

**Universidade do Minho
Departamento de Ciências da Comunicação**

Uma Década de Televisão em Portugal (1993-2003)

Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas

Felisbela Lopes

Orientador: Prof. Doutor Manuel Pinto

Agradecimentos

Somos sempre um pouco daquilo que aprendemos com quem trilhamos caminhos. Este, que percorri ao longo de três anos e meio, foi ancorado por um orientador que encorajou uma investigação aprofundada, rigorosa e original, respondendo positivamente a todas as minhas solicitações para discutir problemáticas com que ia esbarrando. Ao Prof. Manuel Pinto devo muito mais do que um profundo agradecimento pelo conhecimento transmitido e pelo apoio. Uma palavra à equipa por si coordenada e que dá corpo ao *Mediascópio*, com cujos membros aprendi muito ao longo deste tempo.

Integrando o Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho (DCC), o meu percurso académico foi iniciado com o Prof. Aníbal Alves, a quem estou grata pela confiança que manifestou em mim. Ao Prof. Moisés Martins, que no tempo do meu doutoramento presidiu ao Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade do DCC, agradeço o incentivo e a ajuda que sempre de si obtive. Sublinho, com alguma emoção, o apoio e o ânimo que encontrei nos meus colegas do DCC. Agradeço particularmente o ambiente acolhedor que o meu colega de gabinete, Joaquim Fidalgo, me assegurou neste período.

Para além das várias leituras aconselhadas pelo meu orientador, outras pessoas foram dando sugestões de livros ou emprestando obras de referência. O meu “obrigada” ao Prof. Moisés Martins, à Prof. Helena Sousa, à Prof. Cristina Ponte, ao Dr. Eduardo Cintra Torres e ao Dr. Eduardo Jorge Madureira.

Para reunir o material necessário a este estudo, contei com a colaboração de algumas instituições e empresas: a Biblioteca Pública de Braga, onde tive acesso a todas as revistas de televisão publicadas entre 1993 e 2003 e a alguns exemplares do “*Diário de Notícias*”, “*Jornal de Notícias*” e “*Expresso*”; o arquivo do “*Público*” no Porto, onde consultei dezenas de edições do jornal; a *Markttest*, que me cedeu dados audimétricos dos programas de informação televisiva dos períodos correspondentes à análise que fiz de forma mais aprofundada.

Elegendo a informação televisiva como objecto de estudo, este trabalho não teria sido possível sem a colaboração dos canais de televisão. O meu grande agradecimento a todos os que trabalham nos arquivos da RTP, da SIC e da TVI. Por *mail*, por correio ou por contacto directo, os dados foram sempre chegando às minhas mãos à medida dos meus pedidos. Um agradecimento especial ao Arquivo da RTP, particularmente a Manuel Rocha, que gentilmente me abriu todas as portas do Prior Velho, e aos vários funcionários que aí trabalham e que foram, de facto, incedíveis comigo nos dias que aí passei.

O desenvolvimento dos dados empíricos foi sempre suscitando novas questões que procurei discutir com aqueles que trabalham nas redacções dos canais generalistas e foram/são responsáveis por programas de informação semanal. Ao longo deste tempo, contactei muitos jornalistas e produtores da RTP, da SIC e da TVI, através dos mais variados meios: *mail*, telefone ou encontros informais. O meu “muito obrigada” pela disponibilidade para problematizarem comigo o trabalho que desenvolvem a um ritmo muito diferente daquele a que é feito um doutoramento.

A parte final da escrita da minha tese coincidiu com uma colaboração semanal com a RTPN na rubrica “Revista de Imprensa”. Numa redacção partilhada com a RTP, encontrei muitos jornalistas interessados em discutir a informação televisiva e, em conversas casuais e sempre bastante pertinentes, descobri novas pistas de reflexão e constatei, mais uma vez, o que se perde quando a academia e as redacções dos *media* trabalham isoladamente.

Sendo tão insistente com os meus alunos na promoção da qualidade da escrita, persegue-me sempre o receio das gralhas naquilo que escrevo. O Aurélio Moreira, com grande dedicação e competência, foi imprescindível para subtrair ruído a este texto. Também devo um agradecimento ao meu colega Alberto Sá, que resolveu inúmeros problemas informáticos.

Em viagens entre Braga (onde vivo) e Lisboa (onde estão as sedes dos canais televisivos) ou em frente ao ecrã do computador da universidade ou de minha casa, não dispus do tempo que os meus amigos mereciam. “Sim, Mário Augusto, terminei a tese que tu dizias ser infindável e já podes saber mais acerca da (tua) SIC”; “A partir de agora, Manuela, ninguém dos amigos dirá que, por solidariedade, está a fazer esta tese comigo, de tanto isso constituir desculpa para faltar a vários encontros”. Obrigada pela compreensão.

Neste percurso, deparei-me com pontos de paragem forçada. Teriam essas sido experiências difíceis, não fossem a competência e os cuidados do cirurgião Gil Gonçalves. Se essas pausas foram curtas, tal deveu-se, sobretudo, ao empenho e à atenção que coloca no seu trabalho e à confiança e tranquilidade que me soube transmitir.

Esta tese não será suficiente para retribuir o permanente e incondicional apoio da minha família nuclear ao longo de todo este trabalho. Em sinal da minha eterna gratidão, é a ela que eu dedico este doutoramento.

Uma década de televisão em Portugal (1993-2003): Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas

Resumo

Nos primeiros dez anos de TV privada em Portugal, que rumo tomou a programação informativa semanal dos canais generalistas? Nesse tempo, que tipo de espaço público televisivo construíram os programas informativos estruturados pela conversação em estúdio? Quais os temas e quais os actores sociais aí destacados? Estas foram as principais questões que orientaram este trabalho.

Seguindo a programação informativa emitida em horário nocturno na RTP, SIC e TVI, constatámos a existência de ciclos temáticos, frequentemente condicionados pelas audiências. Por outro lado, os programas de debate e de grande-entrevista foram espaços de reprodução do poder dominante, circunscritos às elites políticas e profissionais da sociedade portuguesa. Poder-se-á dizer que, entre 1993 e 2003, a informação semanal da TV generalista portuguesa não terá construído um espaço público televisivo dinâmico, diversificado, acessível e próximo do quotidiano. Nesses ecrãs televisivos, a sociedade portuguesa terá encontrado, acima de tudo, um prisma da realidade.

A tese que aqui apresentamos estrutura-se em três partes. Na I Parte, intitulada *Fundamentos teóricos*, procuramos, junto de diferentes autores, argumentos que permitam pensar melhor o objecto de estudo; problematizamos o lugar na televisão na sociedade, nomeadamente a sua capacidade de ser estruturada e simultaneamente estruturante em relação ao espaço público; perspectivamos a programação televisiva enquanto macrodiscurso e pensamos a informação como construção social da realidade, sobretudo os programas desenvolvidos pela conversação. Na II Parte, desenvolvemos um estudo sobre a *informação semanal dos canais generalistas entre 1993 e 2003*. Para além da evolução desse tipo de oferta televisiva, procuramos analisar que tipo de espaço público foi desenhado em certos programas de informação. Na III Parte, evidenciamos os principais traços desse tipo de programação e discutimos os resultados do respectivo estudo empírico.

A decade in portuguese television: study of weekly information programming in generalist channels

Abstract

What were the main trends of weekly information programming in Portuguese generalist channels over the last decade? Did talk shows originate a different type of television public sphere? What were the most relevant themes and social actors? These are the scientific questions that we are trying to answer in this project.

Looking at prime-time programming, we have noticed the existence of thematic cycles often conditioned by audience strategies. Information weekly programmes were mainly spaces of power reproduction where political and professional elites had a voice. It might be argued that between 1993 and 2003, TV generalist weekly information was not diversified, dynamic and accessible. The representation of Portuguese society in these programmes seemed to be somewhat distant from reality.

This thesis is divided into three main parts. In part I, named Theoretical Foundations, we discuss the role television plays in society, namely vis-à-vis the structuration of the public sphere, and we examine television programming as a social macro-discourse. In part II, we present an empirical study of weekly information programmes in two national generalist TV channels between 1993 and 2003. In this particular study we attempt to comprehend the evolution of information and the nature of the public sphere it might originate. In part III, we put forward information programming main trends and we discuss the most relevant results of the empirical research.

ÍNDICES

Agradecimentos	iii
Introdução	1
I PARTE: FUNDAMENTOS TEÓRICOS	8
Capítulo 1: Perspectivas teóricas sobre a TV na sociedade contemporânea	9
1. Visões pessimistas/críticas	10
1.1. A televisão económica	11
1.2. As limitações da imagem	17
1.3. Os constrangimentos estruturais da TV	25
2. Visões integradoras	33
2.1. A televisão como (re)produtora de um acervo de conhecimentos	34
2.2. A televisão como impulsionadora de novas formas de vida.....	42
2.3. A televisão como promotora de elos sociais.....	47
Capítulo 2: O espaço público: as fronteiras que a TV integra e/ou reconfigura	58
1. Do espaço público ideal ao espaço público real	59
1.1. As propostas de Jürgen Habermas	60
1.2. Para além da esfera pública habermasiana.....	65
2. Entre um espaço público privatizado e uma privacidade publicitada	72
2.1. A penetração do espaço privado na esfera pública	72
2.2. A informação televisiva e o espaço público contemporâneo.....	81
Capítulo 3: Elementos para a compreensão do (macro)discurso televisivo	90
1. Modos de sentido: da TV do Estado à TV dos espectadores	91
1.1. Da “paleotelevisão”	92
1.2. Da “neotelevisão”	96
1.3. Da “pós-neotelevisão”	102
2. Modos de organização: a constituição de uma grelha televisiva nos canais generalistas	106
2.1. O conceito de programação televisiva	107
2.2. Factores implicados na delimitação de uma grelha televisiva	114
3. Modos de relacionamento: dos contratos às promessas de comunicação	124
3.1. Os limites da (des)codificação dos programas televisivos	124
3.2. Um outro modo de encarar o macrodiscurso televisivo.....	131
Capítulo 4: A informação televisiva como espelho e reconstrução da realidade	135
1. A informação enquanto campo de responsabilidade social	136
1.1. O interesse informativo.....	137
1.2. Os desafios que as emoções colocam aos jornalistas.....	142
1.3. O que distingue e aproxima os canais privados dos canais de serviço público	150
2. A informação televisiva como espaço onde o espectacular tem lugar.....	155
2.1. A informação televisiva reflecte a sociedade ou engendra um território?.....	156
2.2. O <i>plateau</i> de um programa informativo é um palco de encenação?.....	160
2.3. A informação televisiva dirige-se aos sentidos ou ao pensamento?.....	165
2.4. Os programas de informação circunscrevem-se ao valor de mercado?.....	171
Capítulo 5: Géneros televisivos de informação: os programas de conversação	178
1. Géneros jornalísticos.....	179

1.1. A herança do campo literário.....	179
1.2. Géneros jornalísticos: um campo de difícil, mas de necessária apreensão.....	181
1.3. Contributos para uma teoria e classificação dos géneros jornalísticos.....	184
2. Géneros televisivos.....	188
2.1. A complexidade dos géneros televisivos.....	188
2.2. Tipologias de géneros televisivos: propostas de alguns teóricos.....	190
3. Géneros televisivos de informação semanal.....	193
3.1. Os debates e as entrevistas: o lugar do discurso racional.....	195
3.2. O <i>talk show</i> : a palavra que apresenta um laço existencial ao vivido.....	211
II PARTE: A INFORMAÇÃO SEMANAL DOS CANAIS GENERALISTAS ENTRE 1993 E 2003.....	224
Capítulo 6 – Questões, modalidades e caminhos para o estudo da realidade empírica.....	225
1. Pontos de partida.....	225
2. Objecto de estudo: delimitação e finalidades face a um determinado estado da arte.....	227
3. Constituição do <i>corpus</i> de análise.....	230
3.1. Critérios seguidos na selecção do material a estudar.....	230
3.2. Discussão da escolha das fontes.....	235
4. Metodologias e técnicas de análise no estudo da TV.....	237
5. À procura do espaço social configurado nos <i>plateaux</i> informativos: um projecto de trabalho.....	240
5.1. Quem ocupa os <i>plateaux</i> televisivos?.....	240
5.2. De que se fala nos <i>plateaux</i> de televisão?.....	243
6. Limitações e modos de articulação de um projecto de trabalho.....	245
Capítulo 7: O espaço público que a informação semanal desenha.....	246
1. No centro de um espaço televisivo político.....	246
1.1. O Panorama Audiovisual Português (PAP) em 1993.....	246
1.2. A programação dos canais generalistas: “A RTP1 marca a cadência do audiovisual”.....	248
1.2.1. RTP: um serviço público como sinónimo de <i>TV popular</i>	248
1.2.2. SIC: o confronto com o Canal 1.....	249
1.2.3. TVI: a influência das instituições religiosas.....	251
1.3. Programas de informação: quem fala do quê nos <i>plateaux</i> televisivos.....	254
1.3.1. Uma informação estruturada e estruturante em relação ao espaço público.....	254
1.3.2. A ocupação do espaço televisivo pelas elites (políticas e profissionais).....	263
1.3.3. As margens sociais que os <i>talk shows</i> escutam.....	270
1.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 1993.....	273
1.5. 1994/5: A ascensão da SIC à liderança das audiências.....	276
2. Cenas televisivas diversificadas.....	284
2.1. O PAP em 1996.....	284
2.2. A programação dos canais generalistas: “A SIC é líder sem transmitir futebol”.....	286
2.2.1. RTP: uma clonagem à oferta televisiva da SIC.....	287
2.2.2. SIC: uma estação popular com um <i>late night</i> para elites.....	289
2.2.3. TVI: um canal à deriva.....	290
2.3. Programas de informação: quem fala do quê nos <i>plateaux</i> televisivos.....	293
2.3.1. Debates que reproduzem e debates que contestam a lógica (política) dominante.....	293
2.3.2. A crescente visibilidade das questões sociais nos debates televisivos.....	297
2.3.3. Uma informação de contra-poder e de minorias no horário tardio da SIC.....	303
2.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 1996.....	305
2.5. 1997: As lógicas de mercado que a SIC impõe.....	308
3. Entre os discursos dos especialistas e os testemunhos dos “profanos”.....	314
3.1. O PAP em 1998.....	314
3.2. A programação dos canais generalistas: “(na SIC) temos o poder da influência”.....	316
3.2.1. RTP: a crise do serviço público de televisão.....	317
3.2.2. SIC: uma grelha (cada vez mais) de entretenimento.....	318
3.2.3. TVI: a expectativa de estabilidade.....	321

