baixo, há “imensos programas onde só há mulheres a debater. A Helena Sacadura Cabral, a Constança Cunha e Sá, a Helena Pinto, a Helena Matos, a Manuela Ferreira Leite” são exemplos disso. E afirma não fazer “nenhuma avaliação em função do género, isso nunca foi um fator de decisão”.

Quanto ao facto de os políticos serem constantemente chamados ao comentário televisivo, Marcelo Rebelo de Sousa considera que “é mais fácil e, provavelmente, mais barato. Até porque políticos no activo podem pensar que ganham com essa visibilidade”.

Para Constança Cunha e Sá, “o que vale é a consistência dos argumentos e a forma como eles são expressos”. A jornalista e comentadora da TVI considera que o “importante é saber-se a opinião dele e se a forma como argumenta interessa ou não, mesmo discordando”. Constança Cunha e Sá acha que “o comentário político português está um bocadinho sobrecarregado da opinião de políticos”, ainda assim considera que o convite recai sobre eles devido “às características pessoais dessa pessoa do que propriamente à pertença partidária”. A jornalista julga que, por exemplo, os debates sobre temas relacionados com saúde, educação ou economia “não estão assim tão restritos a ex-governantes ou governantes”.

Já Henrique Medina Carreira acha que “a sociedade não tem suficiente formação para se desligar do geral. E política é ‘politiquice’, toda a gente se sente habilitada a falar de política. É aquilo que o maior número de portugueses se sente habilitado a opinar”. Por isso, “a tendência para levar lá (às televisões) pessoas que falam dessa maneira é grande. É uma necessidade da comunicação tal como ela é. Há mais gente a gostar de ouvir tudo” do que no seu caso que é um comentário mais restrito. Mas o ex-ministro assume que não aprecia “a intervenção dos políticos no ativo”.

Acerca desta presença assídua de comentadores que, de alguma forma, estão ou estiveram ligados à política, Manuel Serrão concorda com a visão de Henrique Medina Carreira e considera que é uma questão relacionada com o facto “de antes o curso de





direito dar para qualquer política, e agora um político é um especialista em generalidades”, e “o político diz que tudo é política”. O empresário do Porto acha que “um político profissional deve estar apto a falar sobre tudo, não quer dizer que perceba de tudo ou que seja especialista em tudo, mas deve estar apto a dar uma opinião política sobre tudo”, porque “o público também não é especialista no assunto”. Para Manuel Serrão, “o que se pretende é a opinião de alguém que tem uma visão mais distanciada do assunto”. O empresário considera que “um político levanta questões à volta do tema, mas com um espectro mais amplo”. No programa onde é comentador habitual, ‘Prolongamento’, juntam-se três homens com profissões distintas. A conversa é, para além do jornalista, entre um advogado/político, um médico e um empresário. Mas, na visão de Manuel Serrão, “o Eduardo Barroso não está lá porque é médico, nem o Fernando Seara está lá porque é advogado”, bem como ele próprio não participa no ‘Prolongamento’ por ser empresário. Na sua perspetiva este painel de comentadores foi escolhido porque são “adeptos conhecidos dos clubes”. Manuel Serrão é um conhecido adepto do Futebol Clube do Porto, bem como Fernando Seara é adepto do Sport Lisboa e Benfica e Eduardo Barroso é assumidamente adepto do Sporting Clube de Portugal. Para além disso, acrescenta que todos eles já tinham “dado provas nesta área de comentar futebol vestindo a camisola do clube, noutras estações”. Para Manuel Serrão, quem os convidou “já conhecia as prestações anteriores” e achou que juntos eram “capazes de fazer um bom programa”. O empresário não considera que esta seleção se justifique pela profissão de cada um, e explica que “quando se fazem programas de comentário desportivo tem-se duas opções, e no caso da TVI existem essas duas opções em dias diferentes”. Uma delas “é ter os chamados *experts* dos assuntos que são os treinadores, os jogadores, ou seja, alguém que já fez do futebol a sua profissão” e também existem “os painéis em que eles não querem lá os especialistas da profissão, querem lá os adeptos e o olhar dos adeptos”. O programa onde participa insere-se nesta segunda vertente que representa, com os outros comentadores, “o olhar dos adeptos”, embora mais conhecidos publicamente, ali não discutem táticas. Naquele espaço de comentário têm, como outros, “apenas a opinião de treinador de bancada” e “um olhar distanciado” porque “este programa não é técnico, nem especializado em futebol”.



Já que entramos na análise das profissões dos que chegam aos *plateaux* televisivos, falemos também da especificidade de conhecimentos daqueles que são convidados a comentar e, conseqüentemente, da ausência de especialistas em determinadas áreas e/ou assuntos.

Constança Cunha e Sá explica que “pode haver temas muito específicos que técnicos, por assim dizer, não consigam fazer passar a mensagem”. E acrescenta que “na maioria dos canais, nomeadamente nos canais por cabo, se procura fazer isso, portanto, em assuntos mais específicos ir buscar (para o comentário), de facto, pessoas que estão ligadas do ponto de vista teórico ou até do ponto de vista prático, porque (o tema em questão) faz parte do seu dia-a-dia”.

Henrique Medina Carreira tem uma opinião bastante sustentada acerca desta questão. O advogado considera que vozes especializadas fazem falta na televisão portuguesa, e explica que muitos dos seus programas incluem convidados não porque o telespectador assim o prefira mas porque ele considera que, em certos assuntos, o seu conhecimento não é suficiente. O advogado admite “não saber tudo”, e por não dominar todos os assuntos que leva ao programa onde participa “alguém que saiba de ensino, alguém de saúde, o convidado é escolhido porque sabe uma matéria concreta. Em vez de levar lá alguém que não domina coisa nenhuma, escolhem-se pessoas que dominam certos assuntos”. Medina Carreira explica que pretende que cada programa seja uma lição para o telespectador “sobre um certo assunto, em que o mestre é, em regra, o convidado”, Medina Carreira “o organizador e o provocador, e a Judite deve ser a introdutora”. Quanto aos convidados, “em regra, são cuidadosamente escolhidos pela sua competência e seriedade, porque são pessoas que em geral gozam de respeitabilidade pública, são pessoas sérias, não vão ali puxar para si nem para o seu partido, procura-se, tal como uma lição de um saber qualquer, que seja rigoroso”. O ex-ministro das Finanças é da opinião de que “os meios de comunicação de base deveriam ter colaboradores permanentes altamente especializados em certas matérias”. E acrescenta que seriam comentadores “naturalmente bem remunerados, que produzissem ideias, interpretações e sugestões sobre cada tema”. Mas, Medina Carreira, considera que “a comunicação social não tem sustentação financeira para isso”. O advogado defende a presença, nos estúdios de televisão, de, por exemplo, “um grande economista



que pensava os temas de economia e ia tratar semanalmente, mensalmente, dia sim, dia não, se fosse necessário”, alguém que “produzisse alta qualidade no tratamento dos assuntos”. Mas considera que nenhum órgão televisivo dispõe de sustentação financeira para proporcionar um comentário assim, por isso, a forma é responderem “a esta necessidade arranjando umas pessoas mais ou menos conhecidas aí no meio da rua”. Para Medina Carreira, “com as novas televisões, as privadas, nos últimos anos surgiu esta tendência para o comentário indiscriminado”, que considera “mais pobre do que o comentário pontual”, porque, em muitos casos, “os comentários são genéricos não são muito centrados sobre determinadas matérias, mesmo recorrendo a pessoas de fora. E recorrendo a pessoas de dentro, as televisões têm muito pouca gente especializada. Têm os chamados editores que têm uma preparação razoável, mas não são eles próprios altamente especializados”. Para o ex-ministro, “a nossa sociedade precisa de informação, mas mais do que informação precisa de formação”. E, no seu caso particular, procura através do programa ‘Olhos nos olhos’ a formação da sociedade, mas acha que neste ponto “a pobreza é grande”. “A nossa sociedade evoluiria no conhecimento muito mais rapidamente se se escolhessem cinco temas formativos que fossem tratados com muito rigor” afirma. Henrique Medina Carreira explica que, por exemplo, “hoje se se quiser ouvir falar de literatura” não se vê “nenhum buraco em que entre na televisão”. O advogado acha que “hoje as televisões são mais limitadas do que as televisões do Estado Novo”, porque naquela altura havia “este espaço para falar de teatro, da língua portuguesa, da literatura portuguesa” e agora isso não existe nas grelhas de programação. Para Medina Carreira, “as televisões ganhariam muito em repegar nesse estilo porque há aí gente que são autênticos mestres” mas, claro, prende-se com o fator audiência, pois “se for assim o *share* não é tão alto”. Esta falha é, para o ex-ministro, “a grande pobreza das televisões portuguesas”.

Manuel Serrão, a este respeito, considera que “quando se trata de um programa destinado a um tema específico “normalmente também se convidam técnicos da área”, mas há uma preferência pelos políticos, como acima foi justificado, porque quando se pede “a opinião a um político está-se já a pedir a opinião, em relação a algumas coisas, que seja a opinião parecida com quem está em casa, que não é nenhum especialista”.



Para o diretor de Informação da TVI, esta ausência é benéfica na medida em que estes especialistas são pessoas que “adquirem os vícios, as práticas, os códigos e linguagem exatamente desses temas” e “falham completamente na comunicação”. José Alberto Carvalho julga que estes especialistas recorrem a uma linguagem técnica para “demonstrar, perante os seus pares, que dominam o corpo teórico, a linguagem, as expressões, os autores, as referências, as citações, querem demonstrar que são inteligentes, e que estão bem preparados para falar sobre aquilo”. Isto é algo que, na TVI, não se pretende num comentador residente. Como responsável pela informação do canal de Queluz, José Alberto Carvalho procura “uma pessoa que seja capaz de interpretar o sentimento do cidadão comum, puxando e desbravando caminhos, pistas, ideias, reflexões de uma forma cativante”. E, do seu ponto de vista, “não há uma única forma de ser cativante, não há duas pessoas iguais no mundo”. O que o diretor de Informação da TVI destaca na hora do recrutamento não é o género, a profissão ou o local, mas sim a forma como “essas pessoas verbalizam, porque a comunicação televisiva é uma comunicação oral e de linguagem corporal”. José Alberto Carvalho explica, ainda, que “todos os estudos de Programação Neurolinguística (PNL<sup>19</sup>) chegam a conclusões esmagadoras sobre o que é que é mais impactante no recetor da mensagem, se é aquilo que é dito ou a forma como é dito. E é a forma como é dito que é mais impactante”. “A maneira como falamos, como nos movimentamos, como piscamos os olhos, como respiramos, como encaramos os outros ou não, como movimentamos as mãos, como tocamos na cara, como tocamos no outro, como nos mexemos, o tom de voz, o ritmo, o timbre, isso tudo são 85% da informação que passamos para o outro. Aquilo que é racionalizado, construído, pensado e verbalizado é 15%. Portanto, a maneira como as pessoas são é muito mais importante do que aquilo que elas dizem” explica o diretor da TVI. E, sublinha que, talvez esse seja o motivo pelo qual “os maiores especialistas académicos, os maiores investigadores académicos não são os melhores comentadores. Porque o que está em causa não é o nível de conhecimento, é um equilíbrio entre o domínio das matérias e a capacidade de as transmitir aos outros” explana.

---

<sup>19</sup>A programação neurolinguística ou PNL está relacionada com a forma como as palavras (linguística) podem atingir a mente (neuro) e produzir uma ação (programação)



O facto de a maioria dos convites recair sobre pessoas de Zona da Grande Lisboa deve-se, segundo a jornalista da TVI, Constança Cunha e Sá, ao facto “de os canais estarem mais centrados em Lisboa” e haver “mais dificuldades em convidar pessoa do norte”, porque a tendência é “convidar pessoas mais próximas”. “Quando se convidam pessoas do Porto a pessoa tem mais dificuldade em vir” e, por causa disso, “há uma certa tendência de se achar que o debate fica mais completo se estiverem todos em estúdio”.

Este foco na capital é também para Medina Carreira justificado pela proximidade às televisões e porque, dessa forma, dá mais jeito. Mas lembra que “a TVI tem um comentário que é de uma pessoa do Porto, Augusto Santos Silva, que pelo seu mérito, certamente, aceitou a vir a Lisboa uma vez por semana, à terça-feira, com o Paulo Magalhães”. Para o advogado, é o exemplo de “uma pessoa que, pela sua mais-valia, a TVI acha que vale a pena incomodar, e ele acha que vale a pena vir a Lisboa”. Mas Henrique Medina Carreira considera que “a tendência para ser de Lisboa é natural”. Justifica a presença de pessoas no estúdio do Porto rara devido “a problemas técnicos”. O facto da maioria dos convidados ser de Lisboa não significa que “não haja gente com merecimento fora, mas se houver pessoas com igual merecimento é natural que seja o que está à porta de Queluz”.

Do ponto de vista do empresário do Porto, Manuel Serrão, para além da proximidade às estações de televisão acresce o facto de o público “achar que uma pessoa que aparece na televisão é de Lisboa”. “Se falarmos de pessoas durante as peças não, mas estas pessoas que aparecem com alguma periodicidade na televisão, os comentadores, no subconsciente das pessoas são pessoas de Lisboa”, porque aparecem a falar a partir da capital. Manuel Serrão explica que este facto “tem a ver com esta ideia centralista de que em Lisboa é que é, o resto é paisagem” e, “obviamente, com a proximidade das pessoas que convidam é natural que conheçam melhor as pessoas de Lisboa”. Para o empresário há ainda outro aspeto a ter em conta, “a questão financeira”.

Marcelo Rebelo de Sousa, Medina Carreira, Constança Cunha e Sá ou Manuel Serrão são nomes inquestionáveis no que ao comentário televisivo diz respeito. A prova disso é a passagem de todos eles por vários e diferentes meios de comunicação. Todos



eles são constantemente chamados aos *plateaux* televisivos. Como se justifica esta persistência e preferência por alguns nomes, como os deles, em particular?

Marcelo Rebelo de Sousa considera que esta persistência se deve à “falta de imaginação dos responsáveis das estações”, algo que já não é recente e que aconteceu também com “*reality shows*, novelas e modelos informativos”, mas “tudo vai mudar com a subida do cabo, a diversificação nele, a crise dos generalistas e a segmentação progressiva dos espectadores”. Para o professor, “o que surpreende não é a inovação, é a falta de inovação e de imaginação prospectiva”.

Já para Constança Cunha e Sá, estes nomes são “uma aposta da estação” e “são nomes que estão a resultar, portanto não há nenhuma razão para mudar”. Para a jornalista, tanto Medina Carreira como Marcelo Rebelo de Sousa “são dois exemplos de grande sucesso de audiência, é evidente que a estação tem todo o interesse em mantê-los”. No caso do professor Marcelo, “é mais antigo, mas são caras que estão, de certa forma, ligadas à TVI, que dão audiências à TVI, que tem uma opinião informada e sustentada sobre a atualidade”. Neste sentido, “é natural que não se mexa numa coisa que está a correr bem”. Para Constança Cunha e Sá, “o Marcelo é um dos nomes incontornáveis do comentário, é um caso único no comentário político”.

O destaque de Henrique Medina Carreira vai para Marcelo Rebelo de Sousa que considera “uma estrela do comentário” e “um comentador à parte”. Quanto aos outros nomes, “cada um tem as suas particularidades, o seu interesse, a sua importância”.

Mas, na visão de Manuel Serrão, “não se aposta nos mesmos, há é pessoas que criam um certo espaço”. E, aclara, “é verdade que já estiveram (os quatro comentadores) em vários canais, mas também é verdade que quem os escolheu já esteve em vários canais”. O empresário considera que existe “alguma coerência de alguém que tem o poder de decisão, que gosta do perfil de determinado comentador”. Assim, se quem convida estes comentadores muda de estação de televisão “é natural que, mantendo a coerência das escolhas, esses comentadores também mudem de canal com eles”. Quanto ao facto da escolha recair sobre estes nomes e não outros, Manuel Serrão considera que a justificação mais plausível passa por estes serem comentadores com “provas dadas” e por serem “pessoas já conhecidas pelos programas que fazem



atualmente. Foram escolhidos porque também já são pessoas conhecidas do público, e conhecidas por ter este perfil. Portanto, não foi nenhum tiro no escuro. Foi um convite alicerçado em prestações anteriores que eles fizeram, e que se revelaram aos olhos de quem tem que decidir as escolhas para os programas e para os públicos que se querem atingir”.

Para o diretor de Informação da estação de Queluz de Baixo, estes comentadores são fórmulas de sucesso porque “são pessoas únicas, são específicas”, e pelo facto de não haver ninguém igual ou parecido a nenhum dos estilos deles. O diretor assume, ainda, que as audiências são sempre uma preocupação das estações de televisão, porque “ninguém quer ficar em segundo, ninguém gasta dinheiro para ficar em segundo, terceiro ou quarto. Toda a gente gasta dinheiro para ficar em primeiro” (esta questão é aprofundada no ponto 5.1.3 desta dissertação). José Alberto Carvalho relembra que foi o professor Marcelo Rebelo de Sousa “que criou o género, antes de alguém pensar que isto podia acontecer ele criou o género”. O comentário habitual do professor, aos domingos à noite, no Jornal das 8, “não existe em mais país nenhum do mundo em canal aberto, em *prime-time*, durante 40 minutos, não existe em mais nenhum do mundo. Isto é mesmo singular”. Para além disso, o diretor de Informação da TVI esclarece que estes comentadores, que são muitas vezes requisitados pelos canais de televisão, podem ganhar audiência e perder voz. Para José Alberto Carvalho, “Marques Mendes, por exemplo, fez uma péssima opção em ter saído da TVI24 para ir para a SIC generalista”. José Alberto Carvalho assume que o ex-comentador da TVI “vai ganhar audiência, se é essa a ambição nada há a fazer”. Na TVI, Marques Mendes não poderia estar em canal aberto uma vez que já há “pessoas do PSD, portanto seria um desequilíbrio total”. Mas, para o diretor da TVI, esta mudança implica “ganhar audiência, sem dúvida, mas vai perder voz” e “aquilo que disser vai ter menos impacto na opinião pública do que quando estava na TVI24”. O diretor de Informação da estação de Queluz afirma, ainda, que, de facto, “isso aconteceu”.



### 5.1.3 – Objetivo do comentário

Neste ponto, as dimensões em causa têm como objetivo ajudar-nos a perceber o que se pretende com este tipo de espaços dedicados ao comentário, na visão de quem comenta e de quem convida esses mesmos comentadores. Tentamos aqui interpretar se estes programas de comentário habitual, com rostos conhecidos do telespectador, têm como missão: informar, formar, influenciar ou vender. Vejamos o que nos dizem aqueles que comentam e aqueles que detêm o poder de convidar os comentadores.

Marcelo Rebelo de Sousa considera as funções de um comentador semelhantes às de “um bom jornalista político”, acrescentando que “o melhor comentador político é aquele que mais experiência tem de jornalismo político, não de actividade política”. Para o professor, o modelo partilhado consigo “é perfilhado com António Vitorino, na RTP - a sós e com inserção ou contiguidade com espaço informativo - foi o mais adoptado, acreditando os canais televisivos que isso teria sucesso editorial inevitável, multiplicado por vários protagonistas de diversas áreas ou sensibilidades políticas”. Na perspetiva de Marcelo Rebelo de Sousa, aquilo que é dito habitualmente, em estúdio, por estes comentadores residentes “influencia mais do que os destinatários pensam e menos do que os comentadores pensam. Muito menos. Embora dependa da audiência e do peso do comentário. Uma audiência de 2 milhões é diversa da de 100 mil espectadores. E o peso do comentário depende do comentador e do próprio comentário”. O professor considera que muitos se apoderam desta cadeira mediática para outro tipo de influência, “para políticos no activo deputados, governantes nacionais, regionais ou locais, magistrados, dirigentes partidários ou de parceiros sociais é inevitável haver o uso da tribuna para a actuação política”. Mas, para o professor, o principal objetivo mede-se em audiências, uma vez que estes comentadores são chamados aos *plateaux* porque “têm sucesso, medido em audiência televisiva e no peso das respectivas opiniões”.

Na visão de Constança Cunha e Sá, o comentador deve “informar as pessoas e esclarecer”. A jornalista da TVI acrescenta que “o comentário serve, essencialmente, para dar uma outra visão que, muitas vezes, as notícias não dão” e também ajudar o telespectador a “saber interpretar a realidade e tentar esclarecer o que está, muitas vezes,





por trás das notícias” como, por exemplo, as consequências das decisões políticas na vida das pessoas.

Uma perspectiva diferente é a de Henrique Medina Carreira, que se opõe à versão de Constança Cunha e Sá ao não achar que o comentário sirva de complemento ao que vai sendo noticiado. O advogado explica que as notícias vão sempre buscar “o mais recente e aquilo que julgam ter mais impacto na sociedade”. Medina Carreira considera, ainda, que estes temas acabam por ser excessivamente tratados, por isso, no seu caso, procura o menos possível abordar temas do hoje e opta por matérias do passado que se tornem lições para o telespectador. Assim, contempla estes programas de comentário de uma forma pedagógica. O objetivo “é levar ao conhecimento das pessoas, pessoas indiscriminadas da sociedade, a explicação de determinados fenómenos económicos, financeiros, sociais e políticos para perceberem melhor o que é que se passa, e o que é que se pode pensar que se vai passar”. Nos dias de hoje, o comentário televisivo é, para o ex-ministro, “um comentário muito irrestrito, é difuso, praticamente é agarrar o que se vai passando no dia-a-dia e todas as semanas se vai comentando”. Apesar de ter a sua importância, “não é o comentário que a sociedade necessita mais”. Os telespectadores precisam deste tipo de programas com comentário frequente, porque “qualquer sociedade tem um grande número de pessoas que, por razões da sua vida, do seu gosto, e da sua preparação, não entendem determinados fenómenos”. Por isso, Medina Carreira tenta, no seu programa, “na medida do possível, fazê-lo com objectividade, com desinteresse partidário ou pessoal, para que a sociedade perceba realmente o mundo em que vive, a sociedade em que está, porque é que está, e para onde é que possivelmente vai”. Embora admita que possa exercer alguma influência, considera que “é um programa que, pelo seu rigor, pela sua objectividade, as pessoas apreciam”. Ao mostrar gráficos e mencionar números os telespectadores percebem que não se trata de invenções, mas de “bases de raciocínio e bases de formação”. Para isso, é necessário “obedecer à máxima responsabilidade”. Medina Carreira acha que “uma pessoa que se permite vir falar para um público indiscriminado tem que ter um alto sentido de responsabilidade” e, nesse sentido, não trata de questões relacionadas com pessoas ou com governos mas “das matérias que, num certo momento histórico, têm interesse”. O advogado procura evitar o partidarismo e minimizar as suas posições



personais, embora seja “evidente que ninguém está isento às suas próprias ideias de base”. Quanto a outro tipo de influência, a política, Medina Carreira admite que há convidados que usam a cadeira do mediatismo televisivo para “fazer uma intervenção sobre os acontecimentos do momento presente: opinando, criticando, sugerindo”. E avança: “a Dra. Manuela Ferreira Leite é um caso muito claro de uma pessoa que intervém para criticar e influenciar” já “o professor Marcelo é uma pessoa que intervém mas não é com o objetivo de dirigir num sector muito concreto uma opinião ou uma crítica”.