3.3. Programas de informação: quem fala do quê nos <i>plateaux</i> televisivos	323
3.3.1. A abertura dos debates aos especialistas e aos “ <i>profanos</i> ”.....	323
3.3.2. A fugaz visibilidade dos políticos e daqueles que não se constituem como notícia.....	329
3.3.3. A introdução no espaço televisivo de uma medicina que resolve doenças graves.....	330
3.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 1998	332
3.5. 1999/2000: A crescente visibilidade (do <i>infotainment</i>) da TVI.....	334
4. O triunfo do entretenimento.....	342
4.1. O PAP em 2001	342
4.2. A programação dos canais generalistas: uma “ <i>locomotiva</i> ” chamada <i>Big Brother</i>	342
4.2.1. RTP: à procura de uma identidade e de um equilíbrio financeiro	342
4.2.2. SIC: uma programação-clone da TVI.....	344
4.2.3. TVI: o triunfo da produção nacional	346
4.3. Programas de informação: quem fala do quê nos <i>plateaux</i> televisivos	349
4.3.1. Uma esfera pública televisiva que se esvazia de debate.....	349
4.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 2001	351
4.5. 2002: A consolidação de audiências da TVI.....	353
5. Entre a (re)politização e a espectacularização do espaço público mediatizado	357
5.1. O PAP em 2003	357
5.2. A programação dos canais generalistas: “ <i>A TVI marca o ritmo</i> ”	359
5.2.1. RTP: uma alternativa aos canais privados.....	359
5.2.2. SIC: uma oferta que se desenha a partir do interesse do público	360
5.2.3. TVI: uma grelha que avança (mais) em direcção ao espaço privado	362
5.3. Programas de informação: quem fala do quê nos <i>plateaux</i> televisivos	364
5.3.1. A revitalização dos políticos no espaço público que a RTP1 promove.....	365
5.3.2. Um espaço social televisivo que a SIC constrói à margem dos políticos.....	370
5.3.3. O espectáculo televisivo (ilusoriamente) reparador de injustiças sociais.....	373
5.4. Algumas tendências da informação semanal em 2003	378
Capítulo 8: A curva descendente das audiências da informação semanal	381
1. 1993 – Quando a informação rentabiliza audiências	382
1.1. O domínio do Canal1 da RTP.....	384
1.1.1. O confronto dos debates televisivos na mesma franja horária	384
1.1.2. A procura de audiências pela diversidade de formatos e pela diferenciação horária.....	385
1.2. Um público que se interessa por temáticas nacionais diversas.....	387
2. 1996 – A implantação de programas de reportagem e de casos de polícia junto das audiências	388
2.1. Uma informação diversificada em horários alternativos	390
2.1.1. Confronto nos debates e alternativa na restante programação.....	390
2.1.2. A adopção de segmentos tardios para programas informativos	393
2.2. A crescente importância dos assuntos sociais.....	394
3. 1998 – O sucesso de uma informação médica pela positiva.....	397
3.1. Entre os debates e a informação temática	398
3.1.1. A concorrência de programas conduzidos por jornalistas rivais	398
3.1.2. Formatos informativos que inesperadamente entram/saem da grelha de programação	400
3.2. A valorização do campo da saúde.....	401
4. 2001 – O desaparecimento da informação semanal dos canais privados.....	403
5. 2003 – Apostas numa informação que não reúne audiências	404
5.1. A (in)eficácia das linhas editoriais para a informação semanal.....	406
5.1.1. Uma audiência dividida entre a política e casos sociais	406
5.1.2. A ascensão e queda da programas de justiça como <i>infotainment</i>	407
6. Do (des)interesse das audiências pela informação televisiva	408
Capítulo 9: Marcas da informação televisiva semanal entre 1993 e 2003	411
1. Retratos esboçados nos <i>plateaux</i> de informação semanal	411
1.1. Os (diferentes) cortes na realidade social	411
1.2. O reflexo das elites políticas nas elites políticas mediáticas.....	416
1.3. A era dos “ <i>engenheiros do social</i> ”.....	420
1.4. A desvalorização do “ <i>discurso profano</i> ”	427
1.5. Homens públicos, mulheres privadas	432

2. Uma informação subalternizada pelas lógicas do mercado televisivo.....	437
2.1. A ascensão e a queda de uma elite da TV.....	437
2.2. As promessas de leitura que os títulos dos programas propõem	444
2.3. Os dias e os segmentos horários disponíveis para a informação semanal	446
2.4. Quem manda na TV: as audiências ou os programadores?	450
III PARTE: NOTAS FINAIS.....	452
Capítulo 10: A informação semanal nos primeiros dez anos da TV privada em Portugal: um prisma da sociedade contemporânea	453
1. Um espaço público televisivo apertado numa reduzida paleta de tópicos	455
1.1. Uma programação informativa que progride por ciclos temáticos.....	456
1.2. Ágoras mediáticas monotemáticas.....	460
2. Um espaço público televisivo dominado pelas elites políticas e profissionais.....	467
3. Um espaço público televisivo que resulta de uma TV enquanto instituição comercial	470
4. Mudanças no jornalismo televisivo feito ao ritmo semanal.....	477
5. Uma oportunidade perdida para fomentar um espaço público televisivo dinâmico, diversificado, acessível e próximo do quotidiano	484
6. Outros caminhos a percorrer	489
Epílogo	492
Bibliografia	495
Cronologias.....	516

Índice de Quadros

Quadro 1: Programas estruturados pela conversação em estúdio.....	233
Quadro 2: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 1993.....	252
Quadro 3: Temas dos debates e/ou grandes-entrevistas dos canais generalistas em 1993.....	256
Quadro 4: Perfil dos convidados dos debates e entrevistas dos canais generalistas em 1993.....	265
Quadro 5: Perfil dos convidados dos <i>talk shows</i> dos canais generalistas em 1993.....	271
Quadro 6: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 1996.....	292
Quadro 7: Temas dos programas de debate e/ou entrevista dos canais generalistas em 1996.....	294
Quadro 8: Perfil dos convidados dos debates e das entrevistas dos canais generalistas em 1996.....	295
Quadro 9: Temas dos programas de debate e/ou entrevista dos canais generalistas em 1996.....	299
Quadro 10: Perfil dos convidados dos debates e <i>talk shows</i> em 1996.....	302
Quadro 11: Programas de informação semanal nocturna dos canais generalistas em 1998.....	322
Quadro 12: Temas dos programas de debate e/ou entrevista dos canais generalistas em 1998.....	325
Quadro 13: Perfil dos convidados dos debates em 1998.....	327
Quadro 14: Perfil dos convidados das entrevistas em 1998.....	329
Quadro 15: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 2001.....	348
Quadro 16: Temas de <i>O Rosto da Notícia</i> da RTP1 em 2001.....	349
Quadro 17: Perfil dos convidados dos debates e entrevistas da RTP 1 em 2001.....	350
Quadro 18: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 2003.....	364
Quadro 19: Temas das emissões de <i>Prós e Contras</i> e <i>Grande Entrevista</i> da RTP1 em 2003.....	367
Quadro 20: Perfil dos convidados dos debates e entrevistas da RTP 1 em 2003.....	367
Quadro 21: Temas do debate da SIC em 2003.....	371
Quadro 22: Perfil dos convidados no debate da SIC em 2003.....	372
Quadro 23: Perfil dos convidados nos programas da SIC em 2003.....	376
Quadro 24: Perfil dos convidados nos programas de <i>Eu Confesso</i>	377
Quadro 25: Evolução das audiências nos canais generalistas portugueses.....	381
Quadro 26: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da RTP1 em 1993.....	382
Quadro 27: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da SIC em 1993.....	383
Quadro 28: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da TVI em 1993.....	383
Quadro 29: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da RTP1 em 1996.....	388
Quadro 30: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da SIC em 1996.....	389
Quadro 31: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da TVI em 1996.....	390
Quadro 32: Temas com mais audiência nos debates do último trimestre de 1996.....	396
Quadro 33: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da RTP1 em 1998.....	397
Quadro 34: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da SIC em 1998.....	397
Quadro 35: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da TVI em 1998.....	398
Quadro 36: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da RTP1 em 2001.....	403
Quadro 37: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da SIC e da TVI em 2001.....	403
Quadro 38: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da RTP1 em 2001.....	404
Quadro 39: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da SIC em 2003.....	405
Quadro 40: Oferta e consumo da informação semanal de <i>prime-time</i> da TVI em 2003.....	405
Quadro 41: Peso relativo dos temas que dominaram os debates entre 1993 e 2003.....	412
Quadro 42: Percentagem de políticos presentes entre 1993 e 2003 nos programas de informação.....	420
Quadro 43: Áreas do saber presentes nos debates/entrevistas.....	423
Quadro 44: Áreas médicas presentes nos debates, entrevistas.....	426
Quadro 45: Os políticos, os especialistas e o cidadão comum nos programas de informação semanal.....	431
Quadro 46: Percentagem de mulheres presentes nos programas de informação generalistas entre 1993 e 2003.....	433
Quadro 47: Apresentadores dos programas de informação generalistas entre 1993 e 2003.....	437
Quadro 48: Títulos dos programas de informação.....	445
Quadro 49: Repartição dos programas de informação pelos dias da semana.....	448
Quadro 50: A oferta televisiva ao nível da informação semanal dos canais generalistas.....	457
Quadro 51: Temas dos debates e das entrevistas dos canais generalistas.....	465
Quadro 52: Perfil dos convidados dos debates e das entrevistas dos canais generalistas.....	468

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Audiências comparativas dos debates televisivos em 1993	383
Gráfico 2: Audiências comparativas de <i>Raios e Coriscos</i> e de <i>Você é Excepcional</i>	385
Gráfico 3: Audiências comparativas dos debates em 1996	392
Gráfico 4: Audiências comparativas de <i>Esta Semana</i> e de Maria Elisa	398
Gráfico 5: Audiências comparativas de <i>Ficheiros Clínicos</i> e de <i>Domingo Desportivo</i>	399
Gráfico 6: Audiências comparativas dos debates da SIC e da RTP em 2003	406
Gráfico 7: Audiências comparativas dos programas de <i>infotainment</i>	407

Introdução

Há quase dez anos que colocámos a informação televisiva no centro da nossa investigação académica. Num primeiro momento, o aceso, e nem sempre sustentado, debate em torno do serviço público de televisão, desencadeado pela desregulamentação televisiva, constituiu para nós uma grande motivação para iniciar um estudo que ajudasse a clarificar a oferta televisiva proporcionada pela RTP. Escolhemos como objecto de estudo o “*Telejornal*”, procurando conhecer aí que tipo de serviço público prestava a RTP1 aos portugueses no seu principal bloco de informação diária. Seria esse o início de um caminho. No ano seguinte, criava-se, no Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho, onde trabalhamos, o **Mediascópio**, um projecto idealizado e coordenado pelo Prof. Manuel Pinto, que se constitui como uma plataforma de observação dos *media* através daquilo que é publicado na imprensa ou noutra informação especializada. Integrados numa equipa de trabalho com vários académicos, seguíamos com particular interesse aquilo que se passava no audiovisual, nomeadamente nos canais generalistas portugueses. Nas múltiplas reuniões que foram sendo promovidas desde então e nos vários estudos que desenvolvíamos colectivamente, íamos percebendo que as estações generalistas portuguesas passavam por profundas e rápidas mutações, nomeadamente no que diz respeito à evolução da programação informativa. Por isso, em 2000, ao apresentarmos o plano de doutoramento, escolhemos para tema da nossa tese a programação informativa emitida semanalmente nos canais generalistas portugueses em horário nocturno. Queríamos conhecer melhor a sua evolução e analisar com mais profundidade o que se passava nos programas de debate e de grande-entrevista, géneros apresentados sempre com grande destaque e entregues aos jornalistas mais conceituados de cada estação.

Que rumo tomou a programação informativa semanal dos canais generalistas ao longo de uma década e quais os temas e os interlocutores mais destacados nos programas informativos estruturados pela conversão em estúdio? Que tipo de espaço público esses programas de informação semanal esboçaram nesse tempo? Estas eram as principais perguntas para as quais iríamos procurar respostas, tendo subjacente o pressuposto de que a informação televisiva se constitui como uma cena mediática estruturante do espaço público, o qual, por sua vez, também estrutura aquilo que é aí emitido.

“A TV aí está. Seguramente quase nada na nossa experiência quotidiana ocupa tão insistentemente esse lugar, diante de nós, diante dos nossos olhos. Ocupar-se desse fenómeno não é tão simples como parece: possui a contundência do quotidiano e, como sabemos, o quotidiano é sempre o mais esquivo, pois esconde-se atrás da aparência do óbvio.”

Esta citação de Gonzalez Requena (1995: 9) reflecte uma das nossas primeiras constatações quando iniciámos o nosso estudo: tão presente no nosso dia-a-dia, a televisão exigiria certamente outros conhecimentos para além daquilo que o pequeno ecrã reflecte. Por isso, num primeiro momento, era preciso perceber, por um lado, algumas mutações sociais, por outro, formas de relacionamento que o audiovisual mantém com a sociedade. Paralelamente a essa relação TV-sociedade, procurámos igualmente traços distintivos da televisão. Por se construir com temáticas que se renovam dia a dia, os canais televisivos têm de procurar novas formas de dizer e mostrar essas realidades. Por estar dependente de uma tecnologia em evolução, é forçada a permanentes reajustamentos da sua prática. Por se estruturar por meio de discursos, mas também por meio de recursos financeiros, debate-se constantemente com dois tipos de capital, o simbólico e o económico. Por se constituir por pessoas com diferentes perfis profissionais, vê-se obrigada a criar uma cultura forte, mas simultaneamente flexível. Por dirigir o seu trabalho a públicos diferenciados, procura sempre o “*mínimo denominador comum*”.

Estas problemáticas foram alvo de várias leituras e de acesos debates que desenvolvemos em reuniões promovidas pelo nosso orientador nas quais também participou Sara Pereira, que fazia um doutoramento sobre a programação infantil emitida nos canais generalistas portugueses entre 1992 e 2002. Foi desse confronto de ideias que retirámos ensinamentos profícuos para uma primeira fase do trabalho.

Incidindo o nosso estudo na programação informativa feita ao ritmo semanal, chegámos a um determinado momento em que precisámos de seguir um caminho próprio, detendo-nos noutra tipo de literatura e criando à volta dessas leituras outro tipo de reflexão. Nesse tempo, fomos procurando elementos que nos permitissem entender melhor a informação televisiva. Mais do que artefacto tecnológico ou sistema expressivo, interessava-nos fazer uma aproximação à televisão enquanto “*discurso social*”, ou seja, como conjunto de tópicos estruturados e estruturantes da sociedade, pois é aí que, como nos explica, por exemplo, Pérez Tornero (1994: 83-113) “*radica o seu poder*”. Pelo alcance das audiências e pelo tempo que os telespectadores lhes dedicam, os canais generalistas, ao ampliar certos assuntos, contribuem, talvez mais do que os outros *media*, para marcar um determinado universo de conhecimentos, configurando permanentemente um espaço público que se dimensiona à medida daquilo que é alvo de mediatização. E fazem isso sobretudo através da informação que se assume, assim, como espaço público construtor de uma cena simbólica da realidade.

Com múltiplas leituras feitas à volta da televisão, centrámo-nos no trabalho empírico, procurando primeiro perceber a evolução da programação informativa dos canais generalistas e, depois, conhecer melhor certos géneros, nomeadamente aqueles que se desenvolviam através da conversação em estúdio. Não existindo entre nós trabalhos académicos nesta área, não tendo a entidade reguladora dos *media* elementos precisos sobre determinada programação televisiva e não havendo regulamentação que oriente as empresas televisivas para uma efectiva cooperação com os investigadores, qualquer estudo académico que incida sobre a televisão está dependente de uma grande perseverança e de uma certa fortuna. Para recuperarmos a memória da programação televisiva, foram necessários longos dias dentro de bibliotecas, arquivos de jornais e de revistas, a folhear páginas impressas com grelhas de programação. Apurados os nomes e os horários dos programas de informação semanal, solicitámos à Marktest, a única empresa portuguesa de medição de audiências, dados audimétricos que permitissem uma melhor sistematização dos elementos reunidos. E só nesse momento foi possível convencer os canais de TV a fornecer-nos os temas e os nomes dos convidados dos debates e das entrevistas. Eis aqui um percurso feito ao longo de várias semanas e de múltiplas viagens entre Braga e Lisboa, um tempo que seria poupado, se houvesse um organismo que sistematizasse dados e que os disponibilizasse para investigações científicas.

Identificados, de forma sucinta, os programas de informação semanal emitidos entre 1993 e 2003 nos canais generalistas portugueses, procurámos perceber as causas e modelos de comunicação subjacentes a essa oferta televisiva entendida enquanto “*texto global*”, que concebemos como tributário de um dado contexto que é estruturante de determinados significados. Centrámo-nos aqui nos “*processos*” e nas “*estruturas*” (grau de estabilidade financeira e organizacional das empresas, políticas editoriais e opções ao nível da engenharia de programação) dos quais nos aproximámos através dos textos publicados nos jornais generalistas e nas revistas de TV. Definido esse “*macrodiscurso televisivo*”, partimos para a construção de uma linha diacrónica da oferta informativa de horário nobre emitida ao ritmo semanal na RTP, SIC e TVI entre 1993 e 2003 e, num segundo momento, para o estudo dos programas de debate e de grande-entrevista, procurando saber quais os temas que foram aí destacados e quais os interlocutores escolhidos para os debater. Se para compreender a sociedade, é preciso vê-la (também) do exterior, julgamos que essas cenas mediáticas desenhadas nos programas informativos de conversação em estúdio constituem lugares privilegiados de observação da realidade social. São (teoricamente) acessíveis a todos, colocam actores de horizontes diversos em contacto uns com os outros e em comunicação com um vasto público, têm capacidade para integrar, através da imagem e do som, temáticas diferenciadas e dão a todos a ilusão, principalmente através da transmissão em directo, de que a mediação se situa num grau zero. Sendo formatos de considerável duração, os programas de debate e de grande-entrevista assumem-se como ecrãs privilegiados para reflectir aquilo que acontece, promovendo, desse modo, a construção de um espaço comum. Constituindo-se como lugar de rituais – como teremos oportunidade de explicar –, essas emissões poderão igualmente ser difusoras de certos retratos sociais. Não de extraordinários relatos das mitologias clássicas, mas de pequenos fragmentos do quotidiano, dispersos, heterogéneos, que tocam directa ou subliminarmente aquilo que estrutura uma sociedade.

Apurados os que considerávamos ser os principais vectores teóricos da problemática que nos ocupava e feita a análise dos canais generalistas e da respectiva programação informativa entre 1993 e 2003, nomeadamente dos formatos de debate e de grande-entrevista, iniciámos a redacção da nossa tese, que dividimos em três partes: a primeira consagrada aos fundamentos teóricos, a segunda dedicada ao estudo da informação semanal da RTP, SIC e TVI e a terceira vocacionada para uma síntese através da qual abrimos algumas vias de problematização e de continuidade deste tipo de investigação.

A **I Parte** – que intitulámos *Fundamentos teóricos* – compõe-se de cinco capítulos, no final dos quais há sempre um ponto com o título *A reter* que constitui não um resumo daquilo que foi escrito, mas apenas uma chamada de atenção para alguns aspectos que julgamos importantes.

Ao colocar no centro do nosso estudo a televisão, será importante perceber o seu lugar na sociedade. Assim, no **Capítulo 1**, discutir-se-ão modos de apreensão da TV, a partir de dois tipos de visão: crítica e integradora. Nessa delimitação de fronteiras, socorremo-nos, num primeiro momento, do contributo dos investigadores da Escola de Frankfurt e da corrente da Economia Política dos *Media* para discutir aquilo que designamos como “*a televisão económica*”; dos que apontam as limitações da imagem televisiva, como Sartori, Virilio, Baudrillard ou Postman; e ainda daqueles que assinalam constrangimentos estruturais da TV, como Pierre Bourdieu. Sendo um meio de abertura da sociedade a ela própria, a televisão constrói um “*mondo comum*”, através do qual classificamos e interpretamos a nossa experiência e a dos outros. A esse nível, o trabalho de Peter Berger e Thomas Luckman ajuda a entender não apenas a importância da distribuição social do conhecimento, mas, acima de tudo, o grau de construção inerente a esse processo. Também as investigações daqueles que se concentram no poder de *agenda-setting* dos *media* abrem perspectivas para ponderar a capacidade da televisão para fazer partilhar um saber colectivo. Para além de ser uma instância (re)produtora de um acervo de conhecimentos, a TV poderá igualmente ser uma impulsionadora de novas formas de vida. As teses de Harold Innis e de Marshall McLuhan iniciam esse caminho, que será complementado com as propostas mais recentes do filósofo Javier Echeverría, que deixa um retrato interessante de uma contemporaneidade que designa como “*Telepolis*”, onde os novos dispositivos tecnológicos, nomeadamente aqueles criados para e na televisão, são a chave para compreender as modificações que ocorrem na estrutura e nas funções sociais. O saber comum e as formas colectivas de vida que a televisão incentiva só se tornam possíveis na medida em que se reconheça a este *medium* capacidade para promover elos sociais. Anthony Giddens, Roger Silverstone, Jean Cazeneuve, Daniel Dayan, Elihu Katz, Dominique Wolton e Dominique Mehl dizem, cada um à sua maneira, como a televisão poderá ser “*promotora de elos sociais*”.

Para além de ser um importante meio de configuração social da realidade e de envolver substanciais índices de audiência, a televisão generalista apresenta cenas mediáticas que se assumem como importantes espaços públicos (mediatizados). É através dessas formas televisivas de publicitação da vida pública e privada que se institui um presente social através do qual se introduzem na consciência quotidiana acontecimentos/problemáticas diversas. Que papel terá a TV no espaço público? Será que redesenha novas fronteiras? As interrogações podem colocar-se no sentido inverso. Que modelos a sociedade actual fornece ao pequeno ecrã? Será que as emissões criam uma nova realidade ou recriam aquilo que está fora do pequeno ecrã? E o que é que encontram no ambiente exterior? É este tipo de questões que norteia o **Capítulo 2**, que iniciamos com a discussão das propostas de Jürgen Habermas no que diz respeito à formação e consolidação de um espaço público, para, num segundo ponto, discutir as mutações por que vem passando esse espaço que consideramos cada vez mais alargado.

Ainda que a análise de determinados programas proporcione novos entendimentos para a actividade televisiva, não ignoramos o alerta de diversos autores que defendem que um texto (um programa) deve ser compreendido dentro de uma estrutura global (uma grelha). Não pretendemos, com estas afirmações, menosprezar o contributo das análises textuais para a compreensão do sentido de uma grelha de programação, mas a valorização do macrotexto televisivo torna-se obrigatória num trabalho que entende o audiovisual enquanto discurso social. Assim, no **Capítulo 3**, prestamos particular atenção aos modos de sentido (às fases por que passou a televisão), aos modos de organização (ao conceito de programação e à conjugação dos respectivos elementos constituintes) e aos modos de relacionamento (às promessas de comunicação) subjacentes à TV.

As investigações realizadas ao longo das últimas décadas têm enfatizado a influência marcante dos *media* na (re)produção social da realidade. No Capítulo 1, apoiados em Peter Berger e Thomas Luckman, assinalamos o grau de construção inerente à oferta televisiva, no **Capítulo 4** apenas teremos em conta a informação que será perspectivada enquanto campo de responsabilidade social e enquanto espaço onde o espectacular tem lugar. Poder-se-ia pensar que se trata de vectores díspares. Não é assim que os entendemos. Ao incluirmos ao nível da responsabilidade social o interesse informativo, os desafios que as emoções colocam aos jornalistas e os traços distintivos de uma programação informativa de serviço público, estamos a discutir uma determinada forma de a TV reconstruir a realidade que visa reflectir. Ao fazer suceder a este ponto um outro que se detém, de maneiras diversas, na dimensão espectacular intrínseca à informação televisiva, estamos a reconhecer que, relacionando-se permanentemente com uma realidade exterior, esse tipo de emissões pretende devolver-nos um mundo comum que se situe próximo do universo dos telespectadores, sem ser um espelho fiel dele. São estes dois níveis que é preciso manter em equilíbrio.

Centrando-nos de modo particular em programas de debate e de grande-entrevista, seria necessário pensá-los enquanto *géneros televisivos*. Ao longo do **Capítulo 5**, procedemos, em termos genéricos, a uma espécie de arqueologia desse conceito. No campo literário, primeiro, e no campo jornalístico, depois. É de uma grande complexidade a teoria dos géneros e muito arriscada qualquer proposta para uma tipologia aplicável ao audiovisual. Juntando modos de expressão diferenciados (imagem e palavra), integrando a realidade e a ficção (e, muitas vezes, misturando-as), experimentando permanentemente novas formas de dizer e de mostrar potenciadas por tecnologias que não param de evoluir, a TV coloca diante de nós uma oferta que procura seduzir-nos, sobretudo pela surpresa. O que implica uma mudança contínua. Tudo isso torna facilmente obsoleta qualquer classificação de programas por géneros televisivos. No entanto, a definição é necessária, pois, como lembra Klaus Bruhn Jensen (1990), esses conceitos estruturam “*supertemas*” que auxiliam nos procedimentos interpretativos. Não só dos receptores em relação às respectivas emissões, mas também da TV relativamente à sua identidade que se (re)actualiza em cada formato. Neste capítulo, destacamos três géneros televisivos: a grande-entrevista, o debate e o *talk-show*.

A **II Parte** é reservada à *informação semanal dos canais generalistas entre 1993 e 2003*. No **Capítulo 6**, definimos as modalidades e as metodologias adoptadas. No **Capítulo 7**, procuramos, então, explicar que tipo de espaço público foi desenhado pela informação semanal ao longo dos primeiros dez anos de coabitação entre a TV pública e a TV privada. Esse capítulo analisa cinco momentos temporais, com base no seguinte guião de perguntas:

- Panorama Audiovisual Português (PAP) do ano em destaque
- Programação dos canais generalistas emitida nesse período de tempo
- Temas e convidados dos programas de debate, de grande-entrevista e *talk-shows*
- Tendências globais da informação semanal
- Dados mais relevantes nos anos que consideramos de transição

Os anos em destaque foram os seguintes: 1993, 1996, 1998, 2001 e 2003. Essa escolha será devidamente explicada no Capítulo 6.

Encontrando no pólo de produção mediática o principal eixo de estudo, este trabalho não negligenciou a audiência dos programas analisados, procurando ponderar até que ponto essas audiências condicionaram as opções de programação. No **Capítulo 8**, constatamos que o progressivo desaparecimento da informação semanal do horário nobre dos canais generalistas, principalmente privados, foi acompanhado por um decréscimo de audiências.

A fechar a II parte, o **Capítulo 9** destaca alguns *retratos esboçados nos plateaux de informação semanal*. Por exemplo: os ciclos temáticos por que passou essa programação; a preferência que os jornalistas manifestaram em relação às elites, nomeadamente os políticos e aquilo a que Sébastien Rouquette (2002) chama “*engenheiros do social*” (académicos, sociólogos, psiquiatras, etc.); a desvalorização que sempre houve do discurso do cidadão comum; a prioridade dada aos homens e a minimização do discurso mediático declinado no feminino; o progressivo desaparecimento de uma elite jornalística a quem era dada a condução dos debates televisivos; os nomes e os dias de semana escolhidos para as emissões informativas semanais e a ponderação da influência que os programadores e as audiências exerciam sobre a informação semanal que integrava a oferta televisiva em período nocturno.

A **III Parte** compõe-se do **Capítulo 10**, onde procuramos responder, de forma mais precisa, à pergunta que abriu a nossa investigação: que tipo de espaço público os programas de informação semanal dos canais generalistas esboçaram, ao longo de uma década, nos canais generalistas portugueses? Tão importante como aquilo que se diz é a proposta de leitura da realidade social lançada aos espectadores. Essa informação televisiva permitiu transformar o pequeno ecrã num actor de uma esfera pública racional e equilibrada? O que se destacou e quem foi chamado a debater essas questões mediáticas? A resposta foi sendo dada ao longo da II Parte, mas na III Parte vamos mais além daquilo que a análise empírica mostra e, integrando aquilo que fomos apresentando na I Parte, procuramos ponderar se, entre 1993 e 2003, tivemos a tal “*TV espelho*” para que vários investigadores apontam. Não sendo palcos de igualdade, as arenas televisivas que os programas de informação constroem através da conversação em estúdio não poderão ser democráticas. Se nas sociedades mediatizadas, como a nossa, *esse est percipi*, a visibilidade televisiva de certos campos sociais e de determinados interlocutores dada pelos programas de informação contribui para a sua crescente importância quer ao nível das esferas do poder, quer na vida de todos os dias. Poderíamos ainda colocar a seguinte questão: será possível atender ao interesse do público e excluir dos debates mediáticos os seus representantes?

Ao terminar a leitura deste trabalho, abrir-se-ão certamente outras questões. Pela nossa parte, gostaríamos de continuar a investigação em torno da informação televisiva com outros estudos, mas também queremos desafiar mais pessoas para essas pesquisas¹.

¹ Na parte final, apresentamos uma cronologia com vários dados relacionados com os canais generalistas portugueses. Trata-se de um convite para que outros juntem a este outros projectos de investigação.

I PARTE:

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Capítulo 1: Perspectivas teóricas sobre a TV na sociedade contemporânea

Identificar a TV com um *totem* pode parecer exagerado, mas há quem faça essa aproximação² que nos parece, aliás, pertinente pela relação permanente e de carácter emocional entre o *ente* que detém o poder e aqueles que com ele “contactam”; pelo grau e identificação das pessoas com o seu *totem* que, por seu lado, assume papéis quer de companhia, quer de auxiliador; e pelos rituais implicados nesse relacionamento. Se seguirmos García Avilés (1999), poderemos reiterar a ideia de que a TV, tal como o *totem*, é “*um objecto central que se percepção à força de não a poder evitar*”, representando e concentrando “*todas as esperanças e temores das tribos modernas*”. Tal como a relação que cada um dos telespectadores mantém com a programação televisiva, são múltiplas as visões que poderemos construir acerca da televisão. Depreciativas ou eufóricas. Pessimistas ou integradoras.

Neste capítulo, destacaremos posicionamentos teóricos que se situam em ambos os lados, procurando construir, a partir deles, uma espécie de terceira via que será paralela a cada um dos vectores que iremos apontando. Se, por um lado, aqueles que expressam críticas contundentes ao pequeno ecrã deixam na sua argumentação importantes contributos para reflectir as potencialidades do audiovisual, por outro lado, aqueles que manifestam um certo entusiasmo em relação ao papel que reclamam para a TV constroem um discurso que facilmente abre brechas para as fragilidades da televisão. Decorre daqui uma certa impossibilidade de criar separações rígidas. Aquela que será feita servir-nos-á como ponto de partida para uma reflexão mais ampla. Assim, dividiremos este capítulo em dois pontos, que darão conta do seguinte:

- visões pessimistas/críticas,
- visões integradoras.

² Cf. Le Diberder e Coste-Cerdan (1990) ou García Avilés (1999).

1. Visões pessimistas/críticas

Olhar a televisão como espaço público onde se discutem ideias, se trocam experiências, se partilham saberes e emoções constitutivas de inteligibilidade é, reconhecemos, uma atitude que encontra em alguns investigadores forte contestação. Percorrendo algumas teorias, defrontamo-nos com teses que transformam o audiovisual num meio que se impõe ora pela importância da rentabilidade económica que condiciona o desenvolvimento dos seus projectos, ora pelos constrangimentos estruturais que exigem uma forma de dizer e mostrar, ora pela força da tecnologia que remete os conteúdos audiovisuais para uma espécie de “*hiper-realidade*”... Escutamos essas vozes como se do *Apocalipse* bíblico se tratasse, ou seja, como *revelações* que, apesar de deixarem visões de um mundo perto do fim, buscam, tal como pretendia o apóstolo João, “*corrigir os cristãos que estejam confusos sobre o que é necessário para a salvação*” (Perkins, 1999: 359).

Poderíamos apontar vários teóricos que, ao longo de décadas, legaram imagens apocalípticas sobre o mundo da televisão. Porque o nosso trabalho se concentra na produção das mensagens, optámos por não enfatizar aqueles que incidiram o seu trabalho no campo da recepção, valorizando antes as perspectivas que se concentram na instância de emissão. A este nível, recolhemos importantes ensinamentos na Teoria Crítica, nomeadamente nos fundadores da Escola de Frankfurt, para quem os *media* se converteram numa “*indústria cultural*” à procura do lucro e desligada de preocupações com a qualidade dos respectivos produtos; seguimos, com interesse, as ideias daqueles que denunciam o poder das imagens televisivas, sublinhando os perigos de um tecnicismo desenfreado que neutraliza a conversação e aprisiona os cidadãos; e valorizamos o trabalho de Pierre Bourdieu, que alerta para a força dos determinismos estruturais do campo televisivo, deixando conceitos de grande produtividade para um trabalho, como o nosso, que pretende agarrar os principais elementos que configuram a identidade dos canais televisivos. Assim, desenvolveremos este ponto através dos seguintes vectores:

- *A televisão presa a pressões económicas.*
- *A televisão subordinada a dispositivos tecnológicos.*
- *A televisão dependente de constrangimentos estruturais.*

1.1. A televisão económica

É de um livro de Enrique Bustamante (1999) que retiramos a designação que dá título a este ponto. Perspectivando a televisão numa relação biunívoca com um mercado que considera estar em estreita ligação com um determinado quadro político-cultural, este investigador espanhol faz da lógica económica um vector fulcral no estudo das diversas fases da comunicação audiovisual. Essa influência da economia no campo dos *media* é reconhecida por diversas correntes, embora recolha interpretações divergentes. Destacamos aqui os posicionamentos, por um lado, de alguns membros da Escola de Frankfurt, claros opositores do papel que o capital desempenha nas chamadas “*indústrias culturais*” nas quais a TV se insere; e, por outro, dos investigadores inscritos na corrente da Economia Política dos *Media*, que salientam o lugar que o capitalismo tem na expansão das indústrias mediáticas.