Numa análise aos comentadores que participam conjuntamente com ele e com Judite de Sousa em ‘Olhos nos Olhos’, Medina Carreira considera que “quase todas as pessoas que lá vão opinam com uma tendência marcada” e “não é fácil exigir às pessoas que se afastem das suas próprias tendências”. Mas, o principal objetivo é “que as pessoas percebam as coisas e esta é a grande pobreza da nossa sociedade”. Henrique Medina Carreira explica porquê: “ Nós viemos de um longo período de dominação política, o Estado Novo, em que as pessoas tinham uma informação tendenciosa e limitada, e a forma como a comunicação social se desenvolveu depois do 25 de abril acho que despoletou muito este problema que é a necessidade de formação de opinião pública. Eu acho que com a maioria dos programas não se faz. Há programas em que as pessoas estão pouco interessadas, ou porque as pessoas não são sugestivas ou de certa forma não atraem, ou as ideias também não conquistam”.

O comentário dos dias de hoje é, tendencialmente, “para a notícia da meia hora anterior, e há uma falta grande nas televisões do tratamento temático das matérias”. O advogado considera “uma falha de quase todas as televisões não terem programas que sejam para formar, não são só para informar”, porque “nenhum de nós sabe de tudo, todos nós sabemos pouco seja do que for”. O ex-ministro acha que nos dias de hoje “a única coisa que distingue a grande informação das televisões é a ordem e o tempo da apresentação”. Henrique Medina Carreira julga que o baixo nível de qualificação que caracteriza a população portuguesa não deve ser esquecido pelos *media* e admite que uma anotação que lhe fazem constantemente é: “tenho aprendido consigo”. Medina Carreira explica que é algo que lhe agrada, não pelo “elogio fácil mas porque este é o objetivo, as pessoas aprenderem certas coisas que naturalmente não sabem”.



Para o ex-ministro, “o comentário político indiscriminado é tudo a mesma conversa” e a questão das audiências “têm muito que ver com os intervenientes”, pois pode assistir-se ao “tratamento de uma matéria importante com pouco público porque a pessoa que intervém não atrai, e pode ter muito mais gente sobre uma matéria (menos importante) porque a pessoa atrai. A escolha da matéria e da capacidade de comunicação do interveniente é muito importante”. Só que “muitas vezes as televisões vão na ideia de quantidade de gente, mas a quantidade de gente não corresponde a quantidade formativa”. Henrique Medina Carreira considera que o Estado, começando pela “sua RTP e, por influência, às outras (estações de televisão)”, ou a Entidade Reguladora da Comunicação deviam dedicar mais atenção aos programas “vendo o que é que é mais formativo ou mais informativo, mais sério e menos sério”. O advogado classifica como mau “este silêncio que rodeia a ação televisiva”, porque “precisávamos de uma intervenção televisiva formadora” já que “quanto maior for a crise numa sociedade mais necessidade formativa há”.

Para Manuel Serrão “é evidente que quem toma estas decisões tem que pensar nas audiências, porque as empresas de televisão vivem das audiências”. O empresário explica que “hoje em dia a guerra pelas audiências é tao feroz que se estas apostas não tivessem sucesso já tinham desistido delas”. O comentador da TVI põe a hipótese de outros nomes garantirem mais audiências do que os nomes que aqui se falam, mas que os responsáveis pela seleção consideram não ter “o perfil e, por isso, não os escolhem”. Esta é uma escolha que, para Manuel Serrão, também “depende muito da orientação que se quer dar a um determinado canal”, por exemplo, “no caso do Marcelo tem havido a preocupação, porque ele é da área da direita, de também conseguir um comentador com notoriedade da área da esquerda”. O empresário considera que “no desporto também é igual”. Por achar que “há uma preocupação de equilíbrio”, Manuel Serrão julga que a escolha de determinado comentador acontece porque este “pertence a uma determinada área que é importante também cobrir nessa estação”.

Para Manuel Serrão, a função do comentador residente é “formar opinião” e, ao mesmo tempo, “por ser uma pessoa que está a utilizar um meio de divulgação poderoso, perceber que tudo aquilo que ele disser vai ser ouvido por mil, duzentas mil, um milhão de pessoas e tem que se preocupar com a passagem de uma certa opinião”. Ao contrário



de Medina Carreira, para Manuel Serrão o comentador “não tem uma função pedagógica, tem uma função de formador de opinião, de *opinion maker*, e, portanto, tem que ter a responsabilidade de perceber que aquilo que diz não pode ser dito nunca de ânimo leve, porque estará a contribuir para formar opinião positiva ou negativa” de muitas pessoas. No entanto “esta responsabilidade tem que ser igual à liberdade que ele tem que ter para dizer tudo aquilo que ele quiser”. O empresário do Porto julga que “um comentador não tem que refletir a opinião da maioria, pelo contrário, como formador de opinião até convém que tenha uma ideia diferente para tentar com isso influenciar pelo menos a escolha dos espectadores”. E considera também que o comentador influencia o telespectador, não no sentido deste passar a defender o seu ponto de vista mas, por ser “confrontado com aquela opinião que depois ele tratará como quiser, ou concorda e segue, ou não concorda e arrebate” ou, ainda, “ser mais uma informação que ele necessita e que vai juntar a outras que tem de outros lados para formar a sua própria opinião”. Na perspetiva de Manuel Serrão, quando este comentário é feito por pessoas imediatamente reconhecidas pelo telespectador, como figuras públicas, tem outro valor. O empresário explica que se está “a ouvir no rescaldo de um fogo um bombeiro ou um popular desconhecido a falar, eu tenho uma informação mas dou-lhe um determinado valor”, mas “se estou a ouvir uma pessoa que estou habituado ouvir, que gosto, que conheço, que conheço o perfil, que sei o que faz, olho para essa opinião, posso não a seguir na mesma, mas olho para essa opinião com outra credibilidade”. Quanto ao uso da cadeira mediática como forma de teste, Manuel Serrão admite que “se testem nomes de pessoas, candidatos, políticas” e também que se mandem “uns balões de ensaio para ver como e que as pessoas reagem”, embora considere que no desporto “ninguém está com esse alcance”.

José Alberto Carvalho concorda com Manuel Serrão, discordando totalmente de Henrique Medina Carreira, ao crer que educar não deve ser uma missão da televisão. O diretor de Informação da TVI acha “essa ideia de que os *media* educam uma ideia perigosíssima, porque as únicas circunstâncias em que os *media* educaram tirando a telescola, que foram experiências de ensino à distância e, portanto, eram mesmo para formar e educar, foi ao serviço do pensamento único de ditaduras e ao serviço da propaganda”. E, explica ainda que, não concorda com a ideia de que os *media* educam e



acha esse pensamento perigoso “porque se ele se instala vai depender de quem o exercer”. Para José Alberto Carvalho, “a educação só se consegue em duas entidades: na família e na escola”, pois “o sítio onde moramos, as pessoas com quem nos cruzamos, etc” apenas contribuem para a educação que recebemos. O diretor da estação de Queluz considera que essa ideia de atribuir aos *media* um papel muito importante “seria catastrófico porque, neste momento, a televisão tradicional generalista linear, por exemplo, não chega às pessoas com menos de 30 anos”. Para o diretor de Informação da TVI, os comentadores “não informam. Não é informação. Acessoriamente ou marginalmente eles podem informar. Mas ninguém os contratou, nem ninguém os desafiou, nem os colocou no ar, com a ideia de serem eles a informar. Eles não têm que informar”. José Alberto Carvalho associa a estes comentadores a função de “enquadrar, analisar, sintetizar, problematizar, abrir pistas, abrir caminhos”. Quanto à questão das audiências, o diretor de Informação da estação de Queluz de Baixo é direto ao assumir que esse é o objetivo de todos os canais de televisão, porque “ninguém que ser o segundo melhor aluno da turma, ninguém quer ganhar a medalha de prata. Quem ganha a medalha de prata é porque não conseguiu a de ouro. O segundo lugar, por si só, quem diz o segundo, diz o terceiro, quarto ou quinto, não são uma escolha, são o resultado da nossa incapacidade em superar o melhor”. José Alberto Carvalho recorda uma frase que lhe disseram aquando do seu primeiro emprego e que o viria a marcar para a vida: “nós estamos aqui para ganhar, porque ninguém é segundo por opção. Podemos não conseguir mais do que isso, mas não é uma opção. Nos não estamos aqui para ficar em segundo”. O diretor de Informação assume que é para isso que todos os meios de comunicação trabalham, e não vê qualquer problema na questão de querer vencer as audiências, “das empresas quererem aumentar o seu número de clientes”, “dos jornais quererem chegar a mais pessoas, e neste momento estão a chegar a cada vez menos”. Por isso, “todas as estações trabalham para ser a primeira. Todas tomam decisões para ser a primeira, não para ser a segunda.”

Quanto à pluralidade dos partidos, Marcelo Rebelo de Sousa aproveita para esclarecer que “o problema é encontrar cobertura plural com a mesma audiência. Mas os canais devem tentar”.



Por sua vez, o diretor de Informação da TVI assume que a representatividade dos partidos é uma questão de princípio, enquanto a representação dos clubes de futebol é uma questão de negócio. “Cada vez mais os partidos são menos relevantes”, e “as pessoas estão cada vez menos motivadas ideologicamente e politicamente”. José Alberto Carvalho considera que a sua função não passa por “fazer política”. O diretor da estação de Queluz afirma que “não há uma agenda política na direção de informação da TVI”, portanto “em relação aos partidos políticos é uma questão de princípio e de diversidade de opiniões”. Quanto ao negócio que envolve os clubes de futebol, não vê qualquer vantagem em não convidar os adeptos do Porto, do Sporting ou do Benfica, sendo assim “uma questão de bom senso”. A opção editorial que deixa sem representação os clubes de futebol com menos impacto está relacionada com as escolhas que ver-se-ia obrigado a fazer, e estaria a “comprar um problema” porque ao optar por um clube teria problemas com outros, por isso, não vê “nenhuma vantagem”.

No que diz respeito à representatividade dos clubes de futebol no comentário televisivo e à inclusão de outros clubes que não os três grandes, Manuel Serrão defende que essa deve ser uma preocupação dos meios de comunicação regionais, como aconteceu aquando a sua passagem pelo Porto Canal onde participavam também comentadores do Sporting Clube de Braga e do Vitória de Guimarães. Mas no caso de um meio de comunicação nacional a questão é outra. Primeiro, porque se o debate “se alarga a muita gente ninguém diz nada”. Por outro lado, Manuel Serrão compreende “que as televisões, com o problema das audiências, percebem que há aí três clubes que dominam o panorama nacional”, porque “são os melhores e, primeiro, são os que têm mais seguidores”, depois porque os outros clubes são inconstantes, “tanto andam ali no quarto lugar como quase descem de divisão”. O empresário considera, ainda, que se houvesse um clube que fosse consecutivamente o quarto talvez já se tivesse alargado o debate a quatro.



### 5.1.4 – Características dos comentadores residentes

Esta parte é dedicada à procura de características que nos ajudem a responder diretamente à pergunta de partida. Considerei que o mais lógico seria procurar estes atributos sob a forma de uma questão aberta a todos os entrevistados, para não influenciar de modo algum as conclusões a que pudesse chegar com esta investigação. Assim se justifica a ausência de dimensões neste ponto. Todos eles mencionam características distintas que apontam caminhos interessantes sobre a personalidade que se espera que qualifique um comentador residente.

O professor Marcelo Rebelo de Sousa aponta individualmente características a todos os comentadores escolhidos para a amostra desta investigação. Começa por considerar Henrique Medina Carreira “experiente, corajoso, comunicativo e pedagógico”. A jornalista Constança Cunha e Sá “domina a temática política, é corajosa, suscita a controvérsia em temas importantes e já tem muito traquejo do comentário na imprensa escrita e na televisão”. Manuel Serrão “é comunicativo, frontal, divertido e imaginativo”.

A jornalista da TVI acha que o professor Marcelo é um caso único no comentário “porque é uma pessoa que sabe estar em televisão, para além de uma inteligência muito grande, tem uma facilidade de comunicação quase única”. E, acrescenta que, “é evidente que onde ele estiver vai falar-se sempre dele”, porque “são nomes que atraem audiência”. Para Constança Cunha e Sá, “não há um estilo único de comentário”. “Há comentadores mais agressivos, há comentadores mais moderados”, e “isso tem muito que ver com a personalidade das pessoas, pela forma como raciocinam, como se apresentam, e essa diversidade até é boa para que não haja um código de conduta, por assim dizer, em que todos comentam da mesma maneira”.

Medina Carreira recorda que, no seu caso, tudo começou na SIC, por causa do *share* aumentar aquando das suas intervenções. Apesar de desvalorizar o comentário indiscriminado, o que vale é o interesse das pessoas que é medido através do *share*.

Na perspetiva de Henrique Medina Carreira, “o professor Marcelo é, desde há décadas, um comentador natural, aquilo está-lhe na massa do sangue. Ele gosta e ele é um bom comentador porque é uma pessoa preparada, uma pessoa inteligente, que raciocina com



muita rapidez. Ele tem uma forma que é sugestiva e atraente”. Para além destas características pessoais, “ele dentro de cada programa tem ‘temazinhos’, que ele expõe com muita rapidez”. Para o advogado, “na televisão o fator tempo é decisivo; a segunda coisa importante é que as palavras sejam claras, simples, perceptíveis para qualquer telespectador; em terceiro lugar que não se fale cinco minutos, quanto mais curtas são as intervenções mais úteis são”. Medina Carreira acha que “aqueles que vão para lá discursar não têm a perceção que estão a incomodar as pessoas. A exposição longa é uma coisa que mata as televisões”. Por isso, “o professor Marcelo tem essa vantagem, em cada tema ele está ali dois ou três minutos e passa adiante”. Henrique Medina Carreira vai mais longe nos elogios a Marcelo Rebelo de Sousa e considera que “pela inteligência, pela variedade, pela leveza e, claro, pela longuíssima prática que ele tem de fazer comentários na rádio, nos jornais, em toda a parte, ele é realmente uma estrela do comentário. Ele é um comentador à parte”: “ele não sabe viver sem isso (o comentário)”. Aliás, lembrando a possível candidatura de Marcelo Rebelo de Sousa a Belém, Medina Carreira acha que “ele em Belém será um infeliz, porque ele gosta é daquilo, gosta de intervir, de opinar e de influenciar”. Mas lembra que “o Marcelo Rebelo de Sousa é um caso especial da comunicação”.

Quanto aos outros comentadores “cada um tem as suas particularidades, o seu interesse, a sua importância.” Para o advogado, “as mulheres são mais objetivas, mais sérias e mais honestas, em regra, quando opinam”.

Quanto à sua própria postura julga que o *share* dos seus programas aumenta devido a “uma certa noção de seriedade e de autenticidade”. Medina Carreira admite “não conseguir em absoluto uma total objetividade” mas considera que é isso que atrai, porque “na sociedade portuguesa, e na política em particular, a ideia a que se chegou é que é tudo pouco sério e é tudo uma mentira pegada”. O ex-ministro acha que “as pessoas que intervêm publicamente deviam tentar mostrar que não é sempre assim, porque a política só se faz se se assentar numa ideia de seriedade”. Na sua opinião, não é através do engano que se conquista uma população. A “seriedade e autenticidade não só é uma matéria como é um estilo” que devia “ser mais cultivado pelas televisões”. Dessa forma, “as televisões ganhariam mais, mas a sociedade ganharia infinitamente mais”, mas Medina Carreira não está certo “que isto seja percebido pelas televisões”.





Para Manuel Serrão, a facilidade de expressão, a inteligência, e os comentadores serem capazes de “expressar as suas ideias de uma forma clara e sucinta é muito importante”, porque o tempo em televisão é muito escasso.

Por outro lado, o empresário do Porto também acha importante ser permitido que o comentador exerça a verdadeira liberdade de expressão, ser capaz de dar a sua opinião sem estar a reboque das ideias dos outros, ser capaz de ter ideias originais e não ter medo de dizer o que pensa. E os exemplos aqui analisados (Marcelo Rebelo de Sousa, Medina Carreira e Constança Cunha e Sá) são de “pessoas que são conhecidas por dizerem o que pensam e por serem capazes de as defenderem mesmo que isso seja contra opinião da maioria das pessoas”. O empresário do Porto considera, ainda, que os outros três comentadores residentes conseguem aliar audiência, qualidade no comentário e representatividade (política ou desportiva).

Em relação à escolha do seu nome para integrar o quadro de comentadores residentes da estação de Queluz de Baixo, Manuel Serrão acha que se deve ao facto de ser “uma pessoa que faz o comentário de forma leviana, que tenta juntar algum humor”, sendo “ferrenho sem ser fanático”, e “isso pode ter pesado”.

Para além disso, Manuel Serrão aborda ainda a questão da credibilidade que favorece os comentadores residentes. O empresário do Porto explica que, por serem pessoas que a sociedade está habituada a ouvir, que gosta e que conhece, olha “para essa opinião com outra credibilidade”.

Para o diretor da TVI, “há uma característica comum aos quatro”. José Alberto Carvalho acha que Marcelo Rebelo de Sousa, Henrique Medina Carreira, Constança Cunha e Sá e Manuel Serrão, à imagem dos comentadores residentes escolhidos pela estação de Queluz, “são pessoas que suscitam ruturas, que perturbam o conforto do telespectador”, porque “não sabemos o que eles vão dizer, há fortes probabilidades de sermos surpreendidos com aquilo que eles vão dizer”. E explica que, aqui, a exceção pode ser feita a Medina Carreira “porque ele tem um conjunto de teorias que são, neste momento, já quase de domínio público, portanto já é relativamente previsível, por parte de quem vê e de quem segue com alguma regularidade os programas com ele, qual é o posicionamento dele e a opinião dele em relação a algumas matérias. O diretor de Informação assume que “ainda assim ele continua a ter essa capacidade de surpreender,



porque introduz permanentemente dados novos sobre as mesmas questões, que reforçam a sua teoria e a sua convicção sobre elas”. José Alberto Carvalho assume que aprecia Medina Carreira “porque ele está profundamente convicto daquilo que diz, fundamenta aquilo que diz”. Para o diretor, Medina Carreira “tem uma visão apolítica daquilo que diz, os políticos dirão o contrário”, mas, para José Alberto Carvalho, aquilo que Henrique Medina Carreira faz no seu programa, ‘Olhos nos olhos’, “é um exercício de inteligência, de desafio a cada espectador que, no seu conjunto, é um exercício importante de cidadania e de despertar de consciências”. O responsável pela informação da TVI considera que “Medina Carreira demonstra que tem razão naquilo que diz por muito desagradável que seja”.

José Alberto Carvalho explica que “um comentador não tem que interagir com a câmara, tem que deixar que a câmara interaja com ele”, porque uma diferença entre o seu papel e o dos comentadores é que o *pivot* fala com a câmara e com os convidados, eles só falam com o *pivot*. É neste sentido que o diretor de Informação da estação de Queluz defende a ideia de que os comentadores “não informam, porque se informassem teriam que olhar para a câmara”. “São únicos”, defende. José Alberto Carvalho explica como e porquê: “na maneira como observam aquilo que os rodeia; na maneira como conseguem descrever aquilo que observam; na forma como o fazem, se cativa se não cativa, se seduz se não seduz”. O diretor afasta a beleza desta questão, porque “os maiores exemplos de comunicação não vêm de pessoas bonitas, é um equívoco essa coisa de que a televisão é o domínio da beleza”. A análise de José Alberto Carvalho envolve antes “o tom de voz, o ritmo do discurso, o timbre, as pausas, as inflexões”.

“As coisas mais revolucionárias e mais importantes na história da humanidade são as coisas mais simples, ditas de forma mais eloquente possível”. Para tornar esta questão mais precisa, José Alberto Carvalho dá como exemplo a frase proferida por Martin Luther King: “Eu tenho um sonho”. O diretor de Informação da TVI explica que o impacto que esta simples frase teve no mundo não se deveu à genialidade do que foi dito, mas pela “maneira que o disse, no momento em que o disse, pela forma como o fez. Com tudo aquilo que é difícilimo de apreender racional, verbal e intelectualmente mas que se percebe que está lá”. A este propósito aprecia, também, a especificidade do



comentário de Medina Carreira e explica que a elevada audiência do programa ‘Olhos nos olhos’ se deve à “maneira como (Medina Carreira) diz aquilo que diz”.

Em relação aos comentadores residentes da TVI, o diretor esclarece que é por tudo isto que eles são únicos. Considera que “ não abundam muitos em Portugal”, porque “há pessoas que passam a vida toda a comentar e nunca são reconhecidos como tal”. O diretor da TVI menciona os estudos de Programação Neurolinguística na conclusão de que, junto do telespectador, é mais impactante a forma como se fala do que aquilo que é dito. Da mensagem que transmitimos ao recetor, 85% corresponde ao movimento dos olhos, das mãos, ao toque, à maneira como falamos passando pelo tom de voz, o ritmo ou o timbre, e só 15% da mensagem corresponde “aquilo que é racionalizado, construído, pensado, verbalizado” explica.



## 5.2 – Síntese e considerações finais

Após a análise das cinco entrevistas comprova-se que cada uma se revela um elemento fundamental e bastante rico de informação, que contribuiu para a análise e perceção do perfil e importância da presença habitual de comentadores nas televisões portuguesas, em particular na TVI, que, relembro, é a estação líder de audiências.

A riqueza das entrevistas mede-se sobretudo ao nível da franqueza e sinceridade com que todos os entrevistados falaram sobre o tema. Sem rodeios, sem meias palavras, sem um discurso politicamente correto, todos optaram por dar a sua sincera opinião.

A opção foi, desde o início, dividir esta análise em três partes para a tornar mais rigorosa.

Começamos por analisar o perfil dos comentadores e a tendência para serem homens, políticos ou jornalistas, de Lisboa e que não possuem especialidade em termos de conhecimento relativamente aquilo que comentam. Verificamos que:

- Marcelo Rebelo de Sousa interpreta a ausência das mulheres no comentário habitual como um sinal de “centralismo e domínio masculino”, uma questão que ele condena. Já Manuel Serrão fala de uma proporção que tem vindo a ser respeitada, uma vez que há “ mais escolha no universo masculino”. O diretor de Informação da TVI discorda desta avaliação e, para além de achar que na TVI se fazem muitos debates exclusivamente com presença feminina, assume não fazer “nenhuma avaliação em função do género”.
- A presença assídua de políticos ou de personalidades que, de alguma forma, estiveram ou ainda estão ligadas a cargos políticos nos *plateaux* televisivos deve-se, na perspetiva de Marcelo Rebelo de Sousa, simplesmente ao facto de ser “mais fácil” e “mais barato”. Já para Constança Cunha e Sá esta preferência está relacionada com a “consistência dos argumentos e a forma como eles são expressos”, ou seja, para a jornalista da TVI não está em causa a pertença partidária do comentador mas sim as suas características pessoais, e se estas se enquadram nos códigos que a televisão exige. De acordo com a jornalista parece estar José Alberto Carvalho que sobrevaloriza outras características em prol do



género, da localização ou da profissão. Henrique Medina Carreira e Manuel Serrão consideram que a sociedade pretende alguém que fale dos acontecimentos na sua generalidade e, como afirmou Manuel Serrão, “um político é um especialista em generalidades”.

- O facto de os convidados serem maioritariamente de Lisboa deve-se, para Constança Cunha e Sá e Medina Carreira, às estações de televisão estarem também elas sediadas na capital. Manuel Serrão concorda com esta perspetiva mas justifica-a de forma diferente. O empresário português considera que quem convida os comentadores conhece melhor as pessoas de Lisboa. Manuel Serrão aborda ainda a questão financeira que muitas vezes impede os convidados de se deslocarem a Lisboa, porque são gastos que as estações de televisão tentam evitar.
- Na sequência da justificação para a presença assídua de políticos no comentário televisivo, Manuel Serrão acha que também se convidam técnicos das áreas levadas a debate mas os políticos tornam-se mais atrativos para quem vê e, conseqüentemente, para quem convida, porque têm uma opinião “parecida com quem está em casa”. Já Constança Cunha e Sá e José Alberto Carvalho são unânimes ao mencionar que esses especialistas podem ter problemas ao nível comunicacional. A jornalista da TVI considera que “pode haver temas muito específicos que técnicos, por assim dizer, não consigam fazer passar a mensagem”, e o diretor de Informação da TVI assume que estes especialistas recorrem a uma linguagem técnica que, no caso concreto da TVI, “é algo que não se pretende num comentador residente”. De opinião contrária é Henrique Medina Carreira que acha que fazem falta à televisão portuguesa vozes especializadas. Ao invés de se contratarem comentadores que não dominam matéria nenhuma escolher-se-iam “pessoas que dominam certos assuntos”. Ele que defende a função educativa e formadora da televisão junto da sociedade.
- Outro aspeto aqui analisado passa pela constante repetição dos mesmos nomes nos ecrãs. A esse respeito, o professor Marcelo acusa os responsáveis das estações de televisão de “falta de inovação e de imaginação prospectiva”. Constança Cunha e Sá considera que essa repetição se deve ao facto de serem



nomes que resultam e, por isso, não há motivo para alterar. Deste ponto de vista partilha também José Alberto Carvalho que defende que as audiências são uma preocupação de todos os canais, porque ninguém investe para perder audiências. O diretor de Informação justifica esta preferência da TVI, e de outras estações de televisão, em alguns nomes em particular porque são “pessoas únicas”. Manuel Serrão considera que esta repetição e o ‘salto’ que alguns comentadores dão de canal em canal se deve à coerência de quem tem o poder de os convidar, normalmente os diretores de informação, porque também eles ‘saltam’ de canal em canal e levam consigo as pessoas de quem apreciam o perfil. Medina Carreira, não respondendo diretamente à questão, destaca o caso de Marcelo Rebelo de Sousa que intitula de “estrela do comentário”, e considera que os outros nomes dispõem das suas particularidades e importância.

Foi também objetivo desta investigação perceber com que intuito, semana após semana, estas personalidades comentam a atualidade. Percebemos que:

- Marcelo Rebelo de Sousa considera que o melhor comentador político é aquele que tem mais experiência de jornalismo político, achando que este comentário habitual influencia, de facto, o telespectador. Mas alerta também que estes comentadores são chamados às televisões porque têm sucesso, “medido em audiência televisiva e no peso das respectivas opiniões”.
- Constança Cunha e Sá acha que o objetivo destes formatos passa por informar e esclarecer o telespectador.
- Henrique Medina Carreira considera os temas da atualidade excessivamente tratados, por todos os meios e a todo o momento, por isso, opta, no seu programa, por matérias do passado que se tornem lições para o telespectador. Para o ex-ministro, o objetivo deste comentário habitual passa por “levar ao conhecimento das pessoas”, ou seja, defende que são formatos que devem promover a formação da sociedade e devem ter uma missão pedagógica.



- José Alberto Carvalho está totalmente em desacordo com esta perspetiva. O diretor de Informação da TVI define como função de um comentador residente “enquadrar, analisar, sintetizar, problematizar, abrir pistas, abrir caminhos”. Mas assume que, de facto, há uma preocupação com as audiências na escolha dos nomes que comentam. O diretor da TVI considera que isso é uma preocupação de todos os canais, porque todos trabalham para ser os primeiros.
- Manuel Serrão partilha desta visão de José Alberto Carvalho e considera que estas decisões têm que ser tomadas a pensar nas audiências, porque as empresas vivem delas. Mas também considera que o perfil dos comentadores e a orientação que o canal pretende seguir são elementos importantes na escolha daqueles que chegam aos *plateaux* televisivos. Para o empresário, o objetivo destes formatos e a função do comentador é ajudar a formar opinião do telespectador.

A terceira parte da análise está diretamente relacionada com a pergunta orientadora da investigação. Procuravam-se as características que devem ter os comentadores para se tornarem residentes. Chegamos a algumas conclusões:

- Para Marcelo Rebelo de Sousa, Medina Carreira é “experiente, corajoso, comunicativo e pedagógico”, a jornalista Constança Cunha e Sá “domina a temática política, é corajosa, suscita a controvérsia em temas importantes e já tem muito traquejo do comentário na imprensa escrita e na televisão” e, por fim, Manuel Serrão “é comunicativo, frontal, divertido e imaginativo”.
- Para Constança Cunha e Sá, Marcelo é um caso único no que diz respeito a comentário porque é uma pessoa muito inteligente, com uma capacidade comunicativa quase única e sabe estar em televisão. A jornalista considera ainda que a diversidade de pessoas que integram o comentário em televisão é saudável para que não comentem todos de forma unanime. Constança Cunha e Sá destaca a personalidade, a forma como raciocinam e como se apresentam, características fundamentais para quem exerce estas funções.
- Henrique Medina Carreira, à semelhança de Constança Cunha e Sá, também elogia a presença televisiva de Marcelo Rebelo de Sousa considerando-o “um



comentador natural”, com raciocínio rápido, uma pessoa preparada, possuidor de uma forma sugestiva e atraente. Adianta até que o considera um caso especial da comunicação e uma estrela do comentário pela inteligência, variedade, leveza, e pela prática nestas andanças. Quanto aos outros dois comentadores, o advogado acha que terão as suas particularidades, interesse e importância para se tornarem comentadores residentes da estação. Para Medina Carreira, características como a clareza e a simplicidade das palavras, bem como as intervenções curtas e o respeito pela ordem de intervenção, evitando a confusão de todos falarem ao mesmo tempo e não se perceber o que dizem, são fundamentais para o sucesso. Na sua perspectiva, as mulheres são mais objetivas e honestas no comentário. Medina Carreira aprecia e acha fundamental nos comentadores residentes a seriedade e a autenticidade, mas lembra que é necessário ser-se capaz de chegar ao interesse das pessoas, por isso a capacidade comunicativa é, também, importante.

- Manuel Serrão aprecia e acha fundamental em televisão os comentadores serem dotados de uma facilidade de expressão, credibilidade, inteligência e capacidade de expressarem as suas ideias clara e sucintamente. O empresário considera ainda que estes comentadores devem exercer a verdadeira liberdade de expressão, apresentarem ideias originais, sem terem medo de dizer o que pensam. No seu caso em particular, acha que o convite para se tornar comentador residente da TVI se deveu ao comentário leviano misturado com humor a que habituou os telespectadores noutros momentos. Quanto aos outros comentadores julga conseguirem aliar audiência, qualidade e representatividade, o que os torna atrativos para as televisões.
- José Alberto Carvalho assume que estes comentadores se tornaram residentes, na TVI, porque são pessoa únicas. Esta especificidade está, para o diretor de Informação, relacionada com a forma como observam o que os rodeia, como descrevem o que observam, se cativam ou seduzem. E afasta a ideia de que a beleza é um elemento fundamental. Para José Alberto Carvalho é mais importante aquilo que se diz e a forma como o fazem, ao nível do “ tom de voz, o ritmo do discurso, o timbre, as pausas, as inflexões”. A simplicidade e a





eloquência são, também, aspetos importantes e tidos em conta no recrutamento dos comentadores residentes da TVI. Para além disso, estes quatro comentadores suscitam ruturas e perturbam o conforto do telespectador, porque são pessoas que primam pela surpresa daquilo que poderão dizer.

Assim, para se tornar mais claro, foram mencionadas características físicas, psicossociais, e de outro âmbito, que se resumem na seguinte tabela explicativa:

**Tabela XI - Características dos comentadores residentes**

| Tipo de características | Características   |
|-------------------------|---|
| <b>- Físicas</b>        | <ul style="list-style-type: none"><li>- tom de voz</li><li>-ritmo do discurso</li><li>-timbre</li><li>-pausas</li><li>-inflexões</li><li>-movimento de mãos</li><li>-forma como fala, como se movimenta, como encara o outro, como observa</li><li>-eloquência</li><li>-saber estar/ presença</li><li>-permitir que a câmara interaja</li></ul>   |
| <b>- Psicossociais</b>  | <ul style="list-style-type: none"><li>- coragem</li><li>-capacidade comunicativa/expressão</li><li>-traquejo</li><li>-controverso</li><li>-frontal</li><li>-divertido</li><li>-imaginativo</li><li>-inteligente</li><li>-capacidade de raciocínio</li><li>-sugestivo</li><li>-atraente</li><li>-rapidez na exposição</li><li>-claro</li><li>-sucinto</li><li>-perceptível</li><li>-leveza</li><li>-objetivo</li><li>-honesto</li><li>-sério</li></ul> |



|                |  |
|----------------|--|
|                | <ul style="list-style-type: none"><li>-autêntico</li><li>-credível</li><li>-original</li><li>-destemido</li><li>-único</li><li>-surpreendente</li><li>-cativante</li><li>-sedutor</li><li>-simples</li></ul>   |
| <b>-Outras</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>-experiente</li><li>-pedagógico</li><li>-com personalidade</li><li>-bem preparado</li><li>-variedade</li><li>-exerça a liberdade de expressão</li><li>-capacidade de respeitar a ordem da intervenção</li><li>-capacidade de suscitar ruturas</li><li>-capacidade de perturbar o conforto do telespectador</li><li>-capacidade de atrair audiência</li><li>-representatividade</li></ul> |



Universidade do Minho



## Capítulo VI – Conclusões

*A curiosidade é apenas um dom que leva ao conhecimento*

**Gustavo Lacerda**

A passagem pela redação da TVI foi fundamental para o meu crescimento pessoal e profissional. Foi, sem dúvida, um bom complemento à minha formação académica por me mostrar a verdadeira rotina de um jornalista numa estação líder de audiências. É o trabalho de cada um destes profissionais que leva a TVI todos os dias à casa de milhões de telespectadores e que faz dela a estação preferida dos portugueses. Para além dos profissionais, também os comentadores residentes possuem o rótulo da TVI. Num artigo publicado pelo jornal Público, a 12 de maio de 2013, constata-se que “é possível assistir a 69 horas de comentário político por semana”, o que equivale a cerca de três dias em frente à televisão. No mesmo artigo lia-se que numa lista onde se contavam cerca de 100 comentadores portugueses com presença semanal na televisão, 60 são, ou já foram, políticos. Após observar estes números e verificar o impacto e importância que estes comentadores têm para o telespectador, achei que seria um importante e pertinente caso de estudo analisar as características dos comentadores que são convidados a marcar presença semanal na estação de televisão que me acolheu, a TVI.

Esta perceção constituiu o ponto de partida para a temática que orientou este relatório de estágio: perceber que atributos deve ter um comentador para se tornar residente.

Do referencial teórico traçado chega a perceção de que os comentadores possuem alguns atributos que os tornam residentes. Assim, é importante perceber que atributos são estes que os tornam figuras especiais no comentário televisivo que, por sua vez, os colocam entre as preferências de quase todos os *media* e faz com que estes chamem à cadeira mediática constantemente os mesmos nomes. Por forma a responder a estas questões, e esclarecer outras que se tornam pertinentes para a investigação, foram realizadas cinco entrevistas: uma ao diretor de Informação da TVI e as outras



quatro aos comentadores residentes (Marcelo Rebelo de Sousa, Henrique Medina Carreira, Constança Cunha e Sá e Manuel Serrão) que participam nos programas que conquistaram mais audiências no período homólogo ao meu estágio (entre Setembro e Dezembro de 2013).

Da análise das entrevistas, há um facto em destaque. O professor Marcelo Rebelo de Sousa é considerado um caso excepcional de comentário e comunicação por quase todos os entrevistados. É visto como um bom exemplo de comentador residente, cujos elogios lhe são dedicados em grande escala.

Recuperando o perfil traçado pelos estudos da área e mencionado no quadro teórico que sustenta esta investigação (capítulo III), o comentador residente é homem, político ou jornalista, de Lisboa, que não é especializado nas matérias levadas a debate. Um artigo publicado pelo jornal Público a 12 de maio de 2013 acrescenta que os comentadores da televisão portuguesa são, na sua maioria, formados em Direito, com idades entre os 45 e 60 anos, e nota-se um equilíbrio entre políticos no ativo e ex-políticos.

A presente investigação permite concluir que esta descrição, de facto, não andarà muito afastada da verdade, e vai mais longe permitindo perceber porquê.

De acordo com os dados recolhidos, a ausência das mulheres no comentário está ligada ao centralismo e domínio masculino que já vem de outros tempos e ao facto de haver mais possibilidade de escolha masculina, uma vez que há menos mulheres na política. José Alberto Carvalho opõe-se a esta ideia. O diretor de Informação defende que na TVI não se fazem convites em função do género e que há muitos debates exclusivamente femininos.

Em relação à forte presença de comentadores que estão ou estiveram diretamente ligados à política, convém recuperar as palavras de Rita Figueiras, investigadora de Comunicação Política e especialista no tema em análise, no artigo do jornal Público



acima mencionado, que aponta duas possíveis respostas à preferência por políticos no comentário televisivo: “ por um lado, o facto de Portugal ter uma democracia ainda recente”; por outro, e como consequência, “por o jornalismo ter estado muitos anos sob a alçada do poder político”.

Na visão daqueles que integraram a amostra desta investigação, esta forte presença dos políticos no comentário justifica-se pelo facto de ser mais fácil e económico e por serem especialistas em generalidades, que no fundo é o que agrada ao telespectador. Constança Cunha e Sá, apesar de concordar com o facto do comentário televisivo estar sobrecarregado de políticos, não considera que seja uma opção pela pertença partidária mas pelas características pessoais e consistência dos argumentos de cada um deles. Manuel Serrão também considera que o convite feito aos comentadores residentes não está relacionado com a profissão, mas com o facto de serem pessoas socialmente reconhecidas e que já haviam dado provas noutros meios de comunicação social, por isso, possuem mais credibilidade perante o telespectador. Assim, comprova-se aquilo que o enquadramento teórico nos permitiu assimilar. Os políticos estão entre as preferências das estações de televisão porque são, a par dos jornalistas, os mais bem treinados na arte de colocar o poder em cena e no domínio dos critérios comunicativos. A teoria também nos mostrava que, na visão de alguns autores, o telespectador atribui mais legitimidade às caras que lhe são familiares. Este é um facto que se confirma, uma vez que a os entrevistados que integram esta investigação partilham da mesma opinião.

Os especialistas não estão entre os mais chamados para o comentário semanal na TVI. O que acontece na estação de Queluz é que eles participam quando assim se justifica, mas não fazem parte do painel de comentadores residentes. Esta é uma questão que gera alguma controvérsia entre os entrevistados.

O comentário especializado não está entre as preferências do diretor de Informação da TVI, porque são comentadores que recorrem a uma linguagem técnica não funcionam em televisão. José Alberto Carvalho defende a ideia de que tem mais impacto junto do telespectador a forma como se comunica do que aquilo que se diz. Procura-se, em televisão, que haja um equilíbrio no domínio das matérias e a capacidade de as transmitir, que normalmente estes especialistas não alcançam. A jornalista da TVI,



Constança Cunha e Sá, concorda com esta perspetiva e considera que o facto de os especialistas não dominarem os códigos televisivos pode fazer com que a mensagem não chegue ao telespectador. Por outro lado, Medina Carreira acha que estas vozes especializadas fazem falta à televisão portuguesa. O advogado considea que a sociedade precisa de informação mas, acima de tudo, precisa de formação e de um saber rigoroso, e os comentadores residentes não dominam todos os assuntos. Por isso, considera o comentário habitual mais pobre do que o pontual. Apesar de admitir que o *share* não atingisse os mesmos níveis, considera que seria produtivo chamar aos *plateaux* vozes especializadas, bem remuneradas e que elucidassem a sociedade. Na perspetiva de Medina Carreira, tal não acontece porque não há sustentação financeira nas televisões portuguesas. Manuel Serrão, apesar de achar que estes especialistas são chamados, considera que há uma preferência por quem tem uma opinião mais parecida com quem está em casa, os políticos. Na generalidade este ponto já havia sido analisado no enquadramento teórico desta investigação e, da mesma forma que os comentadores aqui mencionados, alguns autores consideram que esta ausência dos comentadores especializados se deve ao facto de não dominarem, na sua maioria, os códigos televisivos. Tal como aqui referido, também a teoria apontava que em televisão tempo é dinheiro, como tal, procura-se uma comunicação expressiva e eficaz, não se valorizando apenas o saber mas a conversa ao ritmo do audiovisual. Recuperando as palavras de José Alberto Carvalho citadas no enquadramento teórico desta investigação, “se é um palco, nem toda a gente pode lá estar”, daí a preferência por uns em detrimento de outros.

A justificação para estes comentadores serem maioritariamente de Lisboa passa pela proximidade às estações de televisão, tal como referenciado na síntese teórica do capítulo III.

Apontam-se ainda como causas desta centralidade:

- o facto de se conhecerem melhor os convidados de Lisboa;
- os gastos que implicaria convidar pessoas de outros locais;
- a ideia centralista a que se associa a capital;
- a ideia de que o debate fica mais completo com todos os convidados em estúdio;



-os problemas técnicos a que está sujeita a participação de comentadores a partir de outros locais, sendo que existem pessoas com igual capacidade mais perto das estações de televisão.

Era um dos objetivos desta investigação perceber porque é que se repetem os mesmos nomes quando falamos em comentário televisivo.

As respostas passam por:

- serem comentadores que são considerados fórmulas de sucesso;
- por serem pessoas únicas e dotadas de muitas características que as televisões, e quem tem o poder de decisão, apreciam;
- indiscutivelmente, por causa das audiências. São nomes que são uma aposta ganha, neste caso, da TVI;
- por falta de imaginação e inovação das estações;
- por uma questão de coerência de quem tem o poder de decisão e aprecia o perfil de determinado comentador, que ao mudar de estação tenta levar consigo os comentadores de sucesso.

Assim se justifica que nomes como os de Marcelo Rebelo de Sousa, Henrique Medina Carreira, Constança Cunha e Sá e Manuel Serrão tenham passado por diferentes meios de comunicação e sempre associados ao sucesso.

Quanto ao objetivo do comentário, e recuando à exposição teórica deste relatório, alguns autores defendem que se elegem as opiniões que vendem e que os *media* têm influência na formação de opinião da sociedade. Por isso, a missão da televisão passa, também, por formar, informar e esclarecer. Após a análise das entrevistas que orientaram esta investigação, todos estes aspetos se verificam. Conclui-se que não há um objetivo único com o comentário televisivo. Sem dúvida que se considera que o comentário em televisão influencia o telespectador. Conclui-se, também, que se pretende prender o telespectador à TV e, por isso, o objetivo são também as audiências. Como assume o diretor de Informação da TVI, “todas as estações trabalham para ser a primeira”. Para além disso, também são apontados como interesses o esclarecimento, explicação, informação, a formação da sociedade, e a





formação de opinião. José Alberto Carvalho considera que a educação ou formação da sociedade bem como a informação não são objetivo, nem função, dos comentadores. E acrescenta que, para si, o objetivo dos programas que incluem este comentário habitual é “enquadrar, analisar, sintetizar, problematizar, abrir pistas, abrir caminhos”. Por isso, todas as dimensões apresentadas no modelo de análise (capítulo IV), referentes a esta variável, se confirmam, com principal destaque para a influência e as audiências.

Por fim, analisou-se a principal questão desta investigação e procuraram-se os atributos que deve ter um comentador para se tornar residente. Não foi uma resposta consensual. A resposta a esta questão está diretamente relacionada com a opinião que cada um dos entrevistados tem sobre este formato e o papel dos comentadores. Foram muitas as características mencionadas. Entre todas elas, destaque para a experiência, a coragem, capacidade comunicativa, inteligência, raciocínio, rapidez na exposição, e ser claro e sucinto. Estas foram as características que mais do que um entrevistado mencionaram. Para além destas, características físicas como timbre, ritmo, tom de voz, presença e a forma como se fala foram destacadas. A frontalidade, controvérsia, originalidade, autenticidade e a capacidade de surpreender parece também pontuar aqueles que chegam aos *plateaux* televisivos para um comentário permanente.

Assim, ficam as pistas que respondem à pergunta que orientou toda a investigação. Os quatro comentadores em análise possuem uma grande parte das características assinaladas, isso faz deles figuras únicas e específicas que os meios de comunicação querem agarrar a qualquer custo porque agradam ao telespectador. Agrado este que se reverte em números, *share*, audiências e lucro para as TV's. É por isso que estas figuras mediáticas e já conhecidas do público se tornam comentadores residentes. Parte das características aqui expostas haviam sido referidas por alguns autores ao longo de todo o enquadramento teórico que sustenta esta investigação, exemplo disso são a expressividade, eloquência, e o facto de estes comentadores necessitarem de conversar ao ritmo do audiovisual ou serem concisos. Assim se confirma que a prática vai de encontro à teoria.

Para além das características aqui mencionadas, o artigo publicado pelo jornal Público a 12 de maio de 2013 refere dois aspetos que foram lembrados pelo diretor de



Informação da RTP, Paulo Ferreira, e que me parece importante mencionar: na hora do recrutamento são, também, tidas em consideração a capacidade do comentador marcar a agenda e de dar notícias em primeira mão, exemplo disso é Marques Mendes.

Assim, após uma extensa e pormenorizada análise conclui-se que:

A hipótese 1 acaba confirmada porque, de facto, há atributos físicos e psicossociais que tornam os comentadores únicos. Essa especificidade torna-os fórmulas de sucesso para as estações de televisão. São nomes que vendem por possuírem estas características, que se revertem em audiências, que são assumidamente uma preocupação das estações e que justifica a distinção e preferência.

A hipótese 2 é refutada uma vez que, como se constatou na análise, não há um objetivo único no comentário televisivo. No entanto, a par da influência, as audiências são sempre um ponto de interesse. Como foi mencionado pelo diretor de Informação da TVI, a função do comentador não é informar, isso é tarefa do jornalista, mas enquadrar e sintetizar. Por outro lado, José Alberto Carvalho assumiu que todas as televisões trabalham para ser a primeira e a preferida do telespectador.

A hipótese 3 é confirmada, porque o recrutamento dos comentadores é avaliado em diversos aspetos, entre eles, o impacto e o sucesso que causam no público. Esta investigação conclui que nenhuma televisão sobrevive sem audiências, por isso, são uma preocupação. É por elas que todas as estações trabalham. É, também, pelo nível de audiência que estes comentadores residentes são contratados.

Depois de todo o estudo, considero que estes resultados são o reflexo da atual situação que os *media*, em particular a televisão, vivem. Agora, mais do que nunca, as televisões vivem de números, de audiências e das preferências dos telespectadores. O fator económico, que influência qualquer vertente da sociedade portuguesa, é, sem dúvida, essencial para dar cor e vida à televisão. Os gestores e diretores de Informação



tomam todas as suas decisões e trabalham diariamente para que consigam ser os melhores e os primeiros na escala das audiências. O convite aos comentadores residentes não é exceção, como se percebeu ao longo deste trabalho.

Como em qualquer investigação, há sempre limitações. Por se tratar de um relatório de estágio, apenas foi tida em conta a experiência de estágio e as impressões tidas durante este período. O contacto com os entrevistados nem sempre se verificou uma tarefa fácil. No caso do diretor de Informação da TVI foi uma tarefa árdua agendar uma entrevista que, após muita persistência, e por questões de tempo, teve que ser breve e concisa, ainda assim verificou-se um ponto fulcral para as conclusões deste relatório. O facto de quase todos os entrevistados viverem em Lisboa, à exceção de Manuel Serrão, implicou algumas viagens à capital.

Sobre este tema outras questões poderiam ter interesse de pesquisa, nomeadamente alargar a investigação a outros órgãos de comunicação e efetuar uma comparação, apreciando as diferenças, particularmente com canal público, a RTP.