Fundado em 1924 por iniciativa de Félix Weil, o Instituto de Pesquisa Social vinculou-se à Universidade de Frankfurt e cedo se confundiu com a academia, ficando conhecido como a Escola de Frankfurt³. Tendo nascido na época da República de Weimar, esta Escola sofreu um primeiro revés com a subida de Hitler ao poder, o que obrigou alguns dos seus membros, muitos deles judeus, a refugiar-se nos Estados Unidos, particularmente na Universidade de Colúmbia. Foi para lá que foram, entre outros, Max Horkheimer (1885-1973) e Theodor Adorno (1903-1969)⁴. É destes dois filósofos a autoria da *Dialéctica do Iluminismo*, um texto publicado em 1947 que marcará os estudos da comunicação pela proposta que aí fazem do conceito de “*indústria cultural*” (no singular) como sinónimo de criação homogénea de produtos culturais em consonância com as leis de mercado e com o modo de produção industrial. Produz-se em massa para abranger o maior número de pessoas e, conseqüentemente, conseguir maior lucro e disso decorrerá aquilo que se considera ser “*uma depravação da cultura*”. Neste contexto, exclui-se tudo o que se configura como risco e que pode, desse modo, desviar a atenção das pessoas ou, dito de outro modo, abalar o consumo. “*Aquilo que a indústria cultural oferece de continuamente novo não é mais do que a representação, sob formas diferentes, de algo que é sempre igual*”, escreve Adorno (in Wolf, 1994: 76). Percebe-se aqui uma ideia de dominação social, que se julga possível através de um eventual controlo exercido a nível psicológico que visa anular a autonomia do sujeito. Esta tese reflecte a influência das argumentações básicas da análise marxista e da psicanálise freudiana. Em 1978, é publicada uma obra colectiva, dirigida por Bernard Miège, intitulada *Capitalisme et Industries Culturelles*, na qual se defende que a produção cultural não pode ser vista como um todo submetido à mesma lógica, concluindo-se, assim, que não há uma, mas várias “*indústrias culturais*”. Ao contrário de Adorno et Horkheimer, Miège e os seus colegas defendem que os *media* têm um desenvolvimento específico, diferente entre eles.

³ O primeiro nome pensado para esta Escola foi *Instituto para o Marxismo*, mas ficou depois com a designação de *Instituto de Pesquisa Social*.

⁴ Estes filósofos voltam para a Alemanha em 1950, altura em que é reaberto o *Instituto de Pesquisa Social*.

Tal como Marx via na produção do sistema do capitalismo uma forma de obtenção de lucro e a religião como um meio de desviar os cidadãos das preocupações do quotidiano, os membros da Escola de Frankfurt encaram os *media* da sociedade capitalista como instrumentos de reprodução de uma cultura destinada a ser consumida de acordo com as leis do mercado e de incentivo à fuga da monotonia mecanizada do trabalho industrial, impedindo as pessoas de pensar questões importantes de modo aprofundado. Em ambos os contextos salienta-se o mesmo conceito-chave: alienação. No que diz respeito à televisão, Adorno defende que este meio reproduz as relações de força do aparelho económico e social. Assumindo a dimensão visível do quotidiano do espectador, tornando-se, por isso, um sistema de representação (de grande parte) da realidade social, o pequeno ecrã, à semelhança de outros produtos culturais, estaria ao serviço das classes dominantes, exercendo uma dominação ideológica de grande repercussão na sociedade⁵. Desta concepção dos *media* electrónicos, sobressai um espectador como mero receptor das mensagens da televisão em vez de ser seu criador:

“A maioria dos espectáculos televisivos tem por objectivo produzir, ou pelo menos reproduzir, as mesmas apresentações, passividade intelectual e ingenuidade que parecem encaixar-se nos credos totalitários, mesmo que a mensagem explícita e visível dos espectáculos televisivos possa ser anti-totalitarista.” (Adorno, 1991: 142)

Os membros da Escola de Frankfurt olham com grande desconfiança para os *media*. Alguns deles vêem-nos até como agentes de demonização da sociedade. É o caso de Herbert Marcuse⁶, outro fundador da Escola de Frankfurt. Na obra *O Homem Unidimensional*, escrita em 1964, fala do capitalismo e de uma racionalidade técnica que estruturam uma sociedade fechada, onde se controlam e integram todas as dimensões da existência e onde qualquer forma de oposição à ordem estabelecida é reprimida e convertida em formas de coesão e adesão. Desaparece, portanto, a bidimensionalidade do indivíduo, isto é, a capacidade para perceber, de forma crítica, aquilo que é a sociedade onde está inserido. Segundo Marcuse (1979: 42), *“a dominação invade todas as esferas da existência, privada e íntima”*. A instrumentalização das coisas estende-se na sua obra à instrumentalização dos indivíduos. Neste contexto, os meios de comunicação social, à semelhança de outras indústrias culturais, emergem como importantes agentes de socialização, uniformizando atitudes e hábitos (1979: 36-37). Tal como as restantes indústrias culturais, os *media* são concebidos como instâncias que reduzem o discurso e o pensamento sociais a uma única dimensão, a dominante, fomentando o conformismo e neutralizando a individualidade. *“O modo prevalecente da liberdade”*, afirma Marcuse (1979: 113), *“é a servidão”*. Neste tipo de sociedade, o indivíduo limita-se a consumir o que outros produzem para si, desenvolvendo-se uma unidimensionalidade, aquela que o capital impõe através dos bens que produz. A televisão perseguirá a mesma lógica, ou seja, limitar-se-á a reproduzir

⁵ Será este um dos pontos a merecerem destaque no estudo que desenvolveremos, através do qual vamos procurar saber até que ponto a televisão reproduz os discursos dominantes nos programas de informação semanal.

⁶ Marcuse (1898-1979), à semelhança dos seus colegas da Escola de Frankfurt, refugiou-se nos Estados Unidos após Hitler ter subido ao poder e aí permaneceu depois da guerra, ao contrário do que fizeram Adorno e Horkheimer.

discursos dominantes, incapaz de fazer emergir o novo ou de motivar os respectivos consumidores a reflectir sobre aquilo que lhes é dado a ver. Para Marcuse (1979: 168), são estas as regras de uma cultura industrial avançada onde “*o aniquilamento é o tributo do progresso, tal como a morte é o tributo da vida*”.

Pensar a TV como um meio que reproduz a lógica de dominação vigente na sociedade, capaz de neutralizar a capacidade crítica dos respectivos receptores, talvez seja uma concepção excessiva do poder deste *medium*. Apoiados em trabalhos sobre práticas culturais (cf. De Certeau) e em estudos de recepção televisiva (cf. Jean-Pierre Esquenazi), podemos afirmar que não se é tão passivo e crédulo como os membros da Escola de Frankfurt pareciam supor, o que torna frágil a crença que transforma a TV numa indústria que anula a individualidade e a capacidade de resistência do espectador. Rémy Rieffel (2003: 91) também reprova a alienação e o conformismo para que são atirados os consumidores dos produtos mediáticos, lembrando que os membros do Instituto de Pesquisa Social não alicerçaram o seu trabalho em pesquisas de terreno, em observações aprofundadas do verdadeiro comportamento dos indivíduos e das suas práticas efectivas de recepção⁷. Se assim procedessem, talvez tivessem concluído não ser possível assimilar a produção de objectos culturais à produção das necessidades⁸.

Certamente que as críticas que incidem sobre a padronização dos produtos culturais terão alguma pertinência. Todavia, por outro lado, convém reconhecer que o princípio da reprodução industrial torna mais acessíveis certas manifestações culturais, uma vantagem que os teóricos de Frankfurt tendem a ignorar, porque centram o seu trabalho numa crítica à rentabilidade económica que acompanhava a serialização da indústria cultural e numa concepção da cultura reduzida à “alta cultura” que, na opinião destes filósofos alemães, é neutralizada pela cultura de massas, nomeadamente pelos conteúdos veiculados nos *media*, em geral, e na televisão, em particular. Há outras propostas para essas mudanças que nos parecem mais operativas. Por exemplo, Dominique Wolton, no *Elogio do Grande Público*, propõe o conceito de “*cultura média*”; Abraham Moles, no livro *La Sociodynamique de la Culture*, fala em “*cultura-mosaico*”. Consideramos esta última designação bastante produtiva, na medida em que se refere a uma justaposição de fragmentos unidos um pouco ao acaso, mas inseridos numa estrutura que lhes devolve um determinado sentido. Não será isso que caracteriza uma grelha de programação, o alinhamento de um telejornal ou a composição do *plateau* de um debate televisivo?

⁷ Essa resistência aos estudos de campo viria a provocar uma ruptura entre Adorno e Lazarsfeld nos finais dos anos 30. A ruptura deu-se pelo facto de se opor ao desenvolvimento de uma pesquisa conjunta sobre os efeitos culturais dos programas musicais de rádio que obedecia a um plano de análise empírica determinado pelo financiador. Adorno argumenta que esse método neutralizava a perspectiva crítica. Adorno afirmaria mais tarde que nunca integraria um projecto que visasse “*medir a cultura*” (Adorno in Mattelert & Mattelert, 1997).

⁸ Martín Barbero (1987) considera que essa afirmação da “*unidade de sistema*” foi um dos contributos mais válidos da Escola de Frankfurt, mas também um dos mais polémicos.

Estes reparos, porém, não subestimam o interesse que a linha de investigação da Escola de Frankfurt poderá ter para quem hoje se propõe analisar a televisão enquanto espaço susceptível de fomentar o diálogo e a reflexão na sociedade. Nessa perspectiva crítica, encontram-se conceitos que ajudam a reflectir melhor o lugar da TV, mesmo para quem se recuse a concebê-la como uma instância anestesiante do tecido social, um novo “*ópio do povo*”. Centrados naquilo que pensam ser os fenómenos estruturais da época, o capitalismo e a industrialização, os membros da Escola de Frankfurt apresentam um vector de trabalho pertinente: o de perspectivar os objectos de análise como resultado de uma situação histórica específica e integrá-los no meio social onde são produzidos. Juntamente com Mark Poster (2000: 16), também pensamos que esses teóricos “*examinaram o funcionamento da economia capitalista e da ideologia liberal com argúcia e sofisticação*”. Podemos, é certo, apontar-lhes o facto de terem considerado irrelevantes os processos comunicativos, mas foi importante o seu esforço para entender os actores e aquilo que produzem como resultado da construção do espaço social, indicando os meios de comunicação social como instâncias indispensáveis a essa formação.

O trabalho da Escola de Frankfurt tem também o mérito de alertar para uma ideologia da propriedade que impera sobre o interesse público com repercussões visíveis na configuração da sociedade. Reconhecemos que hoje a força do paradigma económico subjacente ao conceito de “*indústria cultural*” encontra na lógica funcional dos *media* grande rentabilidade. Considera-se frequentemente que a engenharia de programação televisiva, principalmente em horário nobre, está ao serviço não daquilo que é importante para o público, mas daquilo que faz reverter audiências e, conseqüentemente, receitas publicitárias para as estações⁹. No entanto, ao contrário dos membros do Instituto de Pesquisa Social, queremos acreditar ser possível reivindicar alguma autonomia de acção para as empresas mediáticas. Ainda que o paradigma económico condicione o trabalho dos *media*, haverá interstícios por onde os respectivos profissionais, nomeadamente os jornalistas, podem passar para construir produtos mediáticos que correspondam ao interesse público.

Não se entendendo a televisão como limitadora da autonomia dos sujeitos nem tomando-a como próxima do modelo do fascismo que anestesia todos aqueles que com ela se relacionam, julgamos importante recuperar parte do caminho trilhado pela Escola de Frankfurt, já que ele leva a perspectivar essas mediações como instâncias que influenciam a reconstrução individual e colectiva da sociedade. Para Rémy Rieffel (2003:91), o mérito desses teóricos alemães foi salientar um fenómeno que não parou de crescer desde os anos 40: a cultura está cada vez mais dependente da actividade industrial. Partilhamos essa premissa que nos levará a equacionar a televisão enquanto “*indústria cultural*”, em intrínseca ligação com as potencialidades tecnológicas e os condicionalismos económicos.

⁹ Ao analisarmos a evolução da informação semanal, procuraremos apurar até que ponto os constrangimentos económicos, nomeadamente as audiências, influenciam a engenharia de programação feita ao nível desse tipo de oferta televisiva.

Ao longo dos anos 90, vários investigadores chamaram a atenção para a neutralização das conotações negativas do conceito de “*indústrias culturais*” e para os novos significados que lhe vinham sendo atribuídos. Enrique Bustamante (1999: 23) define-o como “*a transformação de uma parte da cultura, capaz de integrar o trabalho criativo numa matriz tecnológica e industrial, a fim de o transformar num produto destinado à respectiva venda a um público de massas*”. Num artigo intitulado “*As indústrias culturais na era dos media audiovisuais e das redes de difusão*”, Bernard Miège e Isabelle Paillart (1995) lembram que esse conceito fora criado há mais de meio século e que, nesse hiato de tempo, houve modificações que importa ter em conta. Os investigadores apontam três:

- a gama de produtos industriais ampliou-se e a maior parte das artes deu lugar à produção industrial;
- a difusão dos diferentes tipos de produtos ultrapassa as fronteiras nacionais;
- as indústrias culturais impuseram o seu domínio sobre a produção artística.

Também Graham Murdock (2005) assinala que o conceito de “*indústrias culturais*” tem sido esvaziado do seu conteúdo negativo, muito por conta da evolução daquilo que se entende por *industrial* que vem avançando do poder do capital e da propriedade para formas de poder alicerçadas na informação e no conhecimento. Em consonância com isso, afirma Murdock, esse conceito deixa de estar circunscrito a uma relação antagónica entre, por um lado, a diversidade cultural, e, por outro, a produção industrializada e a distribuição económica, para passar a referir-se a indústrias que se deslocam para o centro de uma nova economia *imaterial*. Se aceitarmos que hoje as indústrias culturais com mais poder, e consequentemente mais influentes, apresentam essa natureza imaterial, podemos afirmar que os meios de comunicação social assumem aí particular importância. Em distintos suportes (papel, audiovisual, digital), os vários *media* vão evoluindo e fazendo evoluir outras indústrias (como a cinematográfica, a musical...), mas a sua importância ultrapassa essas funções. Eles próprios assumem-se como uma espécie de matriz no processo de produção de bens culturais, apresentando igualmente quadros de acção social através da informação e dos conhecimentos que veiculam. A este nível, a televisão constitui uma indústria cultural poderosíssima. Enrique Bustamante (1999: 25) atribui-lhe o estatuto de “*líder*”, argumentando exactamente com a “*importância da sua oferta e do seu consumo e pelo papel capital que joga na promoção e comercialização das restantes indústrias culturais*”.

Num contexto de multiplicação de produtos culturais regulado por uma lógica de mercado, o Estado-Providência cede o seu lugar a grupos económicos que passam a ocupar um lugar de relevo nas sociedades contemporâneas. Se atendermos à composição desses grupos, reparamos que aqueles que detêm o controlo

de uma estação televisiva adquirem, não certamente por acaso, uma certa força no mercado e na sociedade¹⁰. Conscientes do poder económico que se concentra nas mãos de um número restrito de privados, várias vozes críticas têm alertado para os perigos que isso pode provocar nos conteúdos mediáticos e, conseqüentemente, no pluralismo e diversidade do espaço público contemporâneo. Basta ler alguns escritos de Noam Chomsky, de Serge Halimi ou de Ignacio Ramonet para aí se recolherem múltiplos alertas para os riscos e conseqüências inerentes a um universo da comunicação dominado por poderosos grupos económicos. Neste quadro, exige-se ao Estado uma maior capacidade de regulação para evitar desequilíbrios que o normal funcionamento das lógicas mercantis acaba por instalar. Essa é a linha da Economia Política dos *Media*, seguida, entre outros, por Vicent Mosco, Nicholas Garnham, Graham Murdock, Janet Wasko, Cesar Bolaño e, em Portugal, por Helena Sousa.