Num artigo publicado pelo jornal Público a 12 de maio de 2013, o politólogo António Costa Pinto referiu que estes comentadores “ não estão lá (nas televisões) porque querem ser comentadores”. No mesmo artigo são apontadas como motivações a exposição mediática e os avultados ordenados que estas figuras socialmente reconhecidas recebem pelo seu comentário semanal. Podia ter interesse avaliar o vencimento destes comentadores e perceber o que os motiva a aceitar o convite, se é por ser uma atividade lucrativa, se há alguma vantagem na sua exposição mediática e, ainda, estabelecer uma comparação com os comentadores pontuais ao nível do vencimento, audiência, e qualidade argumentativa. Para além disso, parece-me pertinente analisar a visão do telespectador no que diz respeito à utilidade destes comentários. Perceber em números e qualidade informativa o que distingue o comentário e os comentadores das televisões dos das rádios, jornais e *online*.

A presença de especialistas no comentário habitual é sempre uma questão que gera alguma controvérsia. A este respeito, num artigo publicado a 12 de maio de 2013 pelo jornal Público, António José Teixeira, diretor da SIC Notícias, afirmou que em



alturas de crise “as pessoas querem pontos de referência, alguém que leia a realidade e que aponte pistas” mas, para o politólogo José Adelino Maltez, “as pessoas não estão hoje mais esclarecidas porque há pouco trabalho desenvolvido na passagem de informação ‘das elites para o povo’ “. Rita Figueiras corrobora esta ideia ao considerar que “os comentadores não estão a ser capazes de ‘gerar conhecimento’ porque ‘há um grande efeito de eco’ e não uma verdadeira pluralidade de ângulos”. A investigadora em comunicação política acha que o espaço televisivo dedicado a estes comentadores é a deslocação do “Parlamento para a televisão”. Por isso, Rita Figueiras acha que a solução passa por “trazer mais académicos para a televisão” porque chegariam a “outros ângulos para ‘perspectivar caminhos diferentes’ ”. Assim, seria interessante elaborar uma avaliação e confrontar estas duas vertentes opinativas.



Universidade do Minho



## Bibliografia

Almeida, C., Rocha, E. & Morais, F (S/D) *Jornalismo Espetáculo ou o espetáculo no jornalismo: o caso da notícia política na Paraíba, Paraíba: Faculdades Integradas de Patos*

Bardin, L. (2011) *Análise de Conteúdo*, Coimbra: Edições 70

Barriga, A. (2011) ‘A opinião publicada em Portugal : uma face de Janus no espaço público democrático’ , *XI Congresso Luso Brasileiro de Ciências Sociais*, Salvador, 7-10 de agosto

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

Bulger, L. (2004) *A imagem da escrita no pequeno ecrã*, Coimbra: Minerva

Canavilhas, J. (2001) ‘Televisão: o domínio da informação-espetáculo’, *Biblioteca Online de Ciências de Comunicação*, [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.pdf>], acessido pela última vez em 20.09.2014]

Carvalho, M. (2010) *Câmara de Reflexão*, Lisboa: Plátano Editora

Colomé, G. (1994) *Política y medios de comunicacion: una aproximación teórica*, Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona

Fidalgo, J. (2003) ‘De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão?’ in Pinto, M. & Sousa, H. (coord.) (2003), *Televisão e Cidadania –*



Universidade do Minho

*Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, pp.13-32

Figueiras, R. (2005) *Os Comentadores e os Media. Os autores das colunas de opinião*, Lisboa: Livros Horizonte

Guerra, I. (2006) *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo – Sentidos e formas de uso*, Cascais: Príncipeia

Hobsbawm, J. & Lloyd, J. (2008) *The Power of the Commentariat*, London: Editorial Intelligence Ltd

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

Lopes, F. (1999) “Serviço Público de Televisão: a crise, a identidade e os desafios”, *I Congresso das Ciências da Comunicação*, Lisboa, 22-24 de março

Lopes, F. (2005) “Os donos dos *plateaux* da informação semanal da TV generalista”, *4º SOPCOM*, Aveiro, 20 de outubro

Lopes, F. (2006) “Dos excessos da TV generalista: Retratos da Informação semanal emitida em horário nobre”, *Colóquio A Nova Entidade Reguladora no quadro das Políticas da Comunicação em Portugal*, Braga: Universidade do Minho, 10 de abril

Lopes, F. (2007) *A TV das Elites- Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005)*, Porto: Campo das Letras, Editores, S.A.

Lopes, F. (2009) ‘Quando a informação televisiva se faz com elites especializadas – Análise do plateau do noticiário’ , *Jornalismo&Jornalistas*, 38:6-15



Universidade do Minho

Lopes, F. (Org) (2011) *A TV dos Jornalistas*, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho

Lopes, F., Loureiro, L. & Neto, I. (2013) *O real (ainda) mora aqui?*, [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\_ebooks/article/view/1652/1592, acedido pela última vez em 20.09.2014]

Lopes, F., Loureiro, L. & Vieira, P. (2011) ‘A perda da hegemonia da classe política nos plateaux informativos’, *Estudos em Comunicação*, 9: 223-241

Marques, M. (2007) ‘Comentário jornalístico político: interpretação de outros discursos e argumentação’, *Revista Diacrítica 21.1*, 127-142

Martins, C. (2013) *O que merece ser notícia na televisão? O domínio da informação - espetáculo*, Coimbra: Universidade de Coimbra

Mendes, F. & Rodrigues, P. (12 de maio de 2013) *O império dos comentadores onde quem manda são os políticos*, *Público*, 14-15

Michel, M. (2005), *Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais*, São Paulo: Atlas

Morgado, I. (2005), ‘A pressão política sobre os líderes de opinião – a luta pela soberania no tempo’, *Comunicação e Política*, 115 - 145

Oliveira, J. (2007) *Manual de Jornalismo de Televisão*, Lisboa: Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas (Cenjor)

Quivy, R., Campenhoudt, L. (2008) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva





Universidade do Minho

Rodrigues, A. (1985) ‘O Público e o Privado’, *Revista de Comunicação e Linguagens*, 2: 7-14

Santos, J. (2000) *Homo Zappiens: o feitiço da televisão*, Lisboa: Notícias Editorial

Soares, H. & Oliveira, J. (2007) “A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking”, *XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Santos, 29 de agosto – 2 de setembro

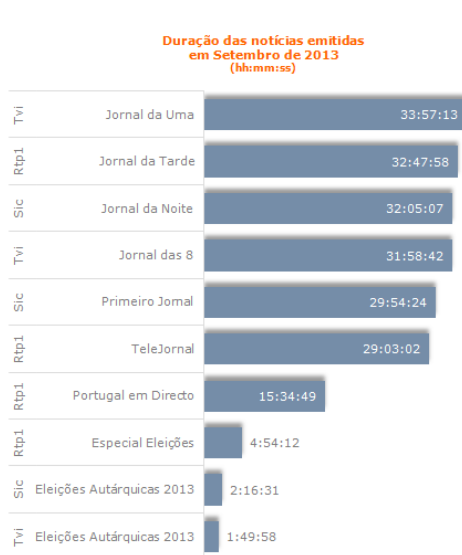
Speier, H. (2001) ‘ Historical Development of Public Opinion’ , *American Journal of Sociology*, Vol.55, 4:376-388

Torres, E. (2011) *A Televisão e o Serviço Público*, Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos

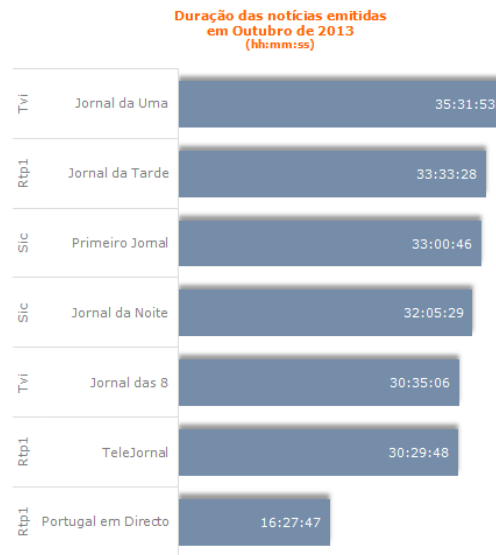


## Anexos

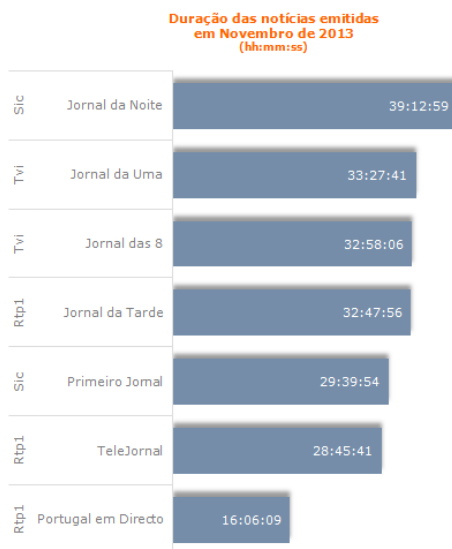
### Anexo 1: Duração das notícias nos canais generalistas entre Setembro e Dezembro de 2013



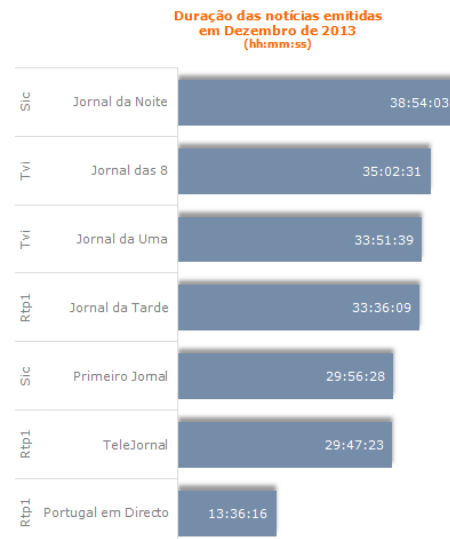
Fonte: MediaMonitor, Telenews



Fonte: MediaMonitor, Telenews



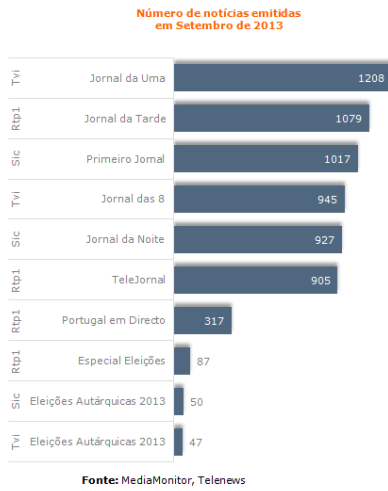
Fonte: MediaMonitor, Telenews



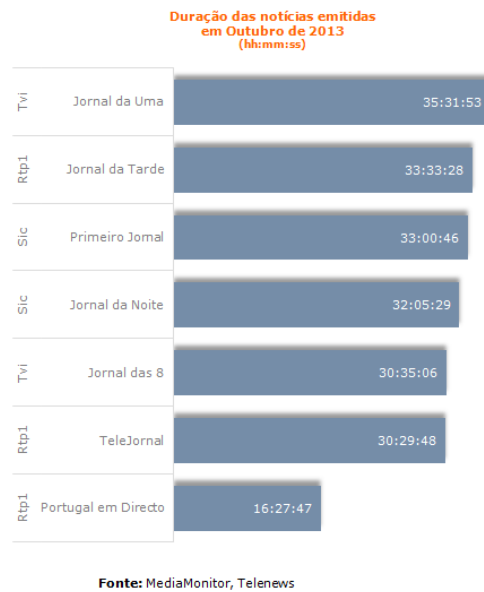
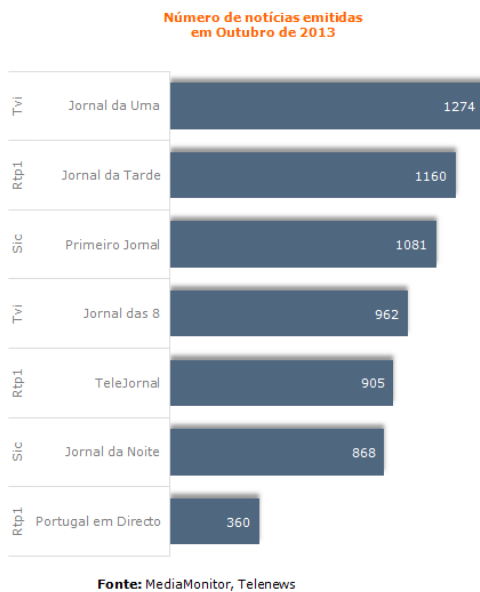
Fonte: MediaMonitor, Telenews



## Anexo 2: Número de peças produzidas em Setembro de 2013

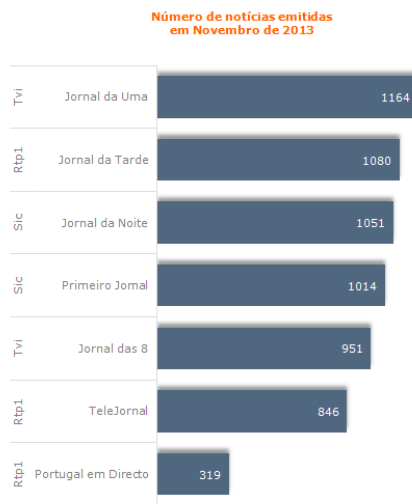


## Anexo 3: Número de peças produzidas e número de horas emitidas em Outubro de 2013



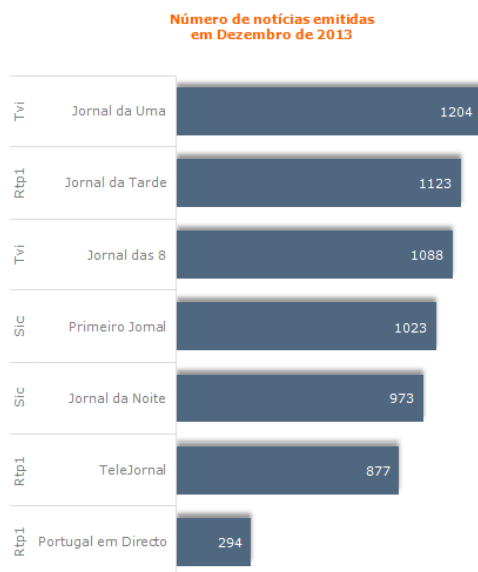


## Anexo 4: Número de peças produzidas em novembro de 2013



Fonte: MediaMonitor, Telenews

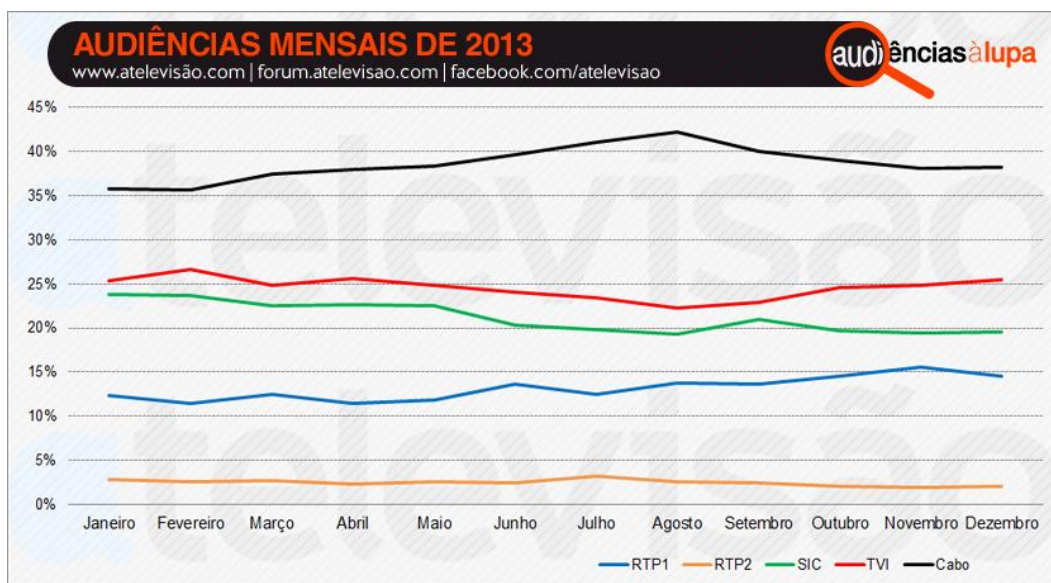
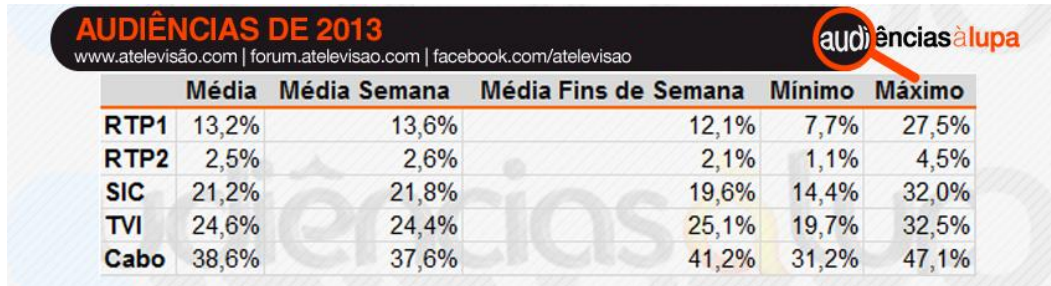
## Anexo 5: Número de peças produzidas em dezembro de 2013



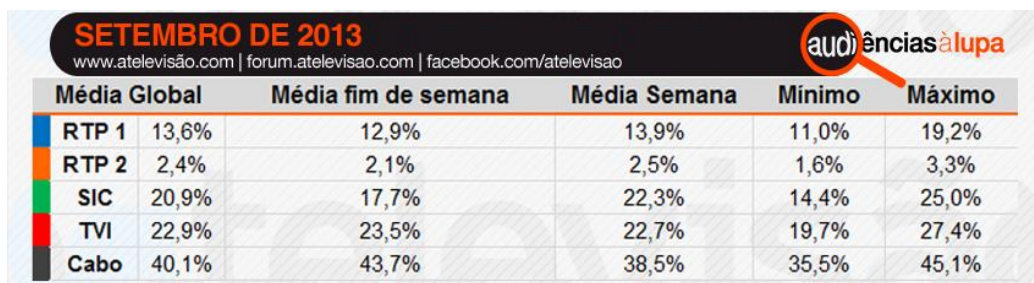
Fonte: MediaMonitor, Telenews

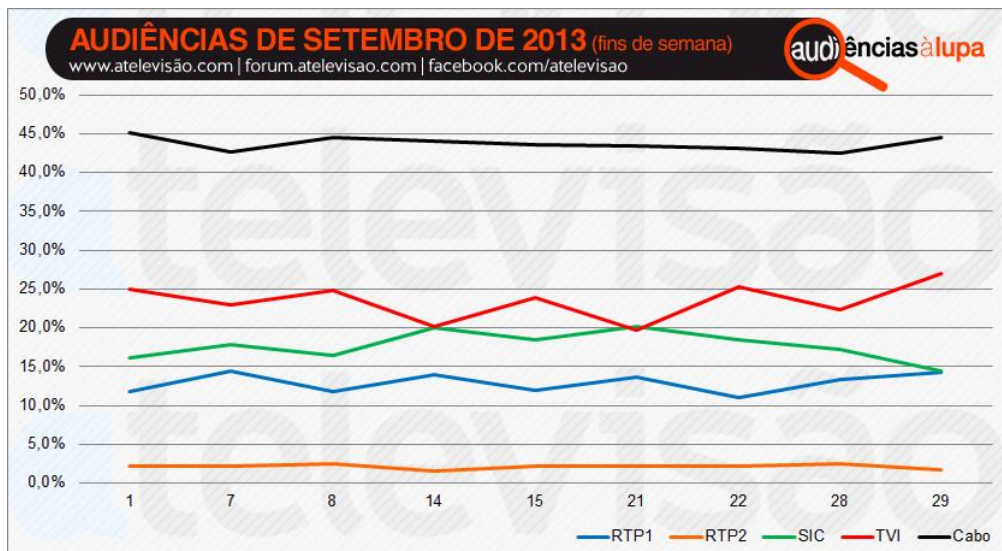
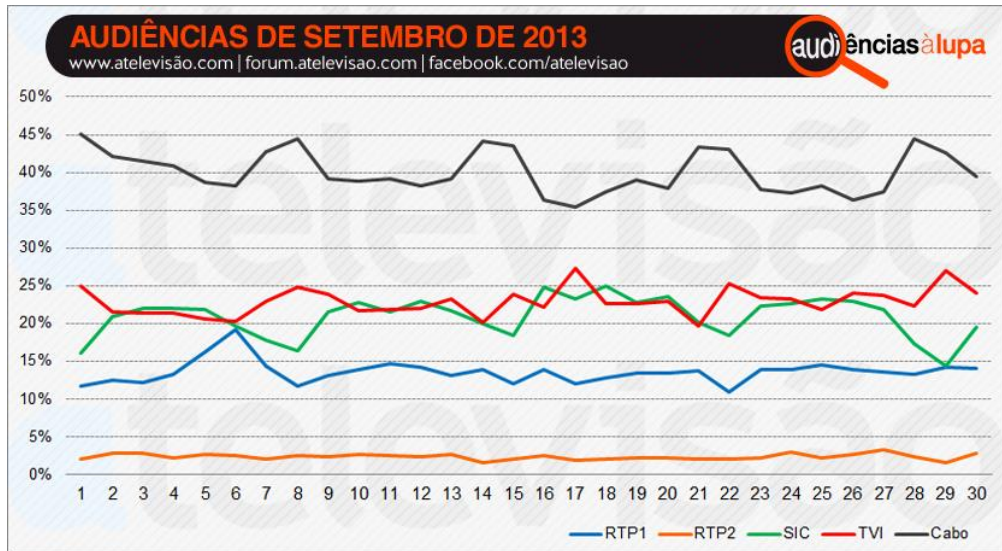