Uma das linhas produtivas da Economia Política dos *Media* é olhar as indústrias mediáticas como parte integrante dos processos económicos, políticos, sociais e culturais. Ou seja, os *media* não podem ser estudados de forma isolada da sociedade onde estão inseridos. Citando o trabalho de Murdock e Golding que colocam o capital como ponto de partida “*óbvio*” para a economia política da comunicação, Mosco (1996: 104) afirma que isso implica “*o reconhecimento de que os media são, em primeiro lugar e acima de tudo, organizações industriais e comerciais que produzem e distribuem mercadorias*”. Em consonância com isto, César Bolaño (1995: 25) defende que a indústria cultural representa não só uma vitória expressiva do capital e de um sistema económico, mas, acima de tudo, a constituição de uma cultura universal. Helena Sousa junta a isto um vector fulcral para pensar a economia política dos *media*: a convergência tecnológica que, na sua perspectiva, “*tem contribuído para a complexificação do mercado*” (2001).

Se a produção do processo de comunicação, nomeadamente o crescimento desse negócio e as respectivas ligações a uma economia política mais vasta, constitui o ponto de partida deste tipo de estudos, isso não significa, de modo algum, um fechamento a esse nível. A expansão da economia de consumo levou, nos últimos anos, a uma atenção particular às relações sociais e à organização desse consumo. Janet Wasko (2005) chama a atenção para os benefícios que a economia política dos *media* poderia ter se promovesse uma aproximação a outras correntes ou disciplinas. Por exemplo, aos estudos culturais que, focando áreas diferentes e seguindo caminhos distintos, se considera serem capazes de proporcionar valiosos elementos complementares. O estudo de relações de poder envolvidas na produção, distribuição e consumo feito num contexto social mais alargado e com a adopção de metodologias intrínsecas a outras correntes seria, segundo Wasko, um caminho produtivo cuja expansão, na sua perspectiva, não faria periclitar os fundamentos da Economia Política dos *Media*.

¹⁰ Para o estudo dos grupos mediáticos cf. Silva, Elsa Costa (2004). *Os Donos da Notícia: concentração da propriedade dos media em Portugal*. Col. Comunicação, Porto Editora.

Lembra Murdock (2005) que as questões relacionadas com a produção e o consumo cultural nunca são meramente económicas, mas relacionam-se igualmente com a distribuição do poder na sociedade e respectivas consequências no desenvolvimento do espaço público. Essa é uma linha de trabalho que poderá ser enriquecida se se atender à idiossincrasia do meio de comunicação através do qual esses produtos são criados, distribuídos e consumidos. No caso da televisão, estamos perante um meio privilegiado para uma economia de escala ilimitada: uma vez feito o investimento em determinado programa, um canal televisivo só tem a ganhar com o crescimento da audiência. Será dessa maximização do número de espectadores que resultará uma forte redução dos custos unitários. Pertencendo ao campo do entretenimento ou da informação, uma emissão seguirá essa lógica, a qual poderá ser minimizada num canal de serviço público cujo financiamento ultrapassa as receitas publicitárias e, conseqüentemente, as audiências que são vendidas aos anunciantes. Esta especificidade não é ignorada, por exemplo, por Mosco (1996: 148), que, citando Smythe, lembra que o processo de mercantilização intrínseco aos *media* apenas poderá ser compreendido pela tríade *media*/audiências/anunciantes. Esta produção de audiências em massa para os anunciantes contraria, de certa forma, as teses dos membros da Escola de Frankfurt para quem a ideologia capitalista das empresas mediáticas apenas estava ao serviço de uma reprodução ideológica dominante. Não é esse o posicionamento da Economia Política dos *Media* que situa a economia na base do sistema social. A esse respeito, Garnham (*apud* Silva, 2004: 34) afirma o seguinte:

“Porque o capital controla os meios de produção cultural no sentido em que a produção e a troca de mercadorias culturais se tornam a forma dominante de relacionamento cultural, não decorre daí que essas mercadorias culturais vão necessariamente apoiar a ideologia dominante.”

Tal como a sociedade se submete a diferentes plataformas de dominação, também a televisão está ligada a diferentes lógicas de poder. Antes de serem meios de difusão de conteúdos, os canais televisivos são empresas cujo financiamento depende do sucesso de um trabalho tributário da aceitação do público. Os membros da Escola de Frankfurt constroem uma teoria crítica que submete a TV a um capitalismo através do qual as classes dominantes asseguram a sua reprodução social. Os seguidores da Economia Política dos *Media* olham para os *media* tendo em conta a sociedade onde se inserem, ou seja, como parte integrante não só de processos económicos, mas também de sistemas políticos, sociais, culturais. A economia é o ponto a partir do qual se pensam outros vectores igualmente importantes. Neste contexto, convém equacionar até que ponto os factores económicos ditam uma determinada oferta televisiva, nomeadamente ao nível da informação. Se o tríptico televisão/audiências/anunciantes é uma equação estrutural ao nível da comunicação audiovisual, que margem de manobra terá um programador para criar uma grelha que não coloque em perigo o sucesso dessa conjugação?

1.2. As limitações da imagem

Uma imagem valerá por mil palavras? Nem sempre. É certo que para muitos a linguagem visual confere à TV um poder de representação da realidade superior ao da imprensa e ao da rádio, mas há quem considere que a evolução tecnológica tem vindo a colocar-nos diante de imagens de elevado grau de construção e, simultaneamente, demasiado afastadas da realidade, exigindo daqueles que as olham uma aprendizagem de códigos que podem ser de grande complexidade. É bom não esquecer que o excesso de luz provoca a cegueira, como afirmava Daniel Bounoux, responsável, juntamente com Régis Debray, pelos “*Cahiers de Médiologie*”, numa entrevista que lhe fizemos em 2002. Tal como o seu colega, Debray manifesta em várias obras bastante desconfiança relativamente às imagens. No livro *Cours de Médiologie Générale* (1991), propõe a reabilitação do conceito “*grafosfera*” sobre o da “*videosfera*”. O ceticismo em relação à imagem é muito antigo, mas, no que à TV diz respeito, reapareceu particularmente em trabalhos desenvolvidos a partir dos anos 80 do século XX. Grande parte desses discursos neo-apocalípticos inspira-se no determinismo tecnológico para sublinhar o poder alienante das imagens televisivas às quais se associam epítetos diferenciados, mas unidos pelo traço da construção de um mundo que aprisiona pelo analfabetismo, em Sartori; pela sofisticação, em Virilio; pelo simulacro, em Baudrillard; pela natureza narcótica, em Postman.

No livro *Homo Videns: La Sociedad Teledirigida* (1998), Giovanni Sartori traça o retrato de um indivíduo afogado em imagens que lhe usurpam a capacidade de perceber racionalmente o real. Marshall McLuhan havia defendido que “*o meio é a mensagem*”, sendo a evolução tecnológica encarada como coadjuvante do desenvolvimento. Para Sartori, ainda que o meio continue a ser a mensagem, a relação de mediação entre a TV (o emissor) e o respectivo telespectador (o receptor) atrofia as dimensões racional e simbólica do indivíduo, na medida em que se considera que qualquer informação é aí permanentemente convertida em espectáculo e esvaziada de significado. Partilha-se o mesmo postulado do investigador canadiano, mas elabora-se um diagnóstico oposto. O entendimento da televisão enquanto *meio* é constante em Sartori, tornando-se visível logo no prefácio do livro: “*Enquanto nos preocupamos em saber quem controla os meios de comunicação, não nos inquietamos com o facto de o instrumento, em si mesmo e por si mesmo, nos escapar ao controlo*” (1998: 11). Na sua opinião, isso acontece devido à natureza visual que estrutura a televisão. A crítica à imagem é devastadora. Através de uma metáfora clínica, Sartori fala dela como um “*tumor que cresce*” e que nos atira para uma progressiva “*enfermidade*” (1998: 41). Curiosamente os únicos programas que exclui do naufrágio da razão desencadeado pela imagem são os *talk shows*, emissões, explica, “*em que se fala e, portanto, a imagem passa para segundo plano*” (1998: 100). Poderíamos encontrar aqui uma certa abertura ao reconhecimento das potencialidades da TV, embora o investigador italiano acrescente que a cedência de prioridade àquilo que se diz e como se diz corresponde a um modelo de televisão “*atípica*”.

Se o evangelista João anuncia que “*no princípio era a palavra*”, sendo esta concebida enquanto epopeia criadora; este outro João garante que “*no final está a imagem*” e essa está longe de ser um lugar de racionalidade, assumindo-se mais como uma tragédia destruidora. Pela nossa parte, parece-nos excessiva a tese que faz da imagem o lugar de um pós-pensamento de grau zero. Se percorrermos alguns trabalhos de teóricos que estudaram a percepção – desde os filósofos pré-socráticos até aos mais recentes trabalhos da teoria da arte, da neuropsicologia ou da semiótica –, recolhemos um número infindável de argumentos que transformam a relação do Homem com aquilo que vê numa relevante fonte de conhecimento. Por ser um ponto de vista que também partilhamos, parafraseamos Rudolf Arnheim (1986), para quem “*o conjunto das operações cognitivas chamadas pensamento não são um privilégio das operações mentais localizadas acima e para além da percepção, mas sim ingredientes essenciais da própria percepção*”. Pensar e perceber seriam, segundo Arnheim, indissociáveis: “*Não parece existir nenhum processo do pensar que, ao menos em princípio, não opere na percepção*”. Num livro onde faz uma leitura crítica dos discursos apocalípticos sobre a televisão, Rodríguez Ferrándiz (2001: 103) também defende que “*negar a força demonstrativa, a utilidade didáctica, a sinergia positiva e a acessibilidade democrática das imagens dos media é redutor*”. Mesmo que estas sejam construídas “*para usos banais ou eticamente discutíveis*”, considera-se que “*isso não as invalida*”. Embora se possa discordar do pessimismo de Sartori em relação às imagens, há, no entanto, que reconhecer pertinência a algumas das suas anotações, particularmente à interrogação que levanta relativamente ao lugar que poderá ocupar o “*não-visível*” numa civilização da imagem ou, então, a constatação de que a televisão actual tende a favorecer não um “*Homo sapiens*”, mas um “*Homo videns*” que é cada vez mais um “*Homo ludens*”.

É também uma crítica devastadora aquela que Paul Virilio lança às imagens devolvidas por tecnologias que reflectem campos de visão situados fora do nosso olhar. A profusão daquilo que designa como “*próteses visuais e audiovisuais*” (1988: 25) da Idade Moderna é acentuada pela televisão, cujas imagens o filósofo considera atrofiarem a imaginação e prejudicarem a memória visual. Paul Virilio, à semelhança de Sartori, também se socorre de metáforas disfóricas para falar do impacte que as imagens electrónicas têm nos respectivos receptores, aos quais deixa o epíteto de “*disléxicos do olhar*” (1988: 29), vivendo embriagados por um infindável caudal de imagens que neutraliza qualquer capacidade reflexiva. Tal como acontece com o autor de *Homo Videns*, também aqui o determinismo opera ao nível sensorial ou perceptivo. Na essência, o autor de *La Machine de Vision* não difere muito de Sartori, mas nas variações de tom explora outros caminhos. A multiplicação de ecrãs em diferentes lugares e a crescente incapacidade dos respectivos receptores para agirem sobre esse novo campo da visão são notas de Virilio que lhe facilitam uma incursão pelo panóptico de Bentham e uma referência à obra de Foucault *Vigiar e Punir* para falar de

uma sociedade, a nossa¹¹, controlada por imagens (1988: 136-137). Poder-se-iam aqui descobrir vias que mostrassem os benefícios da re-territorialização que as novas tecnologias permitem. Não é esse o entendimento de Virilio, para quem essas novas ópticas tecnológicas apenas desencadeiam reflexos condicionados, impossibilitando qualquer reflexão comum.

Na obra deste filósofo – que curiosamente tentou ser pintor – é notório o cepticismo em relação ao futuro de uma sociedade que percebe ter sido conquistada por imagens, mas paradoxalmente não se apontam alternativas. Talvez não fosse esse o seu propósito. Em 2000, numa entrevista publicada na edição n.º 4 da revista chilena “*EtCetera*”, Virilio afirma que a sua geração “*apenas necessita de analisar os estragos do progresso*”, um trabalho que é, na sua perspectiva, “*o único que está por fazer*”. Pela nossa parte, pensamos que seria útil pensar para além daquilo que é apontado. Nos ecrãs da televisão como nos ecrãs do computador que Virilio considera os novos cárceres da sociedade contemporânea, preferiríamos situar pontos de partida para analisar novas configurações do olhar sobre a realidade construída por esses meios tecnológicos. “*Hoje já não olhamos o céu, mas os ecrãs*”, denuncia o filósofo numa entrevista à edição n.º 287 de “*Le Monde de l’Éducation*”. Descontado o eventual exagero da afirmação, através dela poderíamos ser levados a pensar que é já tempo de criar uma nova logística da percepção. Num livro onde analisa os discursos apocalípticos lançados sobre a televisão, Rodríguez Ferrándiz (2001: 121) inverte, com agudeza, o rumo de Virilio:

“As máquinas de visão, para além de representarem de forma verosímil o mundo visível, fazem conhecer realidades inacessíveis à percepção directa e são capazes de criar realidades carentes de referência real. Em todos os casos descritos, constroem a realidade, não uma realidade insidiosa, mas genuína: há que reconhecer a construção da realidade tanto como a ‘realidade da construção.’”

A ideia de construção social da realidade desenvolvida pela televisão é retomada por Jean Baudrillard, que a exacerba a ponto de perspectivar aquilo que as imagens fazem ver como uma permanente “*simulação*”, ou seja, como cópias sem original ou referente. Na senda dos teóricos anteriores, o autor de *La Transparence du Mal* e *Le Crime Parfait* (duas das obras onde se destaca o seu pensamento em relação aos *media* em geral e à televisão em particular) exprime um pessimismo epidérmico em relação ao audiovisual, que considera ter vindo a criar intensificações do real, sem, no entanto, o representar tal como ele é. Num mundo povoado de imagens, o homem torna-se, na sua perspectiva, incapaz de viver fora de uma construção imagética engendrada por uma tecnologia que renova permanentemente uma “*hiper-realidade*”, ou seja, um

¹¹ Esta visão é reiterada por muitos investigadores que elegem a televisão como objecto de estudo. Étienne Allemand (1980), por exemplo, encara-a como uma “*máquina de organização*” que se manifesta aos níveis do tempo e do espaço sociais, coordenadas que o pequeno ecrã controla pela instantaneidade, simultaneidade e globalidade que são intrínsecas ao meio (1980: 47). Na sua opinião, este controlo não se faz de modo disciplinador e arbitrário, como acontece com o modelo do panóptico descrito por Bentham, mas de forma sedutora, o que permite a Allemand caracterizar a televisão como uma espécie de “*panóptico invertido*” (1980: 307). Também esta investigadora não deixa uma ideia positiva da actividade televisiva que encara como criadora de “*alvéolos*” que aprisionam o telespectador e que comprometem a comunicação primária. Allemand (1980: 45) fala mesmo de um tempo em que o espaço-tempo individual e social é preenchido material e psicologicamente pela televisão.

mundo de simulacros cada vez mais desligado do real. Em *Simulacros e Simulação* (1991), este sociólogo devolve-nos um retrato estranho da sociedade contemporânea, pendurada em realidades sem referentes, evoluindo aglutinada a signos auto-referenciais que apenas existem no momento da sua troca. Nesta linha, fácil será perceber que a representação do sujeito se torna inviável. O mundo pertence ao objecto simulado. Nesse plano, é vã qualquer tentativa de procurar a verdade daquilo que se mostra ou qualquer esforço de racionalização perante aquilo que se vê.

Se da Escola de Frankfurt aproveitamos a ideia de “*indústria cultural*”, de Jean Baudrillard recuperamos a aplicação do conceito de “*consumo*” às sociedades de capitalismo avançado, as nossas. Poder-se-ia perceber aqui alguns ecos das teses de Adorno e Horkheimer, mas, ao contrário destes, o sociólogo francês não aborda o consumo pelo paradigma económico: opta, antes, pelo ângulo da semiologia, introduzindo a indústria cultural na estrutura de signos e do respectivo intercâmbio social. “*A lógica social de consumo não é, de modo algum, a da apropriação individual do valor de uso de bens e serviços. É uma lógica da produção e manipulação de significantes*”, escreve na obra *A Sociedade do Consumo*. Nesse processo de transformação das mercadorias materiais em significantes sociais, os *media*, particularmente os electrónicos, têm um papel fulcral. Na televisão, trocam-se essencialmente significantes flutuantes e é dessa forma de estruturar a linguagem e de promover uma troca simbólica que emerge um código específico de consumo, que se expande através de signos sem significado e sem referente. Comunicam-se formas de estar e de vida que apenas existem na sonoridade do discurso ou na materialidade das palavras e é a partir disso que se constroem (e multiplicam) significados. Já não importa a produção como pretendeu fazer crer Marx, valoriza-se sobretudo a troca, pois é aí que se reproduzem e controlam as identidades sociais. Estamos ao nível de uma “*hiper-realidade*” que estrutura uma sociedade através de modelos de sedução¹².

Registamos com interesse a reacção de Baudrillard ao argumento que Hans Magnus Enzensberger desenvolve no artigo “*Constituents of a Theory of the Media*”¹³, publicado em 1970 na “*Left Review*”, no qual criticava os intelectuais da esquerda ocidental por aquilo que considerava ser uma incapacidade para compreender o desafio que os *media* electrónicos constituíam para as formas de acção e organização políticas. Embora reconheça que os meios de comunicação social se encontram sob o domínio das classes dominantes, Enzensberger¹⁴ defendia que a sua “*estrutura é igualitária*”, julgando, pois, possível pensar

¹² Baudrillard serve-se deste conceito para título de um dos seus livros: *De la Séduction* (1979), Ed. Galilée.

¹³ Como sublinha Mark Poster (2000: 26), este ensaio, “*importante na época, por ser, no mundo ocidental, uma das raras obras teóricas de um socialista sobre os media, ilustra os problemas do excessivo entusiasmo pelas características inovadoras da sociedade dos media*”.

¹⁴ Ainda que no artigo que escreveu na “*Left Review*” revele algum optimismo quanto às potencialidades da televisão, Enzensberger, passados poucos anos, fará um diagnóstico bastante crítico do audiovisual. Em *Mittelmaß und Wah*, escrito em 1988 (traduzido em francês com o título *Médiocrité et Folie*), o filósofo alemão caracteriza a televisão por uma permanente ausência de conteúdo, principalmente num tempo, o nosso, em que o pequeno ecrã desenvolve uma programação concentrada no “*contacto*” que se pretende estabelecer com o público, descurando a qualidade para sobrevalorizar a quantidade de espectadores que determinada emissão atrai. Enzensberger desvaloriza as teses daqueles que encontram aqui um sinal da alienação de quem vê essas emissões, afirmando que esse tipo de programas proporciona momentos que os telespectadores aproveitam para se rir daquilo que sabem ser maus programas.

através deles a participação da massa num processo social produtivo. O que seria necessário, segundo advoga, era que eles evoluíssem de um “medium de distribuição” para um “medium de comunicação”. Num capítulo que intitula “Requiem pelos media”¹⁵, Jean Baudrillard refere-se a isto como um “sonho”, aquele que quer “arrancar os objectos ao seu valor de troca para os restituir ao seu valor de uso” (1981: 215). Rejeitando a ideia de que os *media* sejam “pura e simples distribuição”, o sociólogo francês vê-os como potenciadores de uma relação social específica: a de “abstracção e separação” (1981: 216). Há emissão, há recepção, mas não existe qualquer resposta efectiva, o que torna desequilibrado o processo social que eles desencadeiam. Ainda que se julgue possível instituir a tal possibilidade de resposta, avançando-se o requisito de uma “subversão de toda a estrutura” (1981: 218), afirma-se, mais à frente, que a expressão “troca recíproca e simbólica nega a noção de medium, de intermediário” (1981: 226). Tal como Habermas responsabilizou os *media* pelo esvaimento da racionalidade do espaço público, também Baudrillard atribui à generalização das imagens, particularmente as televisivas, a transformação do espaço público num espaço publicitário onde já não é possível gerarem-se debates de relevância social. Se, por um lado, se reconhece que “há cada vez mais informação”, por outro também se assegura que “há cada vez menos sentido” (1979b: 107). Numa sociedade que se renova na troca de signos sem referentes, torna-se inviável a promoção de discussões que se desenvolvam sob o traço racionalidade. Sobretudo nos meios de comunicação social. Aceitando que o “meio é a mensagem”, Baudrillard defende que as consequências do princípio de McLuhan estão longe de estarem esgotadas: “O meio é a mensagem não só significa o fim da mensagem, mas também o fim do meio. Já não há media no sentido literal do termo, ou seja, de instância mediadora da realidade” (1979: 111). Antes de negar aos meios de comunicação social qualquer poder para se constituírem como elos da sociedade, o sociólogo afirma que “os media, no fundo, neutralizam as relações sociais” (1979b: 108).

Esta visão dos meios de comunicação social como “antimedidores, intransitivos” (1981: 217) e fabricantes da “não-comunicação” poderá ser um tanto radical, mas as teses de Jean Baudrillard têm, pelo menos, o mérito de alertar para a importância da instância receptora enquanto parte constituinte de qualquer relação social que os *media* pretendam encetar. Todavia, o sociólogo mostra-se bastante céptico em relação à competência dos receptores para descodificarem um sentido nas mensagens de massas. É do excessivo que fala a obra de Baudrillard. Há imagens, muitas imagens, mas nunca se consegue uma aproximação à realidade. Há uma multiplicação de meios de comunicação, mas nunca se cumpre um pleno processo comunicativo. Não é este o retrato que fazemos da sociedade contemporânea. No entanto, o sociólogo deve ser reconhecido pelo seu esforço em tentar analisar o impacte social dos meios electrónicos de comunicação, socorrendo-se, para isso, de uma análise centrada na linguagem a partir da qual analisam as experiências sociais. Como veremos à frente, Habermas já havia feito uma iniciação por esse caminho, mas o trilho percorrido pelo filósofo alemão revelou um quadro de análise social muito diferente. Baudrillard não pensa o social a partir da realização da racionalidade dos actores, mas assente numa nova estrutura de comunicação

¹⁵ Este capítulo está integrado num livro cuja versão original foi publicada em 1972: *Pour une Critique de l'Économie Politique du Signe*, Gallimard.

donde emergem significantes sem referentes que se revelam, na sua opinião, estruturantes da sociedade actual. Mark Poster (2000: 129) considera mesmo que a sua obra “*abala os alicerces actuais da teoria crítica, mostrando como as suas epistemologias racionalistas são desadequadas para a análise dos media*”. Ao falar da “*era dos simulacros*” que o desenvolvimento tecnológico tornou possível, Jean Baudrillard incita, pelo menos, a duas reflexões importantes. Por um lado, a atender às capacidades que as máquinas mediáticas têm para desenhar o real e, conseqüentemente, às formas de conhecimento e de relacionamento sociais que essa construção motiva/condiciona. Aprender aquilo que nos é dado ver passa também por um processo de compreensão dos modelos criados pelas tecnologias. Por outro lado, os “*simulacros*” que o sociólogo francês encara como o vector estruturante da sociedade actual instalam novas linguagens que, por sua vez, convocam determinadas formas de percepção. Se a visão predomina sobre o sentido auditivo, o entendimento daquilo que nos circunda não exige a discussão racional de ideia – para a qual é obrigatório convocar sobretudo o ouvido –, mas a elaboração de imagens que retenham o nosso olhar. Ainda que não tomemos o “*simulacro*” como princípio do real, pensamos, com Louis Quéré (1982: 104), que é necessário “*saber como se fabrica a matriz estratégica que o constitui*” ou, por outras palavras, procurar conhecer os elementos que constroem essa realidade que Baudrillard pretende arrastar para o domínio do “*hiper*”.

Interpretando a tecnologia como criadora de “*novas concepções do que é real*”, Neil Postman (1994: 19), cujo trabalho pode ser inscrito na corrente do determinismo tecnológico¹⁶, abre um caminho que permite pensar a televisão enquanto meio que, independentemente dos conteúdos transmitidos, configura uma nova sociedade. Sem ter o audiovisual como única referência, o investigador norte-americano detém-se nas tecnologias em geral para, a partir delas, construir um modelo societal que designa como “*tecnopolia*”¹⁷, ou seja, uma sociedade onde as tecnologias condicionam usos e determinam fins. Fala-se, pois, de uma revolução profunda não só ao nível da acção prática como também ao nível dos valores. Por exemplo, os da “*liberdade, verdade, inteligência, sabedoria, memória e história*” (1994: 15). Poderia este ser um prognóstico alarmista da sociedade do futuro. Antes de o ser, Postman garante que ele já se reflecte em território norte-americano, “*a única cultura*”, escreve (1994: 49), “*a ter-se transformado em tecnopolia*”. Discípulo de McLuhan, Neil Postman interpreta o aforismo “*o meio é a mensagem*” com uma atenção apurada aos elementos epistemológicos, erguendo uma teoria nada eufórica em relação a uma “*tecnopolia*”. Seguindo as propostas do pioneiro da corrente do determinismo tecnológico Harold Innis, Postman (1994: 25) tenta demonstrar que as novas tecnologias alteram os nossos interesses (“*as coisas em que pensamos*”), modificam os nossos símbolos (“*as coisas com que pensamos*”) e transformam as nossas comunidades (“*a arena onde se desenvolvem os pensamentos*”).

¹⁶ Ainda que parte daqueles que integram o seu trabalho na corrente do determinismo tecnológico encare a tecnologia como um progresso, como, aliás, veremos mais à frente, há quem demonstre um certo cepticismo em relação a essas inovações. É o caso de Jacques Ellul (1912-1994), um dos primeiros teóricos desta corrente a sublinhar as conseqüências negativas do desenvolvimento tecnológico. No livro *The Technological Society*, este filósofo classifica o indivíduo da sociedade tecnológica como “*uma lesma dentro de uma fenda*” (1964: 135), ou seja, como alguém condicionado pela autonomia esmagadora dos sistemas tecnológicos.

¹⁷ No original: “*technopoly*”.

De *Technopoly: the Surrender of Culture to Technology* não se apuram elementos que transformem o autor num tecnófilo. Em relação à televisão, reconhece que se trata de um instrumento que dirige não só os nossos conhecimentos do mundo, como também as nossas percepções das maneiras de o conhecer: Todavia, convém não ignorar aquilo que se escreve nas primeiras páginas da obra: “*Mesmo alguém com uma atitude pessimista deve começar a sua crítica da tecnologia reconhecendo os seus sucessos*” (1994: 14). Postman falava de Freud, mas a referência poderia ser ele próprio. Do retrato que faz daquilo que diz ser uma “*tecnopolia*” sai um futuro pouco favorável para uma sociedade onde, na sua perspectiva, as tecnologias instalam, através dos usos que prescrevem, uma ideologia em relação à qual os indivíduos perdem toda a autonomia, sendo, grande parte das vezes, tratados como “*máquinas*” (1994: 51). Antes de esboçar as características de uma sociedade que nos aprisiona numa “*tecnocracia totalitária*” (1994: 49), Postman, num livro que intitulou *Amusing Ourselves to Death* (1985), deteve-se na televisão para falar de uma cultura anestesiada por um meio que considera estar a conduzir-nos para a “*estupidez colectiva*”. Por suscitar emoções, a TV é encarada como propícia apenas ao divertimento e é através deste vector que actuam quer os produtores, quer os receptores das mensagens. Na sua perspectiva, o pequeno ecrã transformou tudo numa “*grande arena para o show-business*” (1985: 83-98), sendo, portanto, infrutíferas as tentativas de nele introduzir um debate sério e racional. Aquilo que constitui a actualidade televisiva é, segundo Postman, “*um mundo de fragmentos em que os acontecimentos aparecem isolados, sem nenhuma conexão com o passado, ou com o futuro, ou com outros eventos*” (1985: 110). Por outro lado, os telespectadores já “*não sabem do que se estão a rir e por que haviam parado de pensar*” (1985: 163).

A possibilidade de a TV configurar um espaço público é, seguindo este ponto de vista, inviável. Já o era em Habermas, como explicaremos no capítulo seguinte. Também se presente em Postman uma certa sintonia com Paul Lazarsfeld e Robert Merton¹⁸, dois sociólogos pertencentes à corrente funcionalista que, para além de acrescentarem ao processo comunicativo mais uma função às três que foram propostas por Harold Lasswell¹⁹ (a do “*divertimento*”), se destacaram por assinalarem nos *media* a presença de disfunções.

¹⁸ Embora inscritos no paradigma funcionalista da comunicação, Lazarsfeld e Merton foram influenciados pela sua experiência como judeus e partilham as mesmas preocupações de Adorno quanto à influência dos meios de comunicação de massas nas populações. Apesar de reconhecerem que os *media* possibilitam aos cidadãos o acompanhamento da actualidade, defendem que esses meios também levam os respectivos receptores a dedicar menos tempo a agir sobre esses acontecimentos, na medida em que promovem a apatia e a inércia. Estas teses foram influenciadas pelo modelo das “*balas mágicas*” segundo o qual se reconhecia aos meios de comunicação social a capacidade de manipulação de comportamentos. Estes investigadores interessavam-se, antes de tudo, por responder à questão: *Para que servem os media?*

¹⁹ Preocupado em estudar as funções e a estrutura do sistema dos meios de comunicação social, Lasswell cria, em 1948, um modelo de comunicação baseado nas perguntas: Quem? diz o quê? em que canal? a quem? com que efeito?. Segundo as suas teses, o processo de comunicação preenche na sociedade três funções principais: a) a vigilância do meio, revelando tudo o que poderia ameaçar ou afectar o sistema de valores de uma comunidade ou das partes que a compõem; b) o estabelecimento de relações entre as componentes da sociedade para produzir uma resposta ao meio; c) a transmissão da herança social (*in* Mattelart, 1997: 34). Ainda que o modelo tenha chamado a atenção para a importância das análises de controlo, de conteúdo, dos meios, das audiências e dos efeitos, ele apresenta, por outro lado, bastantes limitações. Por exemplo, não prevê o *feedback* do receptor e pressupõe que as mudanças são sempre visíveis por quem recebe as mensagens. Recorde-se que o trabalho de Lasswell (1902-1978) se desenvolve num contexto de pós-guerra, período em que se acreditava que a derrota dos alemães se deveu ao trabalho de propaganda dos aliados. Acreditava-se, pois, que os *media* agiam segundo o modelo da “*agulha hipodérmica*”, conceito que Lasswell usou para falar do efeito directo e indiferenciado dos meios de comunicação social.

Por exemplo, a “*disfunção narcotizante*”. O que se tem aqui em mente não são os narcóticos que aumentam a consciência ao nível da percepção, mas aqueles que induzem à sonolência. Jerry Mander (1999: 209) vai longe neste argumento, defendendo que a TV não funciona apenas como se de uma droga se tratasse; ela é uma droga: “*A televisão separa as pessoas do seu ambiente, separa-as umas das outras e dos seus próprios sentidos*”. Este argumento que atribui à TV um grau zero de informação, mas que lhe confere poder de retirar aos telespectadores qualquer capacidade crítica em relação àquilo que vê, foi muito explorado em vários autores que se pronunciaram sobre as funções do audiovisual. Em *Boxed In: The Culture of TV*, Mark Crispin Miller (1988: 148) argumenta que “*a TV age como um obstáculo que retarda o progresso social. Ao enfatizar apenas os acontecimentos mais visíveis, a TV antes de tudo oculta a realidade*”. Poucos anos depois, William Greider, no seu livro alarmista *Who Will Tell the People: The Betrayal of American Democracy* (1992), fala de uma “*cidadania com cérebros mortos*” produzida pela televisão, uma posição que se aproxima das teses de Adorno. Face a estes argumentos, Ellis Cashmore (1998: 230) escreve: “*Aceitarmos como produtos não significa que precisamos de nos ver como tolos anestesiados*”. Adoptamos o mesmo ponto de vista, quando confrontados com as teorias que seguem o determinismo tecnológico. Reconhecer à televisão a sua força enquanto *meio* não significa torná-la refém de uma não-realidade que nos aliena, que nos anestesia e que nos subtrai o pensamento.