## Anexo 6: Média das audiências em 2013



## Anexo 7: Média das audiências em setembro de 2013



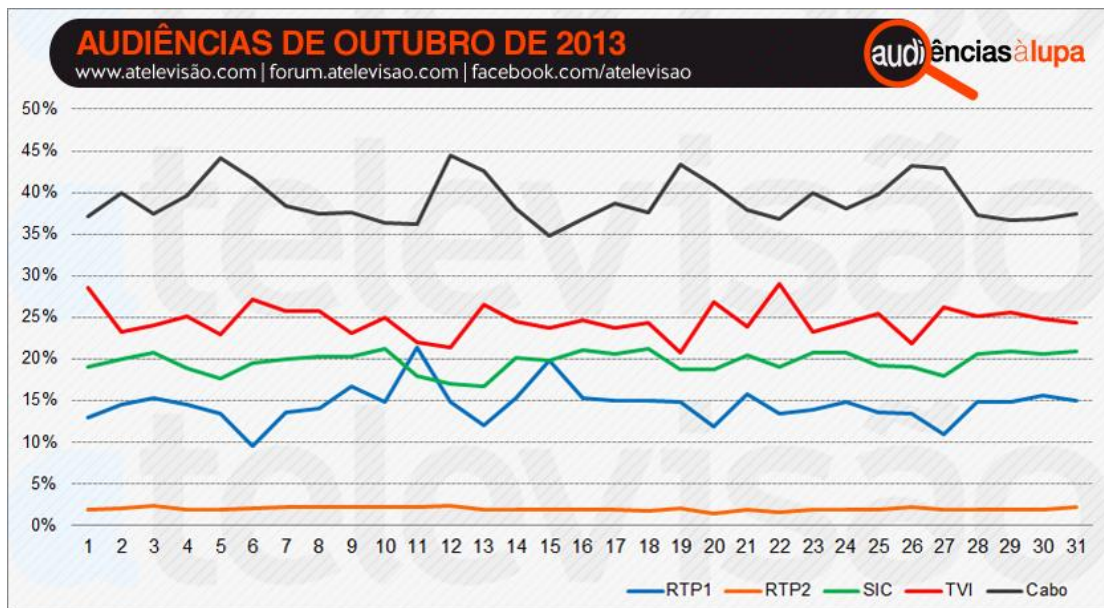
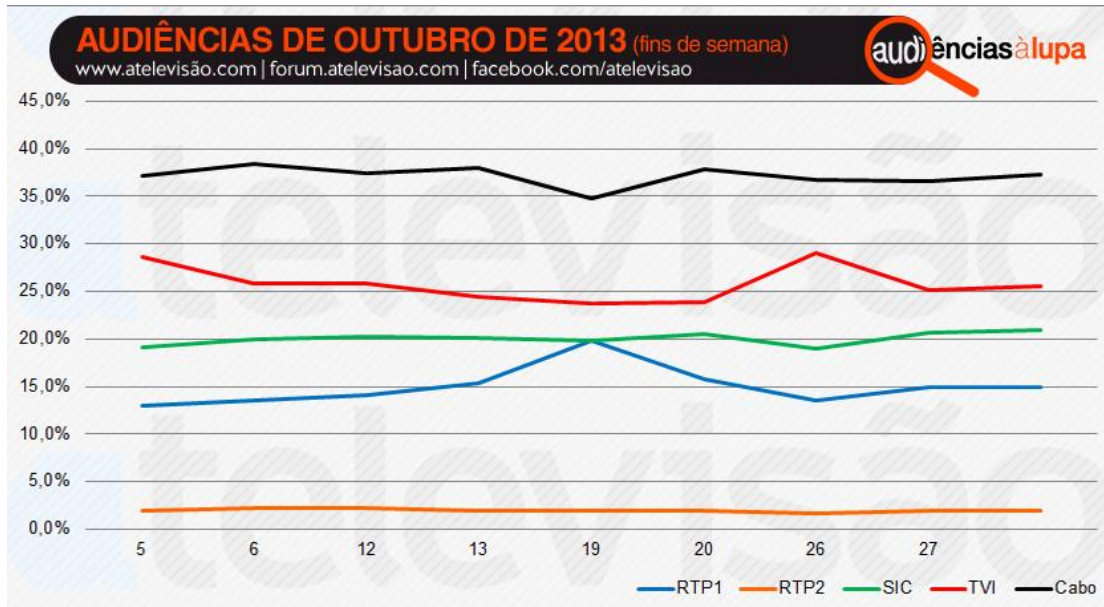


**Anexo 8: Média das audiências em outubro 2013**

**OUTUBRO DE 2013**  
[www.atelevisao.com](http://www.atelevisao.com) | [forum.atelevisao.com](http://forum.atelevisao.com) | [facebook.com/atelevisao](http://facebook.com/atelevisao)

**audiências à lupa**

|       | Média Global | Média fim de semana | Média Semana | Mínimo | Máximo |
|-------|--------------|---------------------|--------------|--------|--------|
| RTP 1 | 14,6%        | 12,6%               | 15,3%        | 9,6%   | 21,4%  |
| RTP 2 | 2,0%         | 2,0%                | 2,0%         | 1,5%   | 2,4%   |
| SIC   | 19,7%        | 18,2%               | 20,2%        | 16,8%  | 21,3%  |
| TVI   | 24,6%        | 24,2%               | 24,8%        | 20,8%  | 29,0%  |
| Cabo  | 39,0%        | 42,9%               | 37,7%        | 34,8%  | 44,4%  |



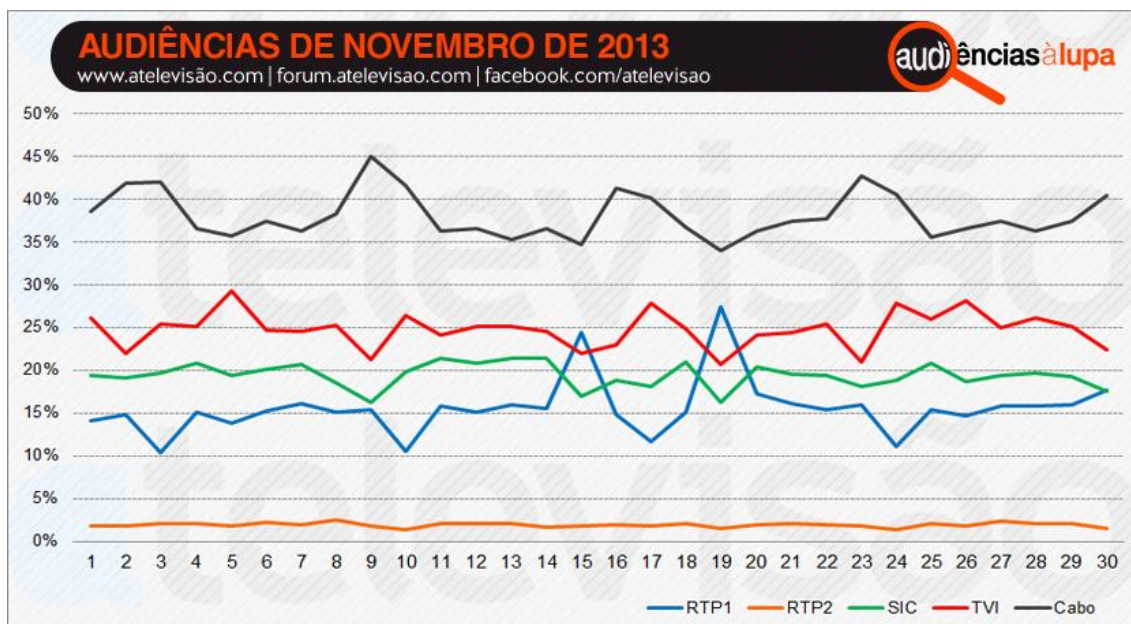
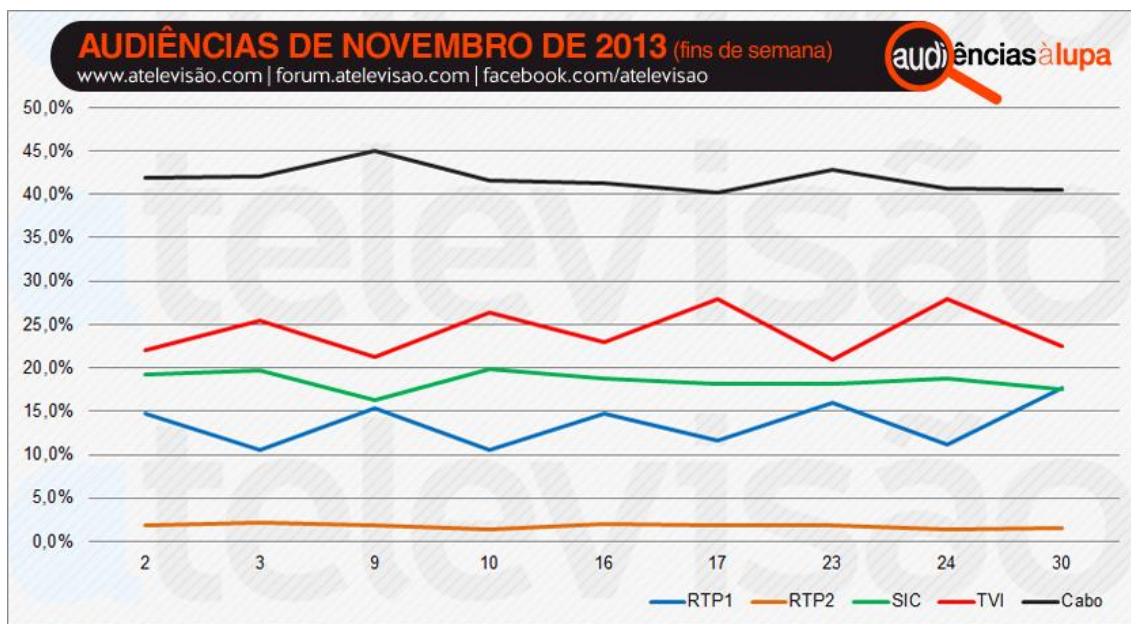


## Anexo 9: Média das audiências em novembro 2013

**NOVEMBRO DE 2013**  
[www.atelevisao.com](http://www.atelevisao.com) | [forum.atelevisao.com](http://forum.atelevisao.com) | [facebook.com/atelevisao](http://facebook.com/atelevisao)

**audiências à lupa**

|              | Média Global | Média fim de semana | Média Semana | Mínimo | Máximo |
|--------------|--------------|---------------------|--------------|--------|--------|
| <b>RTP 1</b> | 15,6%        | 13,6%               | 16,5%        | 10,5%  | 27,5%  |
| <b>RTP 2</b> | 2,0%         | 1,8%                | 2,0%         | 1,4%   | 2,6%   |
| <b>SIC</b>   | 19,4%        | 18,5%               | 19,8%        | 16,3%  | 21,5%  |
| <b>TVI</b>   | 24,8%        | 24,2%               | 25,1%        | 20,7%  | 29,3%  |
| <b>Cabo</b>  | 38,1%        | 41,8%               | 36,6%        | 34,0%  | 45,0%  |





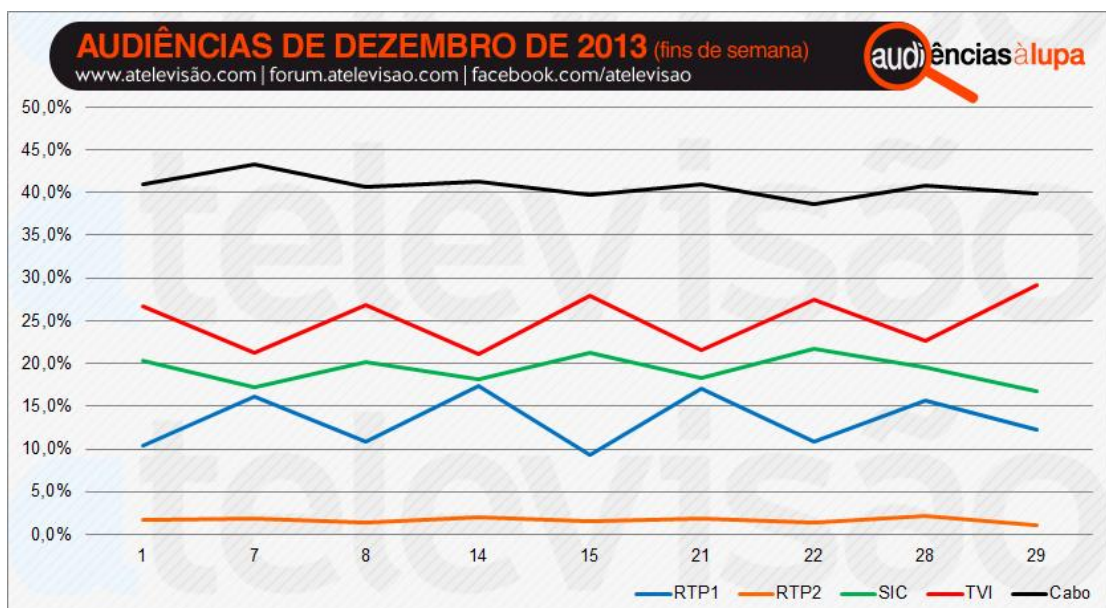
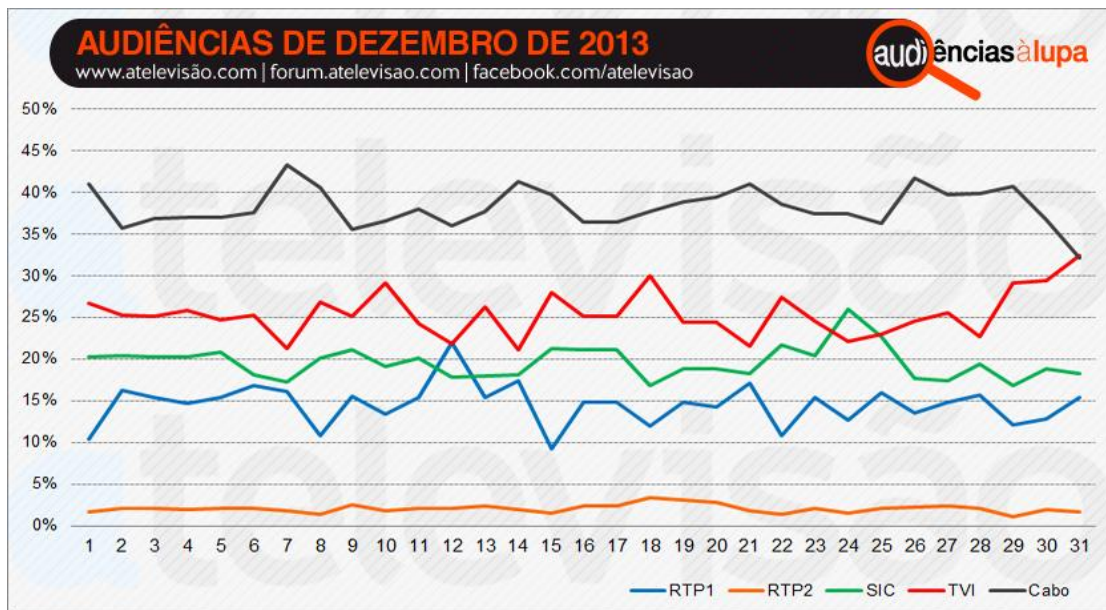


## Anexo 10: Média das audiências em dezembro 2013

**DEZEMBRO DE 2013**  
[www.atelevisao.com](http://www.atelevisao.com) | [forum.atelevisao.com](http://forum.atelevisao.com) | [facebook.com/atelevisao](http://facebook.com/atelevisao)

**audiências à lupa**

|       | Média Global | Média fim de semana | Média Semana | Mínimo | Máximo |
|-------|--------------|---------------------|--------------|--------|--------|
| RTP 1 | 14,6%        | 13,3%               | 15,1%        | 9,3%   | 22,0%  |
| RTP 2 | 2,1%         | 1,7%                | 2,3%         | 1,1%   | 3,4%   |
| SIC   | 19,6%        | 19,3%               | 19,8%        | 16,8%  | 26,0%  |
| TVI   | 25,5%        | 25,0%               | 25,7%        | 21,1%  | 32,5%  |
| Cabo  | 38,2%        | 40,7%               | 37,2%        | 32,1%  | 43,3%  |





## Anexo 11: Audiências dos programas da TVI / TVI 24 entre Setembro e Dezembro de 2013

### Programas TVI24

Setembro a Dezembro 2013

dados CAEM Universo: 9.684.300 indivíduos

| Canal                                | Descrição | Data | Hora Início | Hora Fim    | Universo Live | rat% | rat# | shr%  | alp% | bet%        |
|--------------------------------------|-----------|------|-------------|-------------|---------------|------|------|-------|------|-------------|
| TVI24 / MAIS FUTEBOL [ 17 Ins ]      |           |      |             |             |               |      |      |       |      |             |
| [TOTAL]                              |           |      | 22:31:16    | 23:50:01    |               | 0,9  |      | 83,0  | 2,0  | 327,3 156,0 |
| TVI24 / NOTICIAS 24 - 21 [ 138 Ins ] |           |      |             |             |               |      |      |       |      |             |
| [TOTAL]                              |           |      | 21:04:20    | 0,902048611 |               | 0,5  |      | 47,8  | 1,0  | 192,9 81,3  |
| TVI24 / OLHOS NOS OLHOS [ 15 Ins ]   |           |      |             |             |               |      |      |       |      |             |
| [TOTAL]                              |           |      | 21:35:30    | 22:29:28    |               | 1,1  |      | 104,3 | 2,1  | 360,7 139,8 |
| TVI24 / POLITICA MESMO [ 72 Ins ]    |           |      |             |             |               |      |      |       |      |             |
| [TOTAL]                              |           |      | 21:57:31    | 22:53:43    |               | 0,7  |      | 68,2  | 1,6  | 273,3 117,2 |
| TVI24 / PROLONGAMENTO [ 16 Ins ]     |           |      |             |             |               |      |      |       |      |             |
| [TOTAL]                              |           |      | 22:36:47    | 23:49:48    |               | 0,9  |      | 85,4  | 2,2  | 304,7 148,4 |
| TVI24 / PROVA DOS 9 [ 15 Ins ]       |           |      |             |             |               |      |      |       |      |             |
| [TOTAL]                              |           |      | 23:00:12    | 23:50:14    |               | 0,4  |      | 36,3  | 1,0  | 151,0 76,6  |
| TVI24 / CONTRA GOLPE [ 17 Ins ]      |           |      |             |             |               |      |      |       |      |             |
| [TOTAL]                              |           |      | 21:57:36    | 24:22:38    |               | 0,6  |      | 57,1  | 1,4  | 227,3 127,2 |

### Programas TVI

Setembro a Dezembro 2013

dados CAEM Universo: 9.684.300 indivíduos

| Canal                         | Descrição | Data | Hora Início | Hora Fim | Universo Live | rat% | rat#   | shr% | alp%  | bet%  |
|-------------------------------|-----------|------|-------------|----------|---------------|------|--------|------|-------|-------|
| TVI// JORNAL DAS 8 [ 33 Ins ] |           |      |             |          |               |      |        |      |       |       |
| [TOTAL]                       |           |      | 20:21:19    | 21:16:58 |               | 15,6 | 1510,0 | 31,6 | 242,1 | 119,4 |



## Anexo 12: Guião das entrevistas

- Quais as funções de um comentador que se insere num formato informativo?
- Como surgiu o convite para se tornar comentador residente da TVI?
- Como interpreta esta aposta dos canais de televisão em comentadores fixos para programas âncora de programação?
- Como prepara o programa? Aquilo que é dito em estúdio é de algum modo preparado/pensado com antecedência ou muito do que é dito resulta de uma certa espontaneidade?
- Considera que aquilo que menciona como comentador residente influencia, de alguma forma, a opinião pública?
- Considera haver igualdade no que diz respeito à representatividade e pluralidade dos partidos políticos?
- Quanto ao perfil dos convidados em estúdio, referem algumas investigações que são maioritariamente homens, políticos ou jornalistas, e de Lisboa. Como se interpreta esta tendência?
- Os políticos são constantemente convidados. Como encara isso?
- O facto de saberem que estão a ser ouvidos pelo grande público e que são figuras de destaque na sociedade traz responsabilidades/ preocupações acrescidas? Quais?
- Continuará a haver no futuro espaço para este tipo de formatos com comentadores residentes?
- Considera que alguns possam usar esta função de comentador como forma de testar algumas mensagens políticas mais do que comentar a actualidade? Considera que de alguma forma um código de conduta dos comentadores políticos poderia moderar estas situações?
- Porque é que se repetem os mesmos nomes quando falamos em comentário/opinião nos plateux televisivos?



## **Anexo 13: Entrevista a Constança Cunha e Sá**

### **Quais as funções de um comentador que se insere num formato informativo?**

Eu acho que é informar as pessoas e esclarecer. Essencialmente isso. Acho que o comentário serve, essencialmente, para dar uma outra visão que muitas vezes as notícias não dão. Saber interpretar a realidade, saber interpretar o que se passa, e tentar esclarecer o que está, muitas vezes, por trás das notícias puras e duras.

### **Como surgiu o convite para se tornar comentador residente da TVI?**

Desde que entrei (para a TVI) sempre fiz comentário, mas era esporádico. Nessa altura, não havia cabo quando eu entrei na estação e fazia um comentário esporádico, muitas vezes, no jornal, nessa altura o Jornal Nacional. E, portanto, acumulava com as funções de editora da política. E fiz sempre, antes de vir para a TVI, comentário nos jornais. Comecei com uma coluna de opinião. De à muito tempo para cá que tinha uma coluna de opinião nos jornais, no Independente e no Público. Depois, o José Alberto lançou-me o desafio de ter, aí sim, uma coluna diária, um comentário diário de opinião no Jornal das 21. Foi assim que começou.

### **Enquanto jornalista como é que via esse convite de passar a ser comentadora?**

Eu achei ótimo, achei um desafio ótimo.

### **Como interpreta esta aposta dos canais de televisão em comentadores fixos para programas âncora de programação?**

Eu acho que há uma certa necessidade até pelos tempos que nós temos e pelas dificuldades do presente, eu acho que há uma necessidade das pessoas tentarem perceber um pouco o que é que se passa, quais são as perspetivas. Porque eu acho que nós vivemos uma situação em que a política partidária perdeu muito peso no comentário político, e em que o comentário se transformou em questões mais concretas, mais económicas que dizem mais respeito às pessoas. Não quer dizer que não seja também um comentário que não seja político, não é tão baseado como em tempos era, por exemplo, sobre tricas partidárias, sobre guerras no interior dos partidos. Porque eu penso que há um desinteresse por parte do público em relação a esse tipo de matérias. Mas, há um interesse grande do público em tentar perceber o que é que pode ser a vida das pessoas de hoje, de amanhã. Portanto, tentar perceber que opções é que são feitas, que opções é que estão a ser feitas, quais são as propostas que estão a ser apresentadas tanto pelo lado do governo como pelo lado da oposição.

### **Quando se trata de debate de questões mais particulares ligadas à educação ou à saúde, por exemplo, dificilmente são convidados especialistas. Há uma preferência pelos políticos. Como interpreta esta tendência?**

Eu não faço parte daquele grupo que liga muito ao facto de políticos fazerem comentário. Porque eu acho que, tanto políticos como jornalistas, o que vale é a consistência dos argumentos e a forma como eles são expressos. E, portanto, tendo em conta isso pouco me importa saber se é um político ou um jornalista. O que para mim é



importante é saber se a opinião dele e a forma como argumenta me interessa ou não, mesmo discordando. Interessa-me mais esse ponto do que propriamente o facto de ser político ou não. Embora ache que o comentário político português esta um bocadinho sobrecarregado de opinião de políticos.

### **O comentário de um político consegue ser igualmente bom ao de um especialista?**

Depende. Depende do político, da área, da especificidade. Também pode haver temas muito específicos que técnicos, por assim dizer, não consigam fazer passar a mensagem. Mas eu penso que nessas matérias quando há temas mais específicos de educação, de ciência ou de saúde, pelo menos aqui na TVI24, mas acho que em todas as estações, há um certo equilíbrio entre políticos, jornalistas, especialistas. Aí já não é um espaço de comentário político puro. Mas tenho visto em debates também uma certa procura de pessoas ligadas a essas áreas de médicos, por exemplo, no caso da saúde, de diretores hospitalares, de gente ligada às universidades. Mas acho que uma coisa não exclui a outra, e acho que na maior parte dos canais, nomeadamente no canais de cabo, se procura fazer isso. Portanto, em assuntos mais específicos ir buscar, de facto, pessoas que estão ligadas do ponto de vista teórico ou até do ponto de vista pratico porque faz parte do seu próprio dia-a-dia. Eu isso acho que acontece. Quer dizer, nós temos um comentário político ou temos um debate político sobre temas políticos em que entram ou deputados ou isto ou aquilo, temos comentadores isolados que podem ser ou não políticos. Mas, eu penso que quando há um debate sobre questões mais concretas há uma necessidade de ir procurar pessoas que, seja por funções governativas anteriores seja por razões profissionais, estejam exatamente por dentro dessa matéria. Quem diz saúde diz também economia, há muitos debates com economistas, por exemplo.

### **Porquê a preferência por alguém que teve ou tem funções governativas?**

Eu não sei se há essa preferência, porque eu vejo debates onde aparecem também pessoas que estão ligadas seja às universidades, seja aos hospitais. Nesse ponto, não acho que haja essa preferência. Pode haver preferência sim no comentário isolado, e nós temos muitos comentadores políticos por assim dizer. Depois acho normal que haja programas de comentário político, onde entram políticos. Agora nos debates sobre economia, sobre saúde, ou sobre educação eu acho que não estão assim tao restritos a ex-governantes ou governantes.