1.3. Os constrangimentos estruturais da TV

Estruturada por um tempo sempre escasso²⁰, a televisão na sua vertente informativa absorve uma ínfima parte da realidade. Por vários motivos: porque os programas apresentam um formato dentro do qual aquilo que acontece se desenha de determinada forma (notícias, grande-reportagem, entrevistas/debate); porque os factos são, por vezes, inacessíveis; porque o tempo do acontecimento nem sempre se sincroniza com o tempo mediático; porque nem sempre aquilo que acontece se integra nos critérios de noticiabilidade mediática... Significa isso que, subjacente às emissões informativas que os canais televisivos exibem em determinadas franjas horárias, existe uma esfera organizacional específica em consonância com uma determinada engenharia de programação e apta a acompanhar a imprevisibilidade daquilo que vai acontecendo e, por isso, com certas rotinas que asseguram alguma estabilidade no interior de uma corrente de informações que permanentemente chega às redacções oriunda das mais diversas fontes. Em televisão, como noutros suportes mediáticos, o que conta mais é talvez o que menos se vê. A linha editorial adoptada, a cultura jornalística, a forma como se organiza uma redacção, os dispositivos de um programa e os profissionais aí envolvidos estão subjacentes a qualquer emissão informativa, mas os telespectadores nem

²⁰ Afirma Nelson Traquina (2002: 147) que, “*se o campo jornalístico fosse um país chamado Novaslândia, a paisagem desse país estaria marcada por tudo quanto é sítio pela presença de relógios*”.

sempre têm consciência dessa estrutura física e mental que, por seu lado, está em equilíbrio precário devido às permanentes influências externas vindas de diferentes campos e às iniciativas promovidas pelos profissionais do audiovisual (jornalistas, produtores, realizadores...). As propostas conceptuais de Pierre Bourdieu e de Anthony Giddens, apesar de não serem coincidentes, abrem-nos importantes caminhos para pensar a televisão enquanto estrutura estruturada pela sociedade, enquanto estrutura estruturante da rede societal que a envolve e, sobretudo, enquanto estrutura que reúne no seu interior determinadas propriedades que condicionam certos modos de agir, de falar e de ver.

Não é tanto nas apreciações (negativas) que Pierre Bourdieu faz sobre a televisão que colhemos os ensinamentos mais importantes para pensar a complexidade do audiovisual, mas sobretudo nos conceitos que usa para reflectir a sociedade. Por exemplo, a noção de “*campo*”, quando aplicada aos *media*, nomeadamente à TV, revela-se bastante frutífera, na medida em que através dela chegamos a constrangimentos estruturais que estão dentro, mas que podem situar-se também fora do campo televisivo. Ao fazer assentar a sociedade em relações de força e em mecanismos de dominação²¹, Bourdieu lega-nos igualmente um conjunto de ideias de grande produtividade num trabalho que, como o nosso, se propõe pensar a televisão como meio que configura um determinado espaço público, mas que também é influenciado por ele. Referimo-nos, sobretudo, aos conceitos de “*capital*”, “*luta*” e “*violência simbólica*”²², através dos quais o sociólogo francês desenha um corpo social que se submete à cultura da classe dominante que impõe, por diferentes meios, determinados modos de representação. Assinalamos ainda as noções de “*práticas sociais*” e de “*habitus*” como importantes vectores para a compreensão da actividade jornalística.

Para ser considerado como tal, um “*campo social*” necessita de reunir traços específicos. À semelhança dos fonemas da língua que adquirem valor pelo seu carácter distinto em relação aos outros que lhe estão contíguos, também um campo social conquista a sua identidade pela função social específica que cumpre, ou seja, existe na exacta medida em que não há outro que apresente a mesma competência. A formação de um campo implica a constituição de papéis específicos, a criação de relações sociais particulares e a formação de valores próprios. Apoiado em Marx e em Weber, Pierre Bourdieu refere-se aos “*campos sociais*” como sistemas estruturados, constituídos por um “*capital comum*” e por uma “*luta*” pela sua apropriação. Constituindo-se como instâncias mediadoras entre o individual e o social, os campos sociais caracterizam-se por relações de “*força*” e de “*sentido*” entre dominantes e dominados que lutam por impor uma dominação. Esta actua na forma de uma “*violência simbólica*” que poderá desenvolver-se no seio de

²¹ Sublinhe-se que nos afastamos desta ideia de ver o actor social como executante inconsciente de mecanismos de dominação, pois cremos que aquele que age tem frequentemente consciência da sua situação de dominado e dos mecanismos dominantes. Se assim não fosse, como se justificariam os movimentos de contestação social ou política?

²² As obras de Pierre Bourdieu *Domination Masculine* e *Ce que parler veut dire* exploram os mecanismos de “*violência simbólica*”, através dos quais se impõe a cultura de uma classe dominante.

determinado campo como estender-se a outros campos sociais, influenciando a sua matriz estrutural e o seu significado funcional. Sendo perceptível a influência do marxismo e do estruturalismo na obra de Bourdieu, nota-se um certo desvio dessas correntes. Por um lado, há a passagem de uma perspectiva centrada no poder económico para outra que valoriza também outros capitais (por exemplo, o cultural e o político); por outro, reconhece-se aos campos sociais um certo dinamismo que lhes permite uma evolução ao longo dos tempos.

Se continuarmos a seguir a teorização que Bourdieu faz sobre os “*campos sociais*”, surge-nos outro conceito que importa reter: o das “*práticas sociais*” que aí se desenvolvem. Encarando-as como um processo contínuo de invenção, o sociólogo francês limita-as pelas condições apreendidas através de esquemas socialmente constituídos que organizam a percepção (1980: 90). O agir social é, então, entendido não como produto da vontade consciente dos actores, mas como comportamentos ajustados às condições da acção, ou seja, às “*possibilidades práticas*” proporcionadas pelos “*campos*” através de mecanismos estruturados que garantem a regularidade da vida social. Um conceito que ajuda a entender a organização dessas “*práticas sociais*” e a percepção do mundo é o de “*habitus*” que Bourdieu (1980: 88) define como “*sistemas de disposições duráveis, estruturas estruturadas, predispostas para funcionar como estruturas estruturantes, ou seja, princípios geradores e organizadores de práticas e representações*”. Portador de distinção, o “*habitus*” gera práticas distintas e distintivas através de uma unidade de estilo subjectiva, mas não individual, que se estende a todos os membros de uma classe ou grupo com idênticas origens sociais ou sujeitos às mesmas condições materiais de existência. É através deste conceito, que designa maneiras de ser ou de pensar de várias pessoas, que se torna possível, de acordo com Bourdieu, perceber a lógica das “*práticas sociais*”. Cada “*campo*”, porque reúne traços idiossincráticos (mecanismos próprios de capitalização de recursos, papéis específicos, relações sociais particulares e valores próprios), estrutura formas particulares de “*habitus*” da mesma forma que “*habitus*” específicos estruturam “*campos*” distintos. Por isso, estes dois conceitos estão sempre em permanente correlação.

Perante o múltiplo e o fragmentado que os “*campos sociais*” instalam e perante “*práticas sociais*” que se multiplicam permanentemente, é natural que o indivíduo se sinta por vezes desenraizado e experimente algumas dificuldades de adaptação. Neste quadro, evidencia-se a necessidade de mediação entre diferentes realidades, que coloquem em comum quadros partilháveis, que incentivem interações. Numa sociedade dispersa, torna-se fundamental reunir públicos diversificados e afastados. A comunhão de ideias e a consciência dessa partilha são estratégias de união daquilo que parece longínquo. É neste espaço que os meios de comunicação, sobretudo na vertente da informação, conquistam o seu lugar como “*campo social*”, cuja função primordial é a de mediação entre diferentes estruturas sociais.

O “*campo dos media*” seria, como sublinha Pissarra Esteves (1998: 117), “*uma resposta funcional às crescentes exigências comunicacionais induzidas pelos outros campos sociais*”. Concordando que, para além dos *mass-media*, existem outras mediações simbólicas que promovem ligações sociais, como recorda Adriano Duarte Rodrigues²³ (1990), tomamos aqui os meios de comunicação social como os principais elementos do “*campo dos media*”, arriscando ir mais além para falar do “*campo da informação jornalística*”, recortando nele a crescente importância do “*subcampo*” da informação televisiva. Manifestando reserva relativamente à capacidade de informação do audiovisual, Bourdieu admite que este *medium* “*tende a tornar-se dominante, económica e simbolicamente, no interior do campo jornalístico*” (1997: 42). Se invocarmos aqui a teoria dos actos da linguagem de Austin, constatamos que a mediação televisiva, porque feita através de discursos oral e visual, tem um forte valor pragmático. A linguagem, para além da força ilocutória, tem também um valor perlocutória, o que confere à expressão uma capacidade performativa, salientada, aliás, pelos estudos que se debruçam sobre os efeitos dos meios de comunicação social. É também através desta via que se reconhece a força da televisão perante a sociedade. Bourdieu é mais cauteloso no reconhecimento das potencialidades do pequeno ecrã. Centrando-se na informação televisiva, assegura que aquilo que se difunde é “*aproximadamente nada*” (1997: 11), mas aquiesce no que diz respeito à visibilidade que o audiovisual confere à realidade social e na influência que tem junto dos espectadores, indo ao ponto de declarar que “*a televisão tem uma espécie de monopólio sobre a formação dos cérebros de uma parte muito importante da população*” (1997: 10). Talvez seja difícil perspectivar o audiovisual como campo autónomo. Em comum com outros meios, poder-se-iam apontar exemplos ao nível das funções (o cinema também tem uma função de entretenimento e a imprensa uma função informativa), dos profissionais (existem jornalistas que repartem o seu trabalho entre a rádio e a televisão) ou do sistema de sanções (a obstrução à visibilidade pode também ser adoptada pela imprensa). Mas, servindo-nos dos vectores apontados por Bourdieu para a estruturação dos “*campos sociais*”, é possível identificar na televisão relações sociais particulares, papéis específicos, valores próprios, princípios geradores e organizadores das práticas que aí se desenvolvem, como veremos quando analisarmos o “*macrodiscurso televisivo*”, o que nos dá alguma legitimidade para, pelo menos, considerar a informação televisiva um “*subcampo*”.

Retomando o conceito de “*habitus*” de Pierre Bourdieu, reconhecer-se-á uma certa pertinência à sua aplicação ao campo do jornalismo. Os jornalistas, enquanto grupo profissional, reúnem um “*ethos*”

²³ Adriano Duarte Rodrigues (1990) fala do “*campo dos media*” institucionalizado com o “*advento da modernidade tardia*” que situa no século XX, uma época em que emerge uma “*consciência reflexiva*”, capaz de desconstruir e problematizar “*quadros do sentido da experiência*”. Não se toma, porém, esta designação como sinónimo de meios de comunicação social. “*Trata-se antes*”, como explica Duarte Rodrigues, “*de uma noção abstracta para designar a instituição que é dotada de legitimidade para superintender à gestão dos dispositivos de mediação da experiência e dos diferentes campos sociais*”. Seguindo este raciocínio, a televisão seria um dos domínios desse campo. Como os “*da moda, da publicidade, das relações públicas*” e outros que o investigador português refere com “*funções predominantemente simbólicas*”, ou seja, que “*assegura(m) ao mesmo tempo o funcionamento dos dispositivos de representação e reflecte(m), como num espelho, os diferentes domínios da experiência*”.

próprio”²⁴, gerador e classificador de práticas inerentes à sua actividade. Nelson Traquina (2002: 154-160) afirma que a classe jornalística apresenta uma competência específica donde resultam determinadas maneiras de agir, de falar e de ver. Poder-se-ia continuar esse caminho para nele descobrir outras idiossincrasias próprias de cada suporte. Um exemplo: perante o mesmo acontecimento, um repórter de imprensa e um outro de televisão não conversarão da mesma forma com as fontes de informação disponíveis. No entanto, ambos partilharão certamente uma cultura profissional, estruturada por determinados princípios (liberdade, independência, autonomia, verdade...) e por “*valores-notícia*” específicos (actualidade, proximidade, notoriedade, novidade, visualidade...) que os leva a coincidir no ângulo de noticiabilidade de determinado assunto. Se a noção bourdieusiana de “*habitus*” ajuda a perceber melhor as relações entre os jornalistas e a sociedade, bem como as “*práticas sociais*” da respectiva classe, há uma questão, sublinhada por Manuel Pinto (2000:42-3), a que convém atender:

“Resta saber se o habitus, tal como Bourdieu o formulou, ao instituir um quadro teórico de estudo das práticas socialmente situadas, não remete para uma matriz de natureza objectivista (que, no entanto, este sociólogo diz recusar), a qual, pretendendo demarcar-se da perspectiva subjectivista, acaba por diluir a dimensão do sujeito, perante a força condicionante (determinante?) da estrutura social.”

Aceitando este quadro de reflexão, as propostas de Anthony Giddens revelam-se proficuas para um outro entendimento da acção social no campo do jornalismo. Interessa-nos, sobretudo, a sua “*teoria de estruturação*”, que reconhece os constrangimentos estruturais apontados por Bourdieu, mas, simultaneamente, concede um espaço de autonomia à acção individual, ou seja, enfatiza quer as estruturas, quer a prática social; quer a instituição, quer a acção; quer o indivíduo, quer a sociedade, colocando cada um destes pares de vectores numa relação de interdependência e de recíproca limitação/potenciação. Referindo-se ao desenvolvimento no espaço e no tempo de modelos regularizados de relações sociais que envolvem a (re)produção das práticas que ganham forma obedecendo a determinadas “*regras*” e adaptando-se a certos “*recursos*”²⁵, o estrutural não é encarado como exterior ao sujeito, nem tão-pouco visto como uma limitação que neutraliza drasticamente o poder de acção. Isso acontece porque os actores não são encarados como produto passivo do sistema estrutural, mas dotados daquilo a que Giddens (1987: 106) chama “*controlo reflexivo da acção*”, que lhes confere alguma margem de manobra relativamente às dimensões sociais e físicas dos contextos nos quais agem, embora nem sempre essa reflexividade se concretize através da linguagem²⁶. Ainda que as estruturas sejam um pilar importante para o entendimento do social, a “*teoria da*

²⁴ Esta designação pertence ao sociólogo das profissões Everett Cherrington Hughes e é recuperada por Nelson Traquina (2002: 131) para falar da “*identidade jornalística*”.

²⁵ Segundo Giddens, os espaços sociais são regidos por “*regras*” que pressupõem “*procedimentos metódicos de interacção social*”, as quais, na sua perspectiva, “*não podem ser conceptualizadas independentemente dos recursos*” (1987: 67). Os recursos, por seu lado, subdividem-se em dois tipos (Giddens, 1987: 319-320): de “*alocução*” (dizem respeito às características materiais do ambiente e aos meios de produção material) e de “*autoridade*” (referentes à organização do espaço e tempo sociais e às oportunidades de vida). Ainda que distintos, estes diferentes recursos interligam-se, influenciando-se mutuamente.