### **Considera haver igualdade no que diz respeito à representatividade e pluralidade dos partidos políticos?**

Eu acho que as pessoas quando convidam os políticos para comentar tem muito mais a haver com as características pessoais dessa pessoa do que propriamente com a pertença partidária. É evidente que tem que haver um certo equilíbrio. Na verdade, eu acho que um comentador político não está ali a representar o partido a que pertence, e isso vê-se porque nós temos comentadores políticos que são altamente críticos das áreas a que supostamente pertencem.

### **Como prepara o programa? Aquilo que é dito em estúdio é de algum modo preparado/pensado com antecedência ou muito do que é dito resulta de uma certa espontaneidade?**



É preparado. No geral, procuro escolher um tema, que é uma coisa que eu agora vou fazendo, de preferência ligado à atualidade. Como tenho um comentário diário tenho que me focar mais sobre a atualidade do dia. Depois, tento preparar o assunto, tentar analisá-lo, e preparo também um bocadinho a forma de o comentar.

**Considera que aquilo que menciona como comentadora residente influencia, de alguma forma, a opinião pública?**

Não sei, isso eu não sei.

**Quanto ao perfil dos convidados em estúdio, referem algumas investigações que são maioritariamente homens, políticos ou jornalistas, e de Lisboa. Como interpreta esta tendência?**

Há uma certa razão nisso. Porque se calhar os canais estão mais centrados em Lisboa, se calhar tem haver um pouco com isso, e haver mais dificuldades em convidar pessoas do norte. A maior parte destes programas de informação são feitos em Lisboa portanto a tendência, de certa forma, é convidar pessoas mais próximas. Pode ser um erro. Mas mesmo quando se convida do Porto ou a pessoa tem mais dificuldade em vir, e quanto à utilização do estúdio do Porto há uma certa tendência de se achar que o debate fica mais completo se estiverem todos em estúdio, e não um isolado no Porto. Eu acho que isso pode determinar e influenciar muito a falta que muitas vezes existe de convidados do Porto. Eu por acaso tenho um programa que tenho duas pessoas do Porto.

**O facto de saberem que estão a ser ouvidos pelo grande público e que são figuras de destaque na sociedade traz responsabilidades/ preocupações acrescidas? Quais?**

Traz alguma responsabilidade, como é óbvio. É evidente que se eu tenho acesso a um órgão de informação e tenho acesso a dar opinião é óbvio que isso me dá responsabilidade.

**Continuará a haver no futuro espaço para este tipo de formatos com comentadores residentes?**

Eu penso que sim. Podem é esses convidados e esses debates decorrerem de forma diferente e adaptarem-se também às novas tecnologias. Nós hoje em dia já temos pessoas que estão no estúdio com o *ipad*, acho que já há aí algumas modificações. Mas acho que vai haver sempre lugar para debates em estúdio, podem é decorrer de forma diferente, e haver até uma associação de pessoas que estão em estúdio e em simultâneo nas redes sociais.

**Acha, portanto, que estes programas com comentadores em estúdio servem para complementar as notícias e, de alguma forma, explicar e aprofundar temas que foram apresentados em apenas uma peça no jornal?**

Eu acho que estes programas servem exatamente para esclarecer as pessoas, debater mais aprofundadamente aquilo que, às vezes, numa notícia não se consegue. Porque uma notícia, no fundo, só pode dar um facto e não pode ser muito grande portanto dá-se o destaque. E aquilo que se faz depois é a análise dos factos, e sobre factos de preferência que digam respeito às pessoas. Por exemplo, há uma notícia em que aparece ou o Primeiro-ministro ou o líder da oposição a dizer “isto é um fracasse” ou “isto é um sucesso”, cabe ao comentador tentar



perceber ou tentar explicar como é que podem ser interpretadas aquelas afirmações e, de facto, de que realidade estamos a falar, porque não compete à notícia fazer essa análise. A notícia não é só um acumular de frases como é óbvio, tem uma linha interpretativa também. Mas é evidente que regista, essencialmente, as opiniões e as oposições dos protagonistas sejam eles políticos, económicos, autarcas. E, depois, estes programas pretendem ir um pouco mais longe nessa análise. Agora, por exemplo, fala-se muito da saída da *Troika*. Uma coisa é ouvirmos notícias sobre a saída da *Troika*, outra é fazer-se um debate sobre as possibilidades da saída da *Troika*, e em que situação é que nos encontramos, qual será a saída mais favorável. Enfim, no fundo debatermos várias coisas que não cabem no âmbito da notícia, mas que pode interessar às pessoas. Porque, no fundo, o que eu tento sempre ver também, por exemplo, é quais são as consequências de uma decisão e aí entram as pessoas. Se for um comentário solitário é a minha opinião, se for um debate é a opinião de várias pessoas de preferência até com posições diferentes para que possamos ver os vários lados da mesma questão, e eu penso que isso é importante. Também para ajudar o público a ver que efeitos têm algumas decisões.

**Considera que alguns possam usar esta função de comentador como forma de testar algumas mensagens políticas mais do que comentar a atualidade? Considera que de alguma forma um código de conduta dos comentadores políticos poderia moderar estas situações?**

Pode acontecer, acho que sim. Eu acho que o público deve ser o avaliador dos comentários. Não sei se concordo muito com regras para o comentário político, porque acho um terreno muito escorregadio para essa condição de produção de regras no comentário político. Há políticos e políticos. Há políticos que me interessam ouvir, e outros que não me interessam nada. Portanto acho que depende muito mais da forma como são apresentados os argumentos, da consistência do comentário, do que propriamente do facto de ser político. Embora ache que há uma sobrecarga de políticos a emitir a opinião.

**Porque é que se repetem os mesmos nomes quando falamos em comentário/opinião nos *plateaux* televisivos?**

Eu acho que foi uma aposta da estação, que apostou nestas pessoas. Uma aposta que está a resultar, ainda por cima, portanto não há nenhuma razão para mudar. Aliás, tornam-se até caras da estação. Tanto o Medina Carreira como o Marcelo, para dar dois exemplos de grande sucesso de audiências, é evidente que a estação tem todo o interesse em mantê-los. No caso do Marcelo é mais antigo, mas são caras que estão, de certa forma, ligadas à TVI, que dão audiências à TVI, que tem uma opinião informada e sustentada sobre a atualidade. E, portanto, é natural que não se mexa numa coisa que está a correr bem. O Marcelo é um dos nomes incontornáveis do comentário. É um caso único no comentário político. É um caso único porque é uma pessoa que sabe estar em televisão, para além de uma inteligência muito grande que ele tem, e tem uma facilidade de comunicação quase única. É evidente que onde ele estiver vai falar-se sempre dele. São nomes que atraem audiência.



### **Que características precisa ter um comentador para ser um bom comentador?**

Acho que depende de cada um. Há vários tipos de comentadores. Eu acho que não há um estilo único de comentário. Há comentadores mais agressivos, há comentadores mais moderados. O ponto da comunicação é muito importante, saber comunicar com as pessoas. Mas, tirando isso, não tenho um perfil único de comentador porque acho que há muitas formas e isso tem muito haver com a personalidade das pessoas, pela forma como raciocinam, como se apresentam. E essa diversidade até é boa para que não haja um código de conduta, por assim dizer, em que todos comentam da mesma maneira.

## **Anexo 14: Entrevista a Henrique Medina Carreira**

### **Quais as funções de um comentador que se insere num formato informativo?**

Eu creio que constituo um caso singular. Porque o objetivo destes programas, tal como eu já fazia na SIC e agora na TVI, é, de algum modo, pedagógico. É levar ao conhecimento das pessoas, pessoas indiscriminadas da sociedade, a explicação de determinados fenómenos económicos, financeiros, sociais, políticos para perceberem melhor o que é que se passa, o que é que se pode pensar que se vai passar. Porque as televisões, e eu creio que este caso é um caso singular, pelo menos não conheço nenhum outro comentador que numa semana indique sempre o tema da semana seguinte. Exatamente porque haverá temas que interessam a uns, outros que interessam a outros, outros que não interessam a ninguém, para cada qual organizar a sua vida se quiser. Porque eu acho que o comentário nas televisões, em regra, é um comentário muito irrestrito, é difuso. Praticamente é agarrar o que se vai passando no dia-a-dia, e todas as semanas se vai comentando aquilo que vai sendo o dia-a-dia. Eu acho que este tipo de comentário tem a sua importância, mas não é o comentário que a sociedade necessita mais. Qualquer sociedade tem um grande número de pessoas que, por razões da sua vida, do seu gosto, e da sua preparação, não entendem determinados fenómenos. Como é natural, eu não entendo de medicina nem de outras matérias. E acho que é muito necessário que as pessoas possam entender escolhendo aquilo que acham que lhes é necessário para perceberem os fenómenos que vão ocorrendo na nossa sociedade. E, por isso, escolhi sempre este objetivo pedagógico, tento na medida do possível fazê-lo com objetividade, com desinteresse partidário ou pessoal, para que a sociedade perceba realmente o mundo em que vive, a sociedade em que está, porque é que está, para onde é que possivelmente vai. Portanto, o meu comentário é um comentário de carácter iminentemente pedagógico, que semanalmente é objeto de um tema que é escolhido e anunciado.

### **É uma forma de complementar aquilo que vai sendo dito pelos noticiários?**

Não é. Sabe que uma dificuldade que eu tive sempre, quer na SIC quer aqui, até as pessoas perceberem, é que as televisões, como todos os órgãos de informação, têm uma grande tendência para o hoje e, se possível, para o minuto passado. Isto é uma característica a que eu chamo ardinismo. Você não é do tempo dos ardinias mas há 30 anos não havia televisão, ou havia mas enfim. Praticamente aquilo que as pessoas sabiam antes da existência do rádio e antes da existência da televisão era o que vinha nos jornais. Não havia outro modo de difundir as





notícias. Os ardinas iam a certos sítios onde os jornais mandavam uma camioneta com os jornais e iam a correr para os seus bairros, e atiravam para as varandas, para um quarto andar ou quinto andar, é uma coisa surpreendente essa habilidade, mas a informação era a do jornal e do jornal do dia, os semanários quase não existiam. Ainda hoje é a grande tendência das televisões é o acontecimento e, se possível, o acontecimento do minuto anterior. As minhas escolhas são exatamente o contrário. E isto não foi fácil de entender, numa televisão como noutras, porque as pessoas querem sempre uma opinião, eu digo sempre quando nós às nove e meia começamos um programa na TVI, já o dia leva 21 horas e 30. E 21 horas e 30 depois do início do dia, a gente não vai dizer nada de novo nem nada que interesse, já está tudo farto de ver a mesma coisa. Eu dou sempre o exemplo do Dr. Franklin Alves, foi nomeado, suscitou comentários e críticas, e durante uma semana ou mais era o Dr. Franklin Alves. Depois, aparece o caso do Meco durante uma semana ou quinze dias é o caso do Meco, e por aí adiante. Porque os órgãos de informação vão sempre buscar o mais recente, e aquilo que julgam ter mais impacto na sociedade. O meu objetivo é exatamente o contrário. Eu falo de coisas de há 10,15,20 anos, de há 5 anos, de há uma semana, de há duas semanas, mas o mínimo possível do hoje. Porque isso está esgotado. E essa é uma das fragilidades que eu acho nos comentários, é que os órgãos de comunicação televisivos estão orientados para o hoje, para o ontem, para o mais recente possível. Agora, por exemplo, e é um assunto muito importante é a Ucrânia. Eu quero afastar-me disso, porque isso é ultra tratado. Eu acho que excessivamente tratado. O meu objetivo é como se fosse uma lição. É escolher um tema, olha vou tratar na próxima segunda-feira um problema grave que é o problema do ensino. Vai ser tratado com alguém que sabe, com alguém que tem prática, com alguém que tem opinião. Portanto, o reparo que eu faço é que isto não existe nas televisões em regra. A RTP, que eu saiba, não tem, a TVI que eu saiba não tem, a SIC não dei por isso também. Esta é a minha escolha que foi acolhida na SIC, que foi acolhida na TVI, e a RTP manteve contactos comigo para o mesmo objetivo mas não chegamos a nenhum acordo. Todas as televisões me convidaram para isso, que sabem que é aquilo que eu faço. Esta é, se me é permitido dizer, uma originalidade. E eu acho que esta é a grande falha das televisões. As pessoas são bombardeadas todos os dias durante 24 horas sobre as mesmas coisas. O Meco é toda a gente, o Franklin Alves era toda a televisão. Portanto, esta é uma grande diferença do meu comentário.

#### **Acha que políticos e jornalistas estão preparados para dar opinião sobre assuntos mais específicos?**

Há um número restrito de programas em que sou só eu e a Judite de Sousa, e a maioria é com convidados. Porquê? Eu preferiria, e sei que o público prefere, só a dois. Porque eu não sei tudo, até sei muito pouco como é natural. Por isso, vai lá alguém que saiba de ensino, alguém de saúde. Quer dizer, o convidado é escolhido porque sabe uma matéria concreta. Em vez de levar lá alguém que não domina coisa nenhuma eu escolho pessoas que dominam certos assuntos. Exatamente porque aquilo pretende ser uma lição sobre um certo assunto, em que o mestre é, em regra, o convidado, eu sou o organizador e o provocador, e a Judite deve ser a introdutora. Nem sempre ela faz isso porque às vezes ela também é crítica, mas a função fundamental do elemento permanente da televisão deveria ser o lançador do tema, é para dar a garantia de seriedade, de rigor e de saber.



### **Acha importante ter algumas vozes que saibam efetivamente o que estão a dizer?**

Pode-se discutir as pessoas mas, em regra, são cuidadosamente escolhidas pela sua competência, seriedade porque são pessoas que em geral gozam de respeitabilidade pública, são pessoas sérias, não vão ali puxar para si nem para o seu partido. Quer dizer, procura-se, tal como uma lição de um saber qualquer, que seja rigoroso.

### **Que características acha que tem que ter um comentador para ser um bom comentador?**

Eu não sei que características é que tem que ter. Eu vou-lhe dizer como é que isto começou. Eu ia, como qualquer convidado desses, aos noticiários da SIC. E, a dada altura, alguém me disse “olhe, quando você entra no ar o *share* aumenta, tem capacidade para chegar ao interesse das pessoas” foi o que me explicaram. “Porque é que não quer fazer um programa conosco?” Depois pronto, levamos meses até organizarmos o programa e comecei assim. Porque, diziam eles, era em função do *share*. A minha entrada no ar tinha uma curva ascendente de gente a ver e a ouvir. Eu nunca quis programas de outra natureza, porque para outra coisa há montes de gente. Fazer comentários indiscriminados como eu vejo fazer para mim não me interessa coisa nenhuma.

### **Como surgiu o convite para se tornar comentador residente da TVI?**

Depois da SIC, estive em conversas com a RTP mas não chegamos a acordo. Entretanto, apareceu a TVI, e José Alberto Carvalho e a Judite a convidarem-me. Eles penso que já conheciam o tipo de comentários que eu fazia, não precisaram de esclarecer mais nada.

### **Como interpreta esta aposta dos canais de televisão em comentadores fixos para programas âncora de programação?**

Eu penso que as televisões sentiram necessidade disso por uma razão de base. Eu sou da opinião de que os meios de comunicação de base deveriam ter colaboradores permanentes altamente especializados em certas matérias. Eram colaboradores, naturalmente bem remunerados, que produzissem ideias, interpretações e sugestões sobre cada tema. Acho é que a comunicação social não tem sustentação financeira para isso. Por exemplo, um grande economista que pensava os temas de economia e ia tratar semanalmente, mensalmente, dia sim, dia não, se fosse necessário, que realmente produzisse alta qualidade no tratamento dos assuntos. Mas, acho que não há sustentação financeira em nenhum órgão televisivo. E, os órgãos televisivos respondem a esta necessidade arranjando umas pessoas, mais ou menos conhecidas, aí no meio da rua. Portanto, eles apareceram assim. Acho que é assim. Eu devo dizer-lhe que acho que é pena porque, por exemplo, na RTP antiga, antes do 25 de Abril, você tinha David Mourão Ferreira, um homem altamente cotado em literatura, poesia, e pronto era disso que ele ia lá falar. Nessa época, eles tiveram esta mesma tentação que eu. Eles numa matéria concreta, e eu sobre matérias concretas. David Mourão Ferreira, sozinho era capaz de sustentar aquela matéria. Com as novas televisões, as privadas, e nos últimos anos, surgiu esta tendência para o comentário indiscriminado. Eu acho que o comentário indiscriminado é mais pobre do que o comentário pontual. Se você ouvir, em muitos casos, os comentários são genéricos, não são muito centrados sobre determinadas matérias, mesmo recorrendo a pessoas de fora. E, recorrendo a pessoas de dentro, as televisões têm muito pouca gente especializada. Têm os chamados



editores que, enfim, têm uma preparação razoável mas não são eles próprios altamente especializados. E eu acho que a nossa sociedade precisa de informação, mas mais do que informação precisa de formação. E a minha resposta pretende ser a formação. E eu aí acho que a pobreza é grande. Falta muita formação. Porque a nossa sociedade evoluiria no conhecimento muito mais rapidamente se se escolhessem cinco temas formativos que fossem tratados com muito rigor.

**Como prepara o programa? Aquilo que é dito em estúdio é de algum modo preparado/pensado com antecedência, ou muito do que é dito resulta de uma certa espontaneidade?**

Penso num tema, por exemplo, este do ensino que vai na próxima segunda-feira. Conheci através da comunicação social o professor Mithá Ribeiro e pareceu-me bem, até pelas suas ideias serem contrárias em grande parte às ideias que vigoram sobre o ensino. Tem escritos, revistas. E acho que é um problema que tem que ser tratado com seriedade. Eu proponho tópicos para cada matéria e depois elaboro com o convidado, em regra, um programa sobre aquela matéria. Portanto, é escolhido por mim o tema, o convidado, se há convidado, é escolhido por mim. E a temática que se vai abordar é como se fosse uma lição. Nós combinamos: “proponho que fale dos tópicos a.b.c” e ele diz “olhe o b não tem interesse, mas eu falo do d”. E estabelece-se um conteúdo para o programa, que é acordado entre mim e o convidado. Nos casos em que sou só eu, que entendo que sou capaz de produzir o programa, penso no tema. Não pode ser a Judite a perguntar o que lhe dá na cabeça ou eu, tem que ser uma coisa articulada.

**Considera que aquilo que menciona como comentador residente influencia, de alguma forma, a opinião pública?**

Eu creio que se estivesse em antena aberta eu tenho, segundo me dizem, o *share* muito alto. Eu acho que através deste processo se influencia as pessoas porque eles percebem certas coisas, das quais antes não tinham ideia nenhuma ou tinham alguma e aquilo que se diz completa a ideia que têm. Por outro lado, a noção que eu tenho é que é um programa que pelo seu rigor e pela sua objetividade também as pessoas apreciam. Mostro gráficos, refiro números, percebem que não estou ali a inventar coisa nenhuma. Estou ali a tentar estabelecer bases de raciocínio e bases de formação. Admito que possa influenciar.

**O facto de saberem que estão a ser ouvidos pelo grande público e que são figuras de destaque na sociedade traz responsabilidades/ preocupações acrescidas? Quais?**

Não. Para mim não traz responsabilidade acrescida, porque eu procuro obedecer à máxima responsabilidade. Eu acho que uma pessoa que se permite vir falar para um público indiscriminado tem que ter um alto sentido de responsabilidade. E, por isso, nos meus programas não há grandes conversas sobre politiquices, nem do partido A ou B. Em geral, são programas que abordam as matérias que, num certo caso, pode saber que aquele partido esteve no Governo e aquela pessoa esteve no Ministério mas eu não trato nem das pessoas, nem dos governos, trato das matérias que num certo momento histórico têm interesse. Por conseguinte, procuro, na medida do possível, evitar o subjetivismo, o partidarismo, que é evidente que nenhum está isento às suas próprias ideias de base. Mas, procuro minimizar o máximo possível as minhas posições pessoais.



**Quanto ao perfil dos convidados em estúdio, referem algumas investigações que são maioritariamente homens, políticos ou jornalistas, e de Lisboa. Como se interpreta esta tendência?**

As televisões estão aqui em Lisboa é natural, não dá jeito. Mas, por exemplo, a TVI tem um comentário que é de uma pessoa do Porto, Augusto Santos Silva. Que, pelo seu mérito, certamente acedeu vir aqui uma vez por semana, à terça-feira, com o Paulo Magalhães. Aí está uma pessoa que pela sua mais-valia a TVI acha que vale a pena incomodá-la, e ele acha que vale a pena vir cá com esse incómodo. Mas, a tendência para ser de Lisboa acho que é natural. Pessoas no estúdio do Porto é raro. Penso que são problemas técnicos. Não é que não haja gente com merecimento fora, acho é que se houver pessoas com igual merecimento é natural que seja o que está aqui à porta de Queluz.

**Considera haver igualdade no que diz respeito à representatividade e pluralidade dos partidos políticos?**

Em geral, têm tendência política. Quem os ouve e conhece as matérias percebe que estão a puxar para um certo lado. Não quer dizer que estejam a puxar para um certo lado partidário, mas um certo lado mais de direita, ou mais de centro, ou mais de esquerda porque é natural. Eu não aprecio muito a intervenção dos políticos no ativo, porque os políticos no ativo têm que ter posicionamento, que é aquele que corresponde à tendência do seu próprio partido, dos próprios membros dos partidos. Mas isso eu não aprecio tanto porque acho que ali estão a tomar posições claramente tendenciosas e partidárias, como é natural. Para mim não são tão valiosos como aqueles que têm posições indiscriminadas

**Os políticos são constantemente convidados. Como encara isso?**

Por uma razão, a sociedade não tem suficiente formação para se desligar do geral. E política é politiquice, toda a gente se sente habilitada a falar de política. É aquilo que o maior número de portugueses se sente habilitado a opinar. Toda a gente sente a capacidade de opinar sobre economia, sobre o Governo, sobre a despesa pública. E, portanto, a tendência para levar lá pessoas que falam dessa maneira é grande. É uma necessidade da comunicação tal como ela é. Há mais gente a gostar de ouvir tudo, do que no meu caso que é uma coisa mais restrita. Vem cá fulano falar do que lhe dá na cabeça, as pessoas tendem mais para aí porque a superficialidade é maior.

**Considera que alguns possam usar esta função de comentador como forma de testar algumas mensagens políticas mais do que comentar a atualidade? Considera que de alguma forma um código de conduta dos comentadores políticos poderia moderar estas situações?**

Há tendências. Se se vir certas pessoas, por exemplo a Dra. Manuela Ferreira Leite, ela tem uma visão política sobre os acontecimentos financeiros e económicos do momento, que ela defende ferozmente ali. Há pessoas claramente que querem fazer uma intervenção sobre os acontecimentos do momento presente: opinando, criticando, sugerindo. Há pessoas com muita clareza nesse sentido. Por exemplo, a Dra. Manuela Ferreira Leite é um caso muito claro de uma pessoa que intervém para criticar e influenciar. Por exemplo, o professor Marcelo é uma pessoa que intervém mas não é com o objetivo de dirigir num setor muito concreto uma opinião e uma



crítica. Aparece de tudo. Não é fácil produzir programas dizendo às pessoas que têm que se moderar. As pessoas vão para lá por interesse de participação, e de participação tal como as pessoas vêm. E isso é genérico. Quase todas as pessoas que lá vão opinam com uma tendência marcada. Eu procuro desfazer-me um bocado do meu ponto de vista concreto, procuro objetivar. Mas não é fácil exigir às pessoas que se afastem das suas próprias tendências. No meu caso concreto, como são casos temáticos, anunciados, preparados, eu posso evitar mais esta tendência pessoal. Não quer dizer que, às vezes, não se note a minha própria opinião sobre os assuntos, como é evidente, mas não é tendenciosa do Governo tal ou contra o Governo tal. Procuro, na medida em que isso é possível, evitar particularismos e personalismos.

### **Continuará a haver no futuro espaço para este tipo de formatos com comentadores residentes?**

Eu acho que sim. Porque, que tipo de programas é que as pessoas têm para apresentar? Elas já esgotam as telenovelas e a Casa dos Segredos. Realmente para se falar eu acho que tem que se ir muito por este caminho, porque é um caminho que também o público aprecia e isso corresponde a uma resposta. Eu não aprecio alguns tipos de programas de opinião com a participação de convidados nas televisões por uma razão: porque as pessoas atropelam-se, e os moderadores não têm capacidade para disciplinar. Você quando lá tem pessoas de partidos ao fim de cinco ou 10 minutos cada um fala na sua vez, às vezes até começam todos a falar ao mesmo tempo. E as televisões não têm tido qualidade e capacidade para disciplinar e dizer “a gente não quer que você interrompa os outros” e, portanto, as pessoas a partir de uma certa altura não percebem o que se está a dizer porque estão todos a falar ao mesmo tempo. E isso é exatamente por causa da tendência que cada um não consegue reprimir, de tal maneira que atropela o outro. E isso rouba muita qualidade a esses programas. A maior parte dos moderadores não se apercebe do inconveniente disto e não tem autoridade para pôr cada um a falar a seu tempo. Quando falam dois o programa acabou. Só há programa no ar para efeito de ocupação de espaço de tempo. É frequentíssimo. Estes programas quando levam pessoas com intervenção oficial, pública e política são programas, muitas vezes, desastrosos.

### **Porque é que se repetem os mesmos nomes quando falamos em comentário/opinião nos *plateaux* televisivos?**

O professor Marcelo é, desde há décadas, um comentador natural. Aquilo está-lhe na massa do sangue. Ele gosta e ele é um bom comentador porque é uma pessoa preparada, uma pessoa inteligente, que raciocina com muita rapidez. Ele tem uma forma que é sugestiva e atraente. Por outro lado, tem outra vantagem é que ele dentro de cada programa tem ‘temazinhos’, que ele expõe com muita rapidez. Que é uma coisa que em televisão as pessoas não se apercebem, e que eu aviso sempre os meus convidados, que é, na televisão, o fator tempo é decisivo. A segunda coisa, é importante que as palavras sejam claras, simples, perceptíveis para qualquer telespectador. Em terceiro lugar, que não se fale cinco minutos, quanto mais curtas são as intervenções mais úteis são. Aqueles que vão para lá discursar não têm a percepção que estão a incomodar as pessoas. No meu caso concreto, os melhores programas são com os convidados que percebem isto: palavras simples e exposições curtas. A exposição longa é uma coisa que mata as televisões. O professor Marcelo tem essa vantagem, em cada tema ele está ali dois ou três minutos e passa adiante. Pela inteligência, pela variedade, pela leveza e, claro, pela longuíssima prática que ele tem de fazer comentários na rádio, nos jornais, em toda a parte. Ele é realmente uma



estrela do comentário. Ele é um comentador à parte. Eu acho mesmo que ele não sabe viver sem isso. Quando se diz “ah ele vai candidatar-se a Belém”, ele em Belém será um infeliz porque ele gosta é daquilo, gosta de intervir, de opinar e de influenciar. Mas o Marcelo Rebelo de Sousa é um caso especial da comunicação. Os outros, cada um tem as suas particularidades, o seu interesse, a sua importância. Mas, aquilo que caracteriza, aquilo que eu pretendo nos comentários é que as pessoas percebam as coisas. E esta é a grande pobreza da nossa sociedade. Nós viemos de um longo período de dominação política, do Estado Novo, em que as pessoas tinham uma informação tendenciosa e limitada. E a forma como a comunicação social se desenvolveu depois do 25 de abril acho que despoletou muito este problema, que é a necessidade de formação de opinião pública. Eu acho que com a maioria dos programas não se faz. Há programas em que as pessoas estão pouco interessadas, ou porque as pessoas não são sugestivas, ou porque de certa forma não atraem, ou pelas ideias que também não conquistam. O comentário é muito indiscriminado. Tendencialmente é para a notícia da meia hora anterior, e há uma falta grande nas televisões do tratamento temático das matérias. Acho que é uma falha de quase todas as televisões, a de não terem programas que sejam para formar e não só para informar. Este em que participo é, talvez, o único que corresponde aquilo que eu acho que é uma necessidade da população portuguesa. Acho que é uma necessidade de todas as televisões. É de falarem de coisas que elucidem as pessoas, porque nenhum de nós sabe de tudo. Todos nós sabemos pouco mesmo seja do que for. E isto para um público indiscriminado é uma verdade acrescida, e as pessoas sentem esta necessidade. As mulheres são mais objetivas, mais sérias, e mais honestas, em regra, quando opinam. O reparo que me têm feito é “tenho aprendido consigo”. E isto a mim agrada-me, não é por este elogio fácil é porque este é o objetivo de as pessoas aprenderem certas coisas que naturalmente não sabem. Uma pessoa que ensina português não está em condições de saber porque é que tem que se cortar nas pensões ou nos salários. É natural que ninguém saiba. E isso preenche o objetivo que eu prossigo, que é exatamente as pessoas saberem matérias e, se ela lhes interessa, perceber o que se vai passar. Aqueles que pretendem conversa indiscriminada sabem que têm 80 ou 90% dos programas. Aqueles que querem temas concretos, tratados com sossego, tenderão a olhar mais para estes programas temáticos. A televisão do Estado Novo era uma televisão mais rica. Quem queria ouvir falar de literatura tinha um David Mourão Franco, e aquilo não enganava porque ele era um mestre, ele próprio era um poeta. Você hoje se quiser ouvir falar de literatura eu não vejo nenhum buraco em que entre na televisão. Em muitos aspetos, acho que hoje as televisões são mais limitadas do que as televisões do Estado Novo. O inconveniente do Estado Novo é que sobre muitas matérias eram pura e simplesmente escoltas por razões de politiquices, como é evidente, mas aquelas que eram consentidas tinham este espaço. Falar de teatro, da língua portuguesa, da literatura portuguesa, e isto acho que morreu. E acho que as televisões ganhariam muito em repegar nesse estilo, porque há aí gente que são autênticos mestres. Agora, se for assim o *share* não é tão alto. Eu acho que há muita gente que podia fazer comentário, não quer dizer que fosse todas as semanas, mas que respondesse a pontos concretos de matérias concretas. Acho que é a grande pobreza das televisões portuguesas.

#### **Acha que as televisões não apostam nisso por causa das audiências?**

Acho que as televisões não entendem o problema. As televisões usam de um direito que resulta da posse de um serviço público, e este serviço público não é entendido como devia ser. No tempo do Estado Novo, quanto a temas concretos que não eram políticos, a televisão correspondia muito mais a esta necessidade de ensinar às pessoas certas matérias. Eu acho que isso se perdeu e é uma grande pobreza da televisão. Eu gostaria muito de



ver as televisões perceberem isso. Porque quando andam ali todas a falar do Meco ao mesmo tempo, não serve, não se distinguem. A única coisa que distingue a grande informação das televisões é a ordem e o tempo da apresentação. E o comentário político indiscriminado é tudo a mesma conversa. O nível de instrução é relativamente baixo, esta é uma reposta que o Estado devia impor, desde logo, à sua RTP e, por influência, às outras. Porque a concessão de serviço público não tem uma dimensão formativa que a sociedade portuguesa carece. Informam muito mas acho que não formam a sociedade portuguesa. As pessoas não perceberem as coisas, porque é que são, porque é que deveriam ser deste ou daquele modo, e aí há uma grande lacuna. Isso das audiências eu acho que tem muito que ver com os intervenientes. Você pode pôr o tratamento de uma matéria importante com pouco público porque a pessoa que intervém não atrai, e pode ter muito mais gente sobre uma matéria (menos importante) porque a pessoa atrai. A escolha da matéria e da capacidade de comunicação do interveniente é muito importante.

### **Porque é que acha que há pessoas que atraem?**

Se me perguntar porque é que o *share* sobe nos meus programas, eu acho que é por causa de uma certa noção de seriedade e de autenticidade. Eu posso não conseguir, em absoluto, uma total objetividade mas, em regra, eu acho que é isso que atrai. Sabem a matéria, e sabem que ela vai ser tratada quer pelos convidados quer por quem organiza o programa com seriedade e com autenticidade. Na sociedade portuguesa, e na política em particular, a ideia a que se chegou é que é tudo pouco sério, e é tudo uma mentira pegada. E acho que as pessoas que intervêm publicamente deviam tentar mostrar que não é sempre assim. Porque a política só se faz se se assentar numa ideia de seriedade objetividade para as pessoas escolherem. Não e através do engano que você conquista uma população. Seriedade e autenticidade não só é uma matéria como é um estilo. E acho que isto precisava de ser mais cultivado pelas televisões. As televisões ganhariam mais, mas a sociedade ganharia infinitamente mais. Não estou certo que isto seja percebido pelas televisões. Muitas vezes as televisões vão na ideia de quantidade de gente, mas a quantidade de gente não corresponde a quantidade formativa. E acho que o Estado tem um papel mau. Desde logo, o Estado dirige uma televisão que não obedece a isso. O Estado não tem esta ideia que esta concessão de Serviço Público tem exigências e impõe deveres. Não sei se o Estado, se a ERC devia chamar a atenção para os programas com imparcialidade, vendo o que é que é mais formativo, mais informativo, mais sério, e menos sério. Mas acho que este silêncio que rodeia a ação televisiva é muito mau, porque nós precisávamos de uma intervenção televisiva formadora. A sociedade portuguesa está a entrar numa crise, e quanto mais formada estiver a sociedade portuguesa em melhores condições está para perceber e ultrapassar a crise. Quanto maior for a crise numa sociedade mais necessidade formativa há.

## **Anexo 15: Entrevista a Manuel Serrão**

### **Que qualidades reconhece a estes comentadores?**

A primeira qualidade que reconheço é a facilidade de expressão. A inteligência é muito importante. Serem capazes de expressar as suas ideias de uma forma clara e sucinta é muito importante, porque o tempo em



televisão é uma coisa muito escassa, como sabe. Por outro lado, serem capazes de exercer a verdadeira liberdade de expressão. É muito importante para um comentador ser capaz de dar a sua opinião sem estar a reboque das ideias dos outros, ser capaz de ter ideias originais, mas ser capaz de não ter medo de dizer o que pensa. E, estes exemplos são pessoas que são conhecidas por dizerem o que pensam. Não estão lá para dar recados. Estão lá para darem as suas próprias opiniões, e para serem capazes de as defenderem mesmo que isso seja contra a maioria da opinião das pessoas. Um comentador não tem que refletir a opinião da maioria, pelo contrário, como formador de opinião até convém que tenha uma ideia diferente para poder tentar, com isso, influenciar pelo menos a escolha dos espectadores.

#### **Dentro dessas características porquê estes quatro?**

Eu acho que são pessoas que já se destacaram, têm provas dadas. Se me fizesse essa pergunta em relação à primeira vez que fizeram comentário se calhar tinha que pensar porquê. Neste momento, eu acho que são pessoas já conhecidas pelos programas que fazem atualmente. Foram escolhidos porque também já são pessoas conhecidas do público e conhecidas por terem este perfil. E, portanto, não foi nenhum tiro no escuro. Foi um convite alicerçado em prestações anteriores que eles fizeram e que, portanto, se revelaram aos olhos de quem tem que decidir as escolhas para os programas e para os públicos que se querem atingir.

#### **Porque é que se apostam nos mesmos nomes?**

Eu acho que não se aposta nos mesmos, há é pessoas que criam um certo espaço. É verdade que já estiveram em vários canais, mas também é verdade que quem os escolheu já esteve em vários canais. Há aqui uma constância, em alguns casos, até alguma coerência, de alguém que tem o poder de decisão, que gosta do perfil de determinado comentador e quando muda de estação também tenta levar para essa nova estação os comentadores que já escolheu da primeira vez. Não são só os comentadores que mudam de canais, os diretores também mudam. O José Alberto Carvalho já esteve nas três. O Nuno Santos já esteve nas três. Quem tem hoje em dia o poder de decisão na escolha dos comentadores também já mudou. É natural que, mantendo a coerência das escolhas, essas escolhas também mudem de canal com eles.

#### **Considera que estes comentadores são escolhidos pela capacidade que têm para informar ou porque estão associados a audiências?**

Eu acho que uma coisa não é independente da outra. É evidente que quem toma estas decisões tem que pensar nas audiências, porque as empresas de televisão vivem das audiências. Mas, por outro lado, tenho a certeza que há outros nomes que garantiam mais audiências mas que eles acham que não têm o perfil e, por isso, não escolhem. E também depende muito da orientação que se quer dar a um determinado canal. É evidente que, por exemplo, no caso do Marcelo tem havido a preocupação porque ele é da área da direita de também conseguir um comentador com notoriedade da área da esquerda, por exemplo, o António Vitorino. Também há preocupações de equilíbrio, nomeadamente, na política. No desporto também é igual, também há Benfica, Porto, Sporting. Há uma preocupação de equilíbrio que, às vezes, leva a escolher determinado comentador porque ele vem de uma determinada área, que é uma área que está em falta nessa estação. E, portanto, por vezes a escolha não é só





porque ele é o melhor ou fala bem opinião mas, também, porque pertence a uma determinada área, que é importante também cobrir nessa estação.

**Estes quatro comentadores conseguem juntar tudo: audiência, qualidade no comentário e representatividade?**

Penso que sim!

**Quais são as funções de um comentador?**

Eu acho que um comentador não está à frente do programa, não decide o programa. Eu acho que a função dele é formar opinião, é saber que, por ser uma pessoa que está a utilizar um meio de divulgação poderoso, tudo aquilo que ele disser vai ser ouvido por mil, duzentas mil, um milhão de pessoas e tem que se preocupar com a passagem de uma certa opinião. O comentador, na minha opinião, não tem uma função pedagógica, tem uma função de formador de opinião, de *opinion maker* e, portanto, tem que ter a responsabilidade de perceber que aquilo que diz não pode ser dito nunca de ânimo leve, porque pode estar a contribuir, ou estará a contribuir, para formar opinião positiva ou negativa de não sei quantas mil pessoas. Portanto, deve ter responsabilidade naquilo que diz. Mas esta responsabilidade tem que ser igual à liberdade que ele tem que ter para dizer tudo aquilo que ele quiser. E, depois, como está a dar a cara, não é como os jornalistas que assinam artigos dos jornais. Uma coisa é quando são artigos ou editoriais da direção e que ninguém dá a cara e, digamos que, é uma opinião que vincula todo o órgão de comunicação social. Neste caso, um comentador é como um jornalista que assina um artigo, está a dar a cara, no fundo, está a responder por si, e também só tem que responder por aquilo que diz.

**O comentador ao dar a sua opinião está a influenciar o telespectador?**

Tenho a certeza que está. Quando eu digo influenciar não quer dizer que o telespectador passe a defender aquela opinião, mas é confrontado com aquela opinião que, depois, ele tratará como quiser. Ou concorda e segue, ou não concorda e arrebate. Mas que está a ser influenciado ao ouvir, está. Se está a ver está a ser influenciado. Ao ser influenciado pode segui-la ou não segui-la, ou ser mais uma informação que ele necessita e que vai juntar a outras, que tem de outros lados, para formar a sua própria opinião. Mas que aquilo tem influência nele, tem. Pode não ser uma influência suficiente para o fazer mudar de opinião, ou para o fazer ter aquela opinião, ou aderir àquela opinião, mas que o vai influenciar vai.

**O facto de serem figuras públicas a comentar trás alguma preocupação acrescida?**

Eu acho que reforça, porque uma coisa é nós ouvirmos na televisão tudo o que nós ouvimos, e nos influencia. Mas, se eu estou a ouvir, no rescaldo de um fogo, um bombeiro ou um popular desconhecido a falar, eu tenho uma informação mas dou-lhe um determinado valor. Se estou a ouvir uma pessoa que estou habituado ouvir, que gosto, que conheço, que conheço o perfil, que sei o que faz, olho para essa opinião, posso não a seguir na mesma, mas olho para essa opinião com outra credibilidade, digamos com outros olhos, dou-lhe outro valor.



Mas posso seguir ou não seguir. Por exemplo, lá esta aquele ‘gajo’ do Benfica a dizer aquelas coisas, mas, lá está, se fosse um adepto qualquer se calhar eu leria aquelas declarações de outra forma.

### **Porque a preferência dos políticos aos especialistas?**

Eu costumo dizer que antes o curso de Direito dava para qualquer política, e agora um político é um especialista em generalidades. E é um bocadinho isso. O político diz que tudo é política. Na verdade, um político profissional deve estar apto a falar sobre tudo, não quer dizer que perceba de tudo ou que seja especialista em tudo, mas deve estar apto a dar uma opinião política sobre tudo. Claro que, às vezes, o que se pretende é que, porque o público também não é especialista no assunto, o que se pretende é a opinião de alguém que tem uma visão mais distanciada do assunto. É evidente que, se é um programa que vai tratar de um determinado tema específico, normalmente, também se convidam técnicos da área. Agora quando se está a pedir a opinião a um político está se já a pedir uma opinião em relação a algumas coisas que seja a opinião parecida com quem está em casa, que não é nenhum especialista. Um político levanta questões à volta do tema, mas com um espetro mais amplo. Por exemplo, no caso das energias renováveis, quanto é que custa, se é rentável se não, se é uma boa política ou não. Não vai propriamente falar de questões mais específicas. Como político tem que ter uma opinião da importância que tem para o país, o custo que tem para os portugueses, etc.

### **No caso do programa onde participa, ‘Prolongamento’, envolve comentários de um político/ advogado, de um empresário e um médico que não são áreas diretamente relacionadas com o futebol. Como analisa esta situação?**

Eu acho que o Eduardo Barroso não está lá porque é médico, nem o Fernando Seara está lá porque é advogado, nem eu estou lá por ser empresário. Nós fomos escolhidos por sermos adeptos conhecidos dos clubes. Eu do Porto, o Seara do Benfica, e o Barroso do Sporting. E todos nós já tínhamos dado provas nesta área de comentar futebol vestindo a camisola do clube noutras estações. Nenhum de nós está no ‘Prolongamento’ pela primeira vez. Eu já tinha estado na SIC e no Porto Canal, o Seara já tinha estado na SIC Notícias, e o Barroso já tinha estado na SIC. Portanto, todos nós já tínhamos feito isto antes. Quem nos escolheu já conhecia as nossas prestações anteriores, e achou que juntos eramos capazes de fazer um bom programa. Não tem a ver com as profissões. Quando se faz programas de comentário desportivo tem-se duas opções, e aliás no caso da TVI existem essas duas opções em dias diferentes, que é : ter os chamados *experts* dos assuntos que são os treinadores, os jogadores, ou seja, alguém que já fez do futebol a sua profissão, mesmo os ex-árbitros que têm conhecimento direto e profissional sobre os assuntos em questão, essa é uma opção, e há painéis assim e a TVI também tem; e depois há outros painéis que são os painéis que eles não querem lá os especialistas da profissão, querem lá os adeptos e o olhar dos adeptos. Nós representamos o olhar dos adeptos. Nenhum de nós jogou futebol em termos profissionais, ninguém fez do futebol a sua profissão, portanto, é um espectador igual aos outros. Ali um bocadinho diferente, porque somos mais conhecidos que os outros, e temos ali outras responsabilidades mas, no fundo, está ali a nossa opinião de adeptos. Eu não vou para lá discutir táticas, eu tenho apenas a opinião de treinador de bancada, não tirei nenhum curso de treinador, não fui futebolista profissional, nunca fiz do futebol a minha profissão e, portanto, eu e os meus colegas temos um olhar distanciado. E este programa é um programa de adeptos, não é técnico especializado em futebol.



### **Como surgiu o convite?**

No meu caso, foi até por uma triste coincidência porque eu fui substituir o Dr. Pôncio Monteiro quando ele faleceu. Eu conhecia as pessoas, na altura o diretor da TVI era o Júlio Magalhães, que é meu amigo pessoal, o Sousa Martins também já conheço há muitos anos. Quando aconteceu eu estava á espera, porque não há assim muita gente nesta área do Porto habituada a comentar. Havia mais um ou dois, portanto, eles tinham apostado nesta coisa igual aos outros, de trazer uma pessoa conhecida por ser adepto do Porto, não é uma pessoa anónima. Do porto, adeptos conhecidos que fossem capazes de fazer isto não havia muitas dúvidas, não havia muita escolha digamos, na altura.

### **Acha que tem alguma característica que pesasse por si, uma vez que havia outras possíveis escolhas?**

Eu gostaria que fosse, porque acho que os outros também são, um bocado porque sou uma pessoa que faz o comentário de forma levita, que tenta juntar algum humor, sou ferrenho sem ser fanático, acho que isso pode ter pesado. O Pôncio mais velho, com mais ligação ao mundo do futebol, mais *inside information*, mas também tinha um perfil de levar assim as coisas um bocado a brincar, não ir para ali fazer o drama da vida dele. Eu acho que também tenho um bocadinho essa característica.

### **Quanto ao perfil dos convidados em estúdio, referem algumas investigações que são maioritariamente homens, políticos ou jornalistas, e de Lisboa. Como interpreta esta tendência?**

Essa tendência é verdadeira. Há pessoas que não me conhecem e me vêm no Porto e as pessoas dizem-me assim ‘então está por cá, hoje?’ Eu estou por cá não, eu vivo aqui há 40 e tal anos. As pessoas acham que uma pessoa que aparece na televisão é de Lisboa, mesmo que defenda o Porto é de Lisboa. O Miguel Sousa Tavares, o Francisco Xavier são do Porto, mas para as pessoas são de Lisboa. Existe no subconsciente das pessoas que uma pessoa que aparece na televisão é de Lisboa. Se falamos de pessoas durante as peças não, mas estas pessoas que aparecem com alguma periodicidade na televisão, os comentadores, no subconsciente das pessoas daqui são pessoas de Lisboa. As pessoas acham que eu vivo em Lisboa. Eu vivi lá a estudar durante seis anos, de resto vivi sempre no Porto. Mas as pessoas acham que eu, porque apareço lá, e, claro, apareço em Lisboa a falar, acham que eu sou de Lisboa. Acho que tem a ver com esta ideia centralista de que em Lisboa é que é, o resto é paisagem. Obviamente com a proximidade das pessoas que convidam é natural que conhecem melhor as pessoas de Lisboa. E ainda há também a questão financeira. Já me têm convidado para vários programas da manhã e da tarde e eu digo ‘vou aí, mas vou de propósito, no mínimo, pagam-me a viagem’. Eu digo isto, outros dirão também e, portanto, até em termos de orçamento é diferente convidar. Porque é que a Praça da Alegria quando era no Porto tinha muito mais convidados do norte do que quando foi para Lisboa? Como é evidente há a deslocação. O país não é muito grande, mas para estas coisas é gigante. Ter que ir falar a um programa a 300 ou 400km de distância é, de facto, um *hobbie*. Faz a diferença.

### **Como interpreta a ausência das mulheres no comentário televisivo?**



No comentário em geral por acaso acho que não. De repente lembro-me de várias mulheres. Tem a ver, também, com o comentário político e os políticos. Há muito mais escolha no universo masculino do que no feminino. Também há menos mulheres na política, portanto, há menos mulheres no comentário político, mas também há menos mulheres na política. Digamos que há, mais ou menos, uma proporção que se respeita.

### **Como é que interpreta esta aposta dos canais em comentadores residentes em programas âncora de programação?**

Quero acreditar que seja porque as audiências lhes dão razão, porque hoje em dia a guerra pelas audiências é tao feroz que eu tenho a certeza que se estas apostas não tivessem sucesso nas audiências já tinham desistido delas.

### **Como prepara o programa?**

Depende. Há assuntos que eu sei que vão ser tratados, e que são assuntos cruciais da semana: uma contratação, um jogo, um resultado, uma entrevista do Presidente ou de um jogador. Eu penso sobre o programa, embora não leve nada escrito. Nunca levei para este. Para a 'Má Língua' e os 'Donos da Bola', como era mais tempo eu levava, mas para este não tenho levado. A minha preparação, durante a semana toda, é estar atento mais à rádio e aos jornais, vejo menos televisão, às declarações que se fazem, aos resultados, aos jogos, às imagens. Procuo ver os jogos dos três clubes sempre. Há uma preparação que faço naturalmente durante a semana. Tirando um caso ou outro que levo umas notas com declarações que, às vezes, é preciso citar, isso sim, para não citar de memória. Mas, normalmente, não levo nada preparado, nem escrito. Vou vendo o que dizem e vou desvalorizando. Às vezes, nós chegamos à terça e há uma grande declaração, mas na quarta já houve outra que desvalorizou a de terça. Como o programa é só segunda, claro que aquilo que se passa no fim de semana e na própria segunda-feira tem sempre, para um programa em direto, muito mais interesse. Não adianta preparar com muita antecedência coisas que depois perdem a atualidade, quando chega a segunda-feira.

### **Considera que há espaço para clubes menos conhecidos?**

Eu participei num programa no Porto Canal onde havia um representante do Braga e outro do Guimarães, e achei que isso era muito importante. Acho que um canal regional, como o Porto Canal, devia ter essa preocupação. Um canal nacional é um bocado como nos debates políticos que acabaram com os pequenos partidos. É que o debate, de facto, depois se se alarga a muita gente ninguém diz nada. E eu compreendo que as televisões, com o problema das audiências, percebem que há aí três clubes que dominam o panorama nacional. Como sabe, adeptos do Braga ou de outros clubes, normalmente, têm num desses três clubes o seu segundo clube e, portanto, também se sentem dessa forma representados. Idealmente, e nomeadamente com esses clubes que disse que andam muitas vezes ali à volta do 4.º lugar, se pudessem em vez de três terem quatro. Mas é complicado porque, lá está, se o Braga fosse consecutivamente quarto, ou o Guimarães fosse consecutivamente o quarto, se calhar já se tinha alargado o problema. É que tanto andam ali no quarto, como quase descem de divisão. Eu compreendo a opção pelos três clubes, porque normalmente são os melhores e, primeiro, são os que tem mais seguidores.



**Acha que continuará a haver no futuro espaço para este tipo de programas?**

Acho que sim. Só deixará de haver este espaço quando as pessoas deixarem de comentar futebol nos cafés, nas tertúlias, no dia-a-dia. Se o futebol, por alguma razão, deixar de ser um desporto popular, no sentido que não suscite o interesse das pessoas, os programas certamente deixarão de existir. Na TVI e na TVI24, o que me dizem é que as noites com mais audiência são as noites em que há programas de futebol, o nosso, o 'Maisfutebol'. Quando são programas de política dizem que a audiência desce vertiginosamente. Portanto, enquanto as audiências forem rainhas, e acho que vão ser por muito tempo, não me parece que os programas de comentário de desporto vão desaparecer. Podem mudar os comentadores.

**Considera que há comentadores que usam esses lugares para testar mensagens políticas?**

É provável. No futebol ninguém está com esse alcance, digo eu. Agora na política admito que se testem nomes de pessoas, candidatos, políticas. Faz parte da política, às vezes, se calhar, mandar uns balões de ensaio para ver como é que as pessoas reagem.

**Considera que um código de conduta aplicado aos comentadores poderá moderar essa situação?**

Eu acho que o código de conduta tem a ver com o comentador, até porque é uma figura pública que nas suas opiniões, na sua vida pessoal, fora do canal, eu acho que tem que manter a coerência com o que diz, isso é fundamental. As pessoas não vão ligar a nada do que o comentador diz porque pensam 'hoje diz isto e amanhã faz o contrário'.

## **Anexo 16: Entrevista a Marcelo Rebelo de Sousa**

**Quais as funções de um comentador que se insere num formato informativo?**

As mesmas que deve ter um bom jornalista político. E o melhor comentador político é aquele que mais experiência tem de jornalismo político, não de actividade política.

**Como surgiu o convite para se tornar comentador residente da TVI?**

Foi em 2000. Depois de convite da RTP e de convite da SIC, optei pela TVI, por causa de relações pessoais e familiares existentes com o então Presidente e maior accionista da TVI na altura.

**Como interpreta esta aposta dos canais de televisão em comentadores fixos para programas âncora de programação?**

-É antiga. Começou após o 25 de Abril, recorrendo a gente da imprensa escrita como, por exemplo, José Carlos de Vasconcelos, Cáceres Monteiro, Silva Pinto, Nuno Rocha ou eu ou a jornalistas políticos da casa. A



periodicidade e a regularidade estabilizaram comigo na TVI, e, depois, com o Miguel Sousa Tavares, na TVI, na sequência de ensaio meu no Exame da TSF e da posterior Quadratura do Círculo, também na TSF. A seguir houve várias tentativas, na RTP e na SIC, com José Sócrates e Pedro Santana Lopes, por exemplo. Como já tinha havido, em debate, logo no começo da SIC, António Barreto, José Pacheco Pereira e Miguel Sousa Tavares. Até que, primeiro nos canais do cabo e, mais tarde, nos generalistas, se ampliou o leque, a sós ou em debate. Aparentemente, o modelo ensaiado comigo e perfilhado também com António Vitorino, na RTP a sós e com inserção ou contiguidade com espaço informativo foi o mais adoptado, acreditando os canais televisivos que isso teria sucesso editorial inevitável, multiplicado por vários protagonistas de diversas áreas ou sensibilidades políticas.

**Como prepara o programa? Aquilo que é dito em estúdio é de algum modo preparado/pensado com antecedência ou muito do que é dito resulta de uma certa espontaneidade?**

-É exactamente igual ao que eu já fazia no comentário político no Expresso, desde 1973. Com constante preparação ao longo da semana e óbvio improvisado de última hora. Improvisado aumentado por haver interlocutor que escolhe as perguntas e as faz em cima da hora e por o tempo televisivo ser bem mais premente e instantâneo.

**Considera que aquilo que menciona como comentador residente influencia, de alguma forma, a opinião pública?**

-Influencia mais do que os destinatários pensam e menos do que os comentadores pensam. Muito menos. Embora dependa da audiência e do peso do comentário. Uma audiência de 2 milhões é diversa da de 100 mil espectadores. E o peso do comentário depende do comentador e do próprio comentário.

**Considera haver igualdade no que diz respeito à representatividade e pluralidade dos partidos políticos?**

Na RTP, com estatuto de especial rigor de pluralismo, por ser pública, muitas vezes defendi ser desejável muito mais pluralismo. E defendi quando lá comentava-entre 2005 e 2010. Em televisões privadas, é também desejável o pluralismo, ainda que se admita que a exigência correspondente seja inferior à dos canais públicos. Mas, na TVI, defendi sempre esse pluralismo. Admito que o problema seja encontrar cobertura plural com a mesma audiência. Mas os canais devem tentar.

**Quanto ao perfil dos convidados em estúdio, referem algumas investigações que são maioritariamente homens, políticos ou jornalistas, e de Lisboa. Como se interpreta esta tendência?**

É um sinal que tenho atacado sempre e que revela o centralismo e o domínio masculino, fruto de outro tempo, e condenáveis em termos teóricos e práticos. Esta tendência tal como o excesso de comentadores e o cansaço de modelos do passado obrigarão, dentro de poucos anos-dois a três a profundas alterações no panorama existente.

**Os políticos são constantemente convidados. Como encara isso?**



É mais fácil e, provavelmente, mais barato. Até porque políticos no activo podem pensar que ganham com essa visibilidade.

**O facto de saberem que estão a ser ouvidos pelo grande público e que são figuras de destaque na sociedade traz responsabilidades/ preocupações acrescidas? Quais?**

No que me toca, é uma situação que vem do tempo em que fazia comentário na imprensa, antes mesmo da rádio e da televisão, muitas vezes em períodos muito sensíveis, como uma revolução.

**Continuará a haver no futuro espaço para este tipo de formatos com comentadores residentes?**

Porventura. Mas com mudanças sensíveis em modelo já com catorze anos, só para referir a experiência televisiva no formato de que acabei por ser precursor.

**Considera que alguns possam usar esta função de comentador como forma de testar algumas mensagens políticas mais do que comentar a atualidade? Considera que de alguma forma um código de conduta dos comentadores políticos poderia moderar estas situações?**

Sem dúvida que, para políticos no activo deputados, governantes nacionais, regionais ou locais, magistrados, dirigentes partidários ou de parceiros sociais-é inevitável haver o uso da tribuna para a actuação política. Por isso, e porque já estive nessa situação no passado no pós-Revolução e entre 1983 e 1985-,penso que não é uma situação desejável, salvo em debates entre representantes de áreas ou partidos ou parceiros diferentes. Um código de conduta só poderia ser o dos jornalistas políticos, quando analisam ou comentam. Mas duvido que os políticos no activo o aceitem.

**Porque é que se repetem os mesmos nomes quando falamos em comentário/opinião nos *plateaux* televisivos?**

-Por patente falta de imaginação dos responsáveis das estações. Idêntica à verificada, há longos anos, quanto a reality shows, novelas e modelos informativos. Mas tudo isso vai mudar com a subida do cabo, a diversificação nele, a crise dos generalistas e a segmentação progressiva dos espectadores. Em suma, para quem anda nestas andanças desde os tempos da censura, em que fez comentário muito antes de passar meteoricamente pela política, o que surpreende não é a inovação, é a falta de inovação e de imaginação prospectiva.

**Que qualidades reconhece a cada um destes quatro comentadores (Marcelo Rebelo de Sousa, Henrique Medina Carreira, Constança Cunha e Sá e Manuel Serrão) para que se tornassem comentadores residentes da TVI?**



-Henrique Medina Carreira é experiente, corajoso, comunicativo e pedagógico, Constança Cunha e Sá domina a temática política, é corajosa, suscita a controvérsia em temas importantes e já tem muito traquejo do comentário na imprensa escrita e na televisão, Manuel Serrão é comunicativo, frontal, divertido e imaginativo. De mim não falo, porque ficaria mal.

**Na sua opinião, como se justifica a escolha destes comentadores e não outros?**

Imagino que sejam chamados porque têm sucesso, medido em audiência televisiva e no peso das respectivas opiniões. Mas isso, só a TVI pode esclarecer.

## **Anexo 17: Entrevista a José Alberto Carvalho**

**Que qualidades reconhece a cada um destes quatro comentadores?**

Há uma característica comum aos quatro, são pessoas que suscitam ruturas, que perturbam o conforto do telespectador, que quando se olha para eles sabe-se que não sabemos o que eles vão dizer, que há fortes probabilidades de sermos surpreendidos com aquilo que eles vão dizer. Talvez aqui a exceção seja o Medina Carreira, porque ele tem um conjunto de teorias que são neste momento já quase de domínio público, portanto já é relativamente previsível por parte de quem vê e de quem segue com alguma regularidade os programas com ele qual é o posicionamento dele e a opinião dele em relação a algumas matérias. Ainda assim, ele continua a ter essa capacidade de surpreender porque introduz sistematicamente/ permanentemente dados novos sobre as mesmas questões, que reforçam a sua teoria e a sua convicção sobre elas. Eu acredito e aprecio o Medina Carreira, porque ele está profundamente convicto daquilo que diz, fundamenta aquilo que diz. Acho que ele tem uma visão apolítica daquilo que diz, os políticos dirão o contrário, mas eu acho que ele tem uma visão apolítica. E acho que aquilo é um exercício de inteligência, de desafio a cada espectador que, no seu conjunto, é um exercício importante de cidadania e de despertar de consciências. Ele que era o pessimista militante do reino, visto dessa maneira por muita gente, o que nós temos visto é que ele tinha razão. E eu acho que ele demonstra que tem razão naquilo que diz por muito desagradável que seja aquilo que ele diz. Por muito desagradável que seja para quem ouve.

**O objetivo passa por informar, formar, educar o telespectador?**

Não, educar não. Eu acho essa ideia de que os media educam uma ideia perigosíssima, porque as únicas circunstâncias em que os media educaram, tirando a telecola que foram experiências de ensino à distância e, portanto, eram mesmo para formar e educar, não sei se alguma vez o balanço foi feito de uma forma objetiva e total sobre isso, mas as únicas vezes em que os media cumpriram esse papel foi ao serviço de pensamento único de ditaduras e ao serviço da propaganda. Eu não gosto da ideia de que os media educam. Acho esse pensamento





perigosíssimo, porque se ele se instala vai depender de quem o exercer. Eu acho que a educação só se consegue em duas entidades: na família e na escola. O resto contribui? Claro que sim. Mas contribui o vizinho, a vizinha, o sítio onde moramos, as pessoas com quem nos cruzamos, os colegas do desporto, os amigos da bola, os parceiros da cartada, a família da família, os amigos da família, muita coisa contribui. Essa ideia de atribuir aos media um papel muito importante então seria catastrófico porque, neste momento, a televisão, por exemplo, não chega, a televisão tradicional generalista linear, não chega às pessoas com menos de 30 anos. Não informam. Não é informação. Acessoriamente ou marginalmente eles podem informar, ninguém os contratou, nem ninguém os desafiou, nem os colocou no ar, com a ideia de serem eles a informar. Eles não têm que informar. Eles têm que enquadrar, analisar, sintetizar, problematizar, abrir pistas, abrir caminhos. Como é que eles podem informar? O Marcelo não pode informar. Toda a gente sabe que ele foi presidente do PSD portanto, por mais distanciamento que ele possa ter e o seu comentário, é muito evidente que ele, muitas vezes, faz críticas para dentro do próprio partido. A única vez em que houve um problema grave de censura foi com ele e foi com um Governo do seu partido. Agora, do ponto de vista do pensamento político, eu não estou a falar com uma pessoa que é intimamente comunista.

#### **Mas há também uma preocupação com a questão das audiências?**

Claro que há. Qual é a dúvida? Ninguém quer ficar em segundo. Ninguém gasta dinheiro para ficar em segundo, terceiro ou quarto. Toda a gente gasta dinheiro para ficar em primeiro. Ninguém quer ser o segundo melhor aluno da turma, ninguém quer ganhar a medalha de prata. Quem ganha a medalha de prata é porque não conseguiu a de ouro. Porque, o segundo lugar, por si só, quem diz o segundo, diz o terceiro, quarto ou quinto, não são uma escolha, são o resultado da nossa capacidade em superar o melhor. A mim ensinaram-me isso no meu primeiro emprego, disseram-me “nós estamos aqui para ganhar, porque ninguém é segundo por opção. Podemos não conseguir mais do que isso, mas não é uma opção. Nós não estamos aqui para ficar em segundo”. E isso marcou-me para toda a vida. É em todos os aspetos da vida. Isto não significa uma opção qualquer, significa apenas uma constatação. Qual é o problema das audiências? Qual é o problema das empresas quererem aumentar o seu número de clientes? Qual é o problema dos jornais quererem chegar a mais pessoas? E, neste momento, estão a chegar a cada vez menos. Todas as estações trabalham para ser a primeira. Todas tomam decisões para ser a primeira, não para ser a segunda.

#### **Estes comentadores são fórmulas de sucesso?**

São. São pessoas únicas, são específicas. Há alguém parecido com o Marcelo? Há alguém parecido com o Medina Carreira? Há alguém do FC Porto parecido com Manuel Serrão? Não.

#### **São únicos por serem bons comentadores, por terem boas práticas comunicativas?**

Não, um comentador não tem que interagir com a câmara. Tem que deixar que a câmara interaja com ele. Um comentador não olha na câmara. Uma das diferenças entre o meu papel e o papel de cada uma dessas pessoas é que eu falo com a câmara e com eles, eles só falam comigo. É por isso que eles não informam, porque se informassem teriam que olhar para a câmara.



**Mas são pessoas que têm alguma coisa especial?**

Têm, são únicas.

Ponto 1: na maneira como observam aquilo que os rodeia;

Ponto 2: na maneira como conseguem descrever aquilo que observam;

Ponto 3: na forma como fazem, se cativa se não cativa, se seduz se não seduz, e não é pela beleza;

Os maiores exemplos de comunicação não vêm de pessoas bonitas. É um equívoco essa coisa de que a televisão é o domínio da beleza. Não. O professor José Hermano Saraiva era um homem bonito? Quer dizer, de acordo com os padrões atuais de beleza masculina. A Barbara Walters? Desde quando é que é uma mulher bonita? Portanto, o quê? O tom de voz, o ritmo do discurso, o timbre, as pausas, as inflexões. As coisas mais revolucionárias e mais importantes na história da humanidade são as coisas mais simples, ditas da forma mais eloquente possível. O melhor exemplo disto é o discurso do Martin Luther King que diz a coisa mais banal que alguém poderia dizer “eu tenho um sonho”. Também eu. Qual é a genialidade de dizer “eu tenho um sonho”? Então porque é que aquilo se tornou famoso, e porque é que mudou o mundo? Porque mudou o mundo. Mudou mesmo. Foi pela maneira que o disse, no momento em que o disse, pela forma como o fez. Com tudo aquilo que é difícil de apreender racional, verbalmente e intelectualmente, mas que se percebe que está lá.

**Em relação ao perfil do comentador dizem alguns estudos que é homem, político ou jornalista, de Lisboa. Como interpreta esta tendência?**

Eu acho que no caso da TVI24 nós temos variadíssimos exemplos do contrário. Nós temos imensos programas onde só temos mulheres a debater. A Helena Sacadura Cabral, a Constança Cunha e Sá, a Helena Pinto, a Helena Matos, a Manuela Ferreira Leite. Nós temos programas de debate e organizamos debates no ‘Política Mesmo’, por exemplo, em que só temos mulheres. Eu não faço nenhuma avaliação em função do género. Isso, para mim, nunca foi um fator de decisão.

**Mas temos poucos comentadores residentes que tenham conhecimentos específicos, que sejam especialistas.**

Ótimo. Porque essas pessoas adquirem os vícios, as práticas, os códigos e linguagem exatamente desses temas. O professor Marcelo não faz um comentário jurídico, o Medina Carreira é advogado também não faz um comentário jurídico. É péssimo, falham completamente na comunicação. As pessoas começam a utilizar linguagem técnica, porque querem demonstrar perante os seus pares que dominam o corpo teórico, a linguagem, as expressões, os autores, as referências, as citações, querem demonstrar que são inteligentes e que estão bem preparados para falar sobre aquilo. Eu não quero isso num comentador. Eu quero uma pessoa que seja capaz de interpretar o sentimento do cidadão comum puxando e desbravando caminhos, pistas, ideias, reflexões de uma forma cativante. Não há uma única forma de ser cativante. Não há duas pessoas iguais no mundo, portanto não



há uma forma de ser cativante. Cada um pode ser cativante à sua maneira. A forma de cativar da Manuela Ferreira Leite não é pela simpatia fulgurante que ela exhibe no ecrã.

**O Dr. Medina Carreira disse-me, no decorrer da sua entrevista, que na SIC cada vez que ele falava o *share* aumentava. Na TVI acontece o mesmo?**

Sim, o programa dele tem muita audiência.

**É por essa especificidade dele?**

Claro. É pela maneira como diz aquilo que diz. E é a maneira do Medina, não é a maneira do Marcelo. É por isso que eu digo que eles são únicos. E não abundam muitos, em Portugal. Seja em todas as áreas. Há pessoas que passam a vida toda a comentar e nunca são reconhecidos como tal.

**Como funciona este processo de recrutamento? Estão atentos aos comentadores de outros canais?**

Sim, ou aos que surgem na rádio, ou que surgem na internet, ou que exprimem de forma sucessiva ideias interessantes na imprensa escrita ou digital. E, depois, é preciso perceber como é que essas pessoas verbalizam, porque a comunicação televisiva é uma comunicação oral e de linguagem corporal. Todos os estudos de programação neurolinguística chegam a conclusões esmagadoras sobre o que é que é mais impactante no recetor da mensagem, se é aquilo que é dito ou a forma como é dito. E é a forma como é dito que é mais impactante. O professor Damásio está farto de estudar estas matérias. Há muita gente a estudar PNL, programação neurolinguística, em todo o mundo. A maneira como falamos, como nos movimentamos, como piscamos os olhos, como respiramos, como encaramos os outros ou não, como movimentamos as mãos, como tocamos na cara, como tocamos no outro, como nos mexemos, o tom de voz, o ritmo, o timbre, isso tudo são 85% da informação que passamos para o outro. Aquilo que é racionalizado, construído, pensado, verbalizado é 15%. Portanto, a maneira como as pessoas são é muito mais importante do que aquilo que elas dizem. É por isso que se calhar os maiores especialistas académicos, os maiores investigadores académicos, não dão, por essa razão, os melhores comentadores. Porque o que está em causa não é o nível de conhecimento, é um equilíbrio entre o domínio das matérias e a capacidade de as transmitir aos outros.

**O professor Marcelo e um caso inigualável no comentário em Portugal.**

Foi ele que criou o género. Antes de alguém pensar que isto podia acontecer, ele criou o género. Isto não existe em mais país nenhum do mundo, aquilo que eu acabei de fazer hoje com o Marcelo não existe em mais nenhum país do mundo em canal aberto, em prime-time, durante 40 minutos, não existe em mais nenhum do mundo. Isto é mesmo singular. Depois há um conjunto de fenómenos engraçados, mas como não vamos falar dele e ele já está furioso comigo eu também não vou citar ou explicar o que é que eu achei. Acho que o Marques Mendes, por exemplo, fez uma péssima opção em ter saído da TVI24 para ir para a SIC generalista. E eu disse-lhe antes, quando nos despedimos “você vai ganhar audiência, se é essa a sua ambição nada a fazer porque eu não posso tê-lo no canal aberto, porque já tenho pessoas do PSD, portanto seria um desequilíbrio total. Mas vou-lhe dizer,



“você vai ganhar audiência sem dúvida, mas vai perder voz. Aquilo que você disser vai ter menos impacto na opinião pública do que quando estava na TVI24”. E isso aconteceu.

**Há um esforço por haver pluralidade e representatividade dos partidos e dos clubes de futebol?**

Sim. Com toda a franqueza, por uma questão de princípio. Cada vez mais os partidos são menos relevantes. Eles próprios se têm encarregue de destruir a sua própria imagem. Acho que as pessoas estão cada vez menos motivadas ideologicamente e politicamente. Não há uma agenda política na Direção de Informação da TVI. Eu não estou aqui para fazer política. Aliás, tenho demonstrado isso de uma forma muito impressionante nas tomadas de posição sobre as campanhas eleitorais. Os clubes de futebol é uma questão de negócio. Mas eu quero hostilizar os ‘tipos’ do Porto, do Sporting ou do Benfica? É uma questão de bom senso. Por que razão é que eu não convido um ‘gajo’ do Porto?

**Mas porque não uma pessoa do SC Braga? Ou do Vitória de Guimarães?**

Mas porquê? Sim, e tinha logo que escolher entre um e outro. Ia-me dar uma chatice monumental com o outro. Para que é que eu vou comprar um problema? Sem nenhuma vantagem. Em relação aos partidos políticos é uma questão de princípio e de diversidade de opiniões. Agora isto não tem que ser o mesmo para todos.