²⁶ A este respeito, Giddens distingue “*consciência discursiva*”, que é a capacidade de verbalizar explicações da acção, da “*consciência prática*”, definida como a “*âncora cognitiva e emotiva dos sentimentos de segurança ontológica*” que assegura ao actor a confiança necessária na prossecução da *praxis* (1994: 31-32) e que reenvia para mecanismos psicológicos de lembrança, utilizados em contexto de acção, ou seja, “*para aquilo que é acessível ao agente durante a acção, mas que ele é incapaz de exprimir verbalmente*” (1987: 97).

estruturação” concebe o actor como alguém que se submete aos constrangimentos do sistema social onde se insere, mas que também reflecte aquilo que faz e, através disso, conquista alguma autonomia para agir. Se na constituição dos indivíduos Goffman valoriza o “*papel*”, Giddens enfatiza o “*posicionamento*” (1987: 136). É um acerto pertinente, na medida em que mais do que aquilo que fazem, interessa conhecer o ponto a partir do qual a acção se torna possível. Embora ambos os conceitos obriguem a atender ao contexto, a terminologia giddensiana retira-nos da interacção (de contextos espacio-temporais específicos) para nos situar nas relações sociais (em espaços sociais de categorias e laços simbólicos) que resultam de uma dualidade estrutural onde actor e sistema são duas faces constituídas e constituintes da mesma realidade. Esse alargamento possibilita um outro entendimento da acção dos diversos profissionais da informação televisiva. Um exemplo: de um realizador de um programa de informação espera-se um trabalho que confira alguma originalidade a determinada emissão sem, no entanto, subtrair a sua natureza referencial, mas esse profissional transporta consigo um saber intrínseco ao seu grupo, desempenhando no sítio onde trabalha um determinado “*papel*” que, por sua vez, é tributário do seu “*posicionamento*” na hierarquia do seu grupo, das inovações tecnológicas, da evolução do jornalismo (mais distante/próximo das fontes), do género de programa que coordena (a realização de uma entrevista será diferente da realização de um debate, por exemplo), do formato (um debate a quatro não é o mesmo que um debate com 50 convidados)... Significa isso que uma emissão televisiva resulta da competência dos indivíduos, mas esta depende também das circunstâncias institucionais e materiais da acção.

Em Giddens, o estrutural reenvia para a capacidade reflexiva dos indivíduos, mas também para os “*princípios estruturais*”, ou seja, para “*princípios de organização que tornam possível a existência de formas regulares e reconhecidas de distância espaço-temporal a partir de mecanismos definidos de integração social*” (1987: 239-240). Esta última parte está em sintonia com a visão da sociedade que Bourdieu desenvolve através da teoria dos “*campos sociais*”, assumindo-se cada um deles como parte estruturante e estruturada em relação ao meio onde se inserem. Na obra *Sobre a Televisão*, o sociólogo francês (1997) reconhece a análise do mundo jornalístico enquanto campo, concedendo uma atenção particular ao audiovisual, em relação ao qual, no entanto, exprime críticas contundentes, considerando-o, por exemplo, como “*um formidável instrumento de conservação da ordem simbólica*” (1997: 8) cuja acção é condicionada por uma lógica de mercado que o aprisiona em regras que determinam a produção e a recepção das mensagens mediáticas. Seguindo um pensamento com base num determinismo estrutural – cuja compreensão será mais esclarecedora quando complementada com conceitos bourdieusianos, como os de “*campo televisivo*”, “*violência simbólica*” e “*práticas sociais*” – Bourdieu diz que a TV é um meio abafado por uma paleta de constrangimentos que usurpam o direito à livre expressão. Diz-se aquilo que o dispositivo televisivo possibilita dizer – algo que o sociólogo pretendeu contornar, impondo regras que, como ele próprio também admitiu, retiravam parte da eficácia comunicativa. Todavia, isso não foi suficiente para que

se reconhecessem as virtualidades de (aprender a) falar de acordo com os condicionalismos conhecidos, o que o leva a fazer a apologia de uma renúncia particular: a de falar e a (de) deixar-se ver na forma que o audiovisual impõe. Estamos aqui ao nível de uma “*censura*” estrutural que opera no interior da própria televisão e que é visível, por exemplo, nas condições de comunicação que o dispositivo televisivo permite. “*A limitação do tempo*”, escreve Bourdieu (1997: 6), “*(acaba) por impor ao discurso coacções tais que se torna pouco provável que ainda seja possível dizer-se alguma coisa*”.

Tendo como referência a programação dos anos 90, Bourdieu defende que os telespectadores seriam receptivos a outro tipo de oferta televisiva que obrigasse a uma certa reflexividade, mas não chega a propor alternativas, nem tão-pouco se pronuncia sobre os gostos do público que consome a televisão que temos. Prefere falar de “*forças invisíveis*” que controlam o audiovisual e, indirectamente, as preferências das audiências²⁷. Destacam-se particularmente as “*censuras*” de natureza económica. Sem distinguir operadores de serviço público e estações privadas, o sociólogo diz que a actividade mediática, nomeadamente a jornalística, “*depende muito directamente da procura*”, estando, por isso, “*submetida à sanção do mercado*” (1997: 57). Considerando o audiovisual mais sujeito ao “*peso do pólo comercial*” (1997: 57), reconhece que este tipo de limitação acaba por se estender aos restantes *media*. “*A televisão*”, escreve em *Contrafogos* (1998: 103), “*propõe uma visão cada vez mais despolitizada, asséptica, incolor do mundo e arrasta cada vez mais os jornais na sua esteira rumo à demagogia e à submissão às imposições comerciais*”. Acompanhando as ideias de Bourdieu sobre o audiovisual, ficamos com um retrato que poderá acentuar bastante os contornos dos constrangimentos. É verdade que eles existem e que exercem uma grande influência sobre os conteúdos informativos. Detendo-se particularmente nestas questões num artigo intitulado “*A formação para o exercício da cidadania*” (2000c), Manuel Pinto reafirma a necessidade de, neste contexto, se desenvolver uma verdadeira educação crítica dos *media* através da qual se promova a discussão dos processos de construção da realidade a que os *media* recorrem e sobre os quais estão subjacentes pressões de vária ordem.

Pela nossa parte, partimos de um ponto de vista que considera a televisão como parte integrante da ideia do “*estrutural*”, encarando-a como um lugar estruturado pela sociedade e, ao mesmo tempo, estruturante em relação a ela, sendo particularmente sensíveis à proposta de Giddens quanto à capacidade reflexiva de acção dos actores sociais. Num sistema televisivo onde se avoluma a visibilidade de alguns jornalistas, será pertinente procurar saber se a notoriedade mediática corresponde a um poder efectivo ao nível do trabalho que os jornalistas desenvolvem. Essas práticas profissionais apenas poderão ser avaliadas depois de se conhecerem as propriedades estruturais que envolvem a televisão: a força do mercado, a lógica

²⁷ Tal como os membros da Escola de Frankfurt, também Bourdieu considera que os telespectadores são desprovidos de juízo crítico, o que é contrariado pelos estudos da recepção, que atestam que as audiências não estão tão desorientadas como estes apocalípticos julgam.

da programação, os dispositivos de certos formatos, as normas jornalísticas a que os programas de informação se submetem... É, pois, através dessa dualidade que atende simultaneamente ao sistema e aos respectivos profissionais que julgamos ser possível perscrutar melhor o lugar da informação televisiva no espaço público contemporâneo. Bourdieu reconhece-lhe dominação sobre os demais suportes de informação, mas subtrai-lhe toda a capacidade de informar, por ser dominada por censuras económicas determinadas por quem financia os canais; estar cheia de “*factos omnibus*” que interessam a toda a gente, mas que não tocam em nada de importante; e ser povoada de “*fast thinking*”, ideias feitas. Talvez tivessem faltado a Pierre Bourdieu análises empíricas que confirmassem esses retratos tão devastadores da informação televisiva.

Em *Contrafogos*, Bourdieu considera “*apocalíptico*” (1998:104) o seu discurso sobre a televisão. Julgamos que as perspectivas retidas até aqui repousam em visões negativas acerca do audiovisual, embora tenham a vantagem de salientar as respectivas limitações. Rodriguez Ferrándiz (2001: 65) defende que alguns investigadores de final de milénio que integraram a TV nos seus estudos ficaram demasiado presos a uma “*aceitação quase geral de determinismos (perceptivos, cognitivos, tecnológicos, económicos)*”, tornando “*irrelevante a substância dos programas*”. Aponta-se o que se considera serem os malefícios da instantaneidade da imagem, fala-se de um fluxo que não oferece solução de continuidade da oferta televisiva, reprova-se a desenfreada concorrência comercial dos canais pela procura de receitas publicitárias, sublinham-se as propriedades estruturais que aprisionam a TV numa impossibilidade de informar sobre o que de mais importante se passa, mas não se apresentam estudos sobre aquilo para o qual este *medium* está vocacionado: os programas. Encontramos idêntica inclinação naqueles que se preocupam em sublinhar as potencialidades do audiovisual.

2. Visões integradoras

Em Rudolf Arnheim recolhemos uma das primeiras referências optimistas em relação à televisão. A par de sublinhar que a invenção técnica permite o prolongamento dos nossos sentidos, afirmava em 1957²⁸ o seguinte (1989: 156):

“A televisão veio alterar a nossa atitude em relação à realidade: faz-nos conhecer melhor o mundo e, sobretudo, dá-nos uma sensação da multiplicidade de coisas que acontecem simultaneamente em sítios diferentes. Pela primeira vez na história do esforço humano da humanidade para o conhecimento das coisas, a simultaneidade pode ser sentida como tal, e não apenas traduzida como uma sucessão no tempo. Os nossos corpos lentos e os nossos olhos míopes deixaram de constituir um entrave. Chegamos à conclusão de que o lugar onde vivemos é um entre muitos: tornamo-nos mais modestos, menos egoístas.”

Constituindo-se como principal canal de informação e, para uma grande parte da população, como um importante meio de descontração, a televisão afecta a nossa experiência do mundo, proporcionando mapas culturais e guias de referência que ajudam a enquadrar as nossas interpretações e respostas face a múltiplas questões do quotidiano. Se a televisão enquanto promotora de violência permanece uma questão em aberto face aos resultados contraditórios de múltiplos estudos feitos neste âmbito, há uma vertente em que o pequeno ecrã pode atingir-nos psicologicamente de maneira violenta: ao afectar as nossas percepções sobre a realidade. Se nos detivermos nas investigações que, ao longo dos tempos, se fizeram à volta dos *media*, recolhemos referências que legitimam um olhar que vê no campo televisivo um dos principais sistemas estruturadores da sociedade. Segui-las-emos através dos seguintes vectores:

- *A televisão como (re)produtora de conhecimentos.*
- *A televisão como promotora de novas formas de vida.*
- *A televisão como elo de união.*

²⁸ Data da publicação do livro *Film as Art*, onde se insere um capítulo sobre a televisão.

2.1. A televisão como (re)produtora de um acervo de conhecimentos

A televisão será tempo roubado ao pensamento, como tantos temem, ou motivará o crescimento cognitivo e a integração social? Em várias obras, encontramos defensores de ambas as hipóteses²⁹. Visando dar conta do estado do mundo, a TV, nomeadamente a programação informativa, relaciona-se permanentemente com a realidade para dar dela algumas de múltiplas visões possíveis. Trata-se, acima de tudo, de uma “*informação construída*”, usando aqui o título de um artigo de Aníbal Alves (1992). Nunca, pelo pequeno ecrã, temos acesso pleno àquilo que acontece, mas é através dos ângulos nele reflectidos que se constrói parte do saber/mundo comum que nos integra, uns com os outros, num quotidiano partilhado. Apesar de não abordar directamente a comunicação audiovisual, o ensaio de Peter Berger e Thomas Luckman *A Construção Social da Realidade*³⁰, sendo um contributo valioso para a sociologia do conhecimento, apresenta conceitos centrais para perceber os *media* enquanto lugar de transmissão e (re)construção de conhecimento. Também encontramos uma âncora importante nos estudos da comunicação que adoptam uma matriz cognitiva³¹, nomeadamente naqueles que se centram nos efeitos dos *media*. Por exemplo, a *teoria do agenda-setting* que vê os meios de comunicação social como instâncias de (re)produção de informação que orientam as audiências para aquilo que interessa pensar e debater.

Um dos conceitos que retomamos de Berger e Luckman é o de “*quotidiano*”, apresentado como “*uma realidade interpretada pelos homens e, de modo subjectivo, dotada de sentido para eles, na medida em que forma um mundo coerente*” (1999: 31). Esse “*mundo comum*” de que falam só é possível se houver uma interacção e comunicação permanentes entre os actores sociais, sendo, por isso, imprescindíveis elos de ligação que se encarreguem da “*distribuição social do conhecimento*” (1999: 57). É nesse contexto que os meios de comunicação social adquirem particular importância³². Vários são os investigadores que atribuem à comunicação mediática um papel fulcral na partilha de conhecimentos, particularmente em sociedades cada vez mais fragmentadas e individualizadas. É o caso de Anthony Giddens, que lhe confere particular utilidade ao nível daquilo a que chama “*integração sistémica*” que se caracteriza por um desenvolvimento num

²⁹ Por exemplo, Robert Hodge e David Tripp (1986: 92) respondem negativamente à primeira proposição, assegurando que o pequeno ecrã apresenta “*numerosas oportunidades*” para desenvolver cognições. Assegurando que “*a televisão não é tão poderosa como garantem alguns, nem tão apocalíptica como outros temem*”, García Avilés (1999) declara que o maior dano do audiovisual talvez seja “*o valioso tempo que rouba a outras actividades vitais, socializadoras e criativas*”, um poder que lhe é reconhecido por programas que se revelam um “*manjar pouco nutriente, mas altamente aditivo*”. Tendo como referência a contribuição que o audiovisual tem para a vida democrática, Popper e Condry (1995) dizem que a televisão é “*um perigo para a democracia*”, enquanto Edgar Morin acredita que o pequeno ecrã pode ser um poderoso instrumento para uma “*democracia cognitiva*”, desde que a sua actividade seja centrada em dados significativos e em reflexões que fomentem a participação de todos.

³⁰ A obra destes dois autores enquadra-se na sociologia fenomenológica que, recorde-se, foi criada por Alfred Schutz durante as décadas de 40 e 50. A sua definição da realidade social como uma construção assume especial importância para os estudos da comunicação em geral e para os do jornalismo em particular.

³¹ O pressuposto de que os *media* não são apenas veículos de transmissão, mas instâncias de construção social da realidade implica que o seu papel se entende melhor quando envolvido num processo de cognição social que se dá aos níveis da produção e da recepção das respectivas mensagens.

³² Cristina Ponte destaca igualmente o conceito de “*quotidiano*” que Berger e Luckman definem como sinónimo de mundo experiencial organizado em torno de um “*aqui e agora*” para afirmar que “*será sobre esta realidade quotidiana, percebida colectivamente como inquestionável e totalitária, que o jornalismo vai construir o seu campo lógico de intervenção discursiva, em diferenciação com os campos lógicos de outros mundos de experiência*” (2004: 48).

espaço-tempo extensivos (1987: 77). São os *media* em geral, e a televisão em particular, que, em grande parte, articulam e organizam discursos globais e promovem o acesso a informações (nomeadamente àquelas que se situam fora da esfera da acção dos indivíduos), factores que Giddens afirma influenciarem o nível e a natureza de penetração que os actores têm das condições de reprodução dos sistemas sociais (1987: 142-3). Colocando-nos perante múltiplos estilos de vida, a experiência mediatizada descontextualiza tempos e espaços para os reconstruir sob uma lógica intrínseca ao campo dos *media*, mas que absorve também este *air du temps*. Progredindo por mecanismos de deslocalização permanente, os meios de comunicação social acentuam o dinamismo das relações sociais, o que faz deles elementos estruturantes do “*mundo comum*”. Segundo Giddens (1997: 24), “*os media não espelham as realidades, mas em certa medida formam-nas, o que não quer dizer que devemos concluir que tenham criado um reino autónomo de ‘hiper-realidade’ no qual signo ou imagem são tudo*”³³. Partilhamos este ponto de vista que ultrapassa o papel difusor dos meios de comunicação social ou criador de realidades sem referentes, encarando-os, sobretudo, como uma instância que reconstrói a realidade social.

Assumindo nós que a televisão nos devolve um retrato reconstruído da sociedade sob a forma de uma representação simbólica daquilo que é publicamente relevante para determinado público, pensamos ser possível pensá-la como uma instituição. Por isso, seguimos com interesse a ênfase que Berger e Luckman concedem às instituições sociais. Apresentando-as com um conjunto particular de símbolos, uma linguagem específica e um corpo profissional próprio que se impõem a um determinado conjunto de pessoas, os autores da obra *A Construção Social da Realidade* consideram que as instituições resultam de toda a acção conducente à construção social da realidade, exigindo, no entanto, a fixação prévia de práticas e de papéis que tornam possíveis as rotinas profissionais. Formado esse processo, qualquer instituição “*tipifica não apenas acções específicas, mas também formas de acção*” (1999: 82). É também essa a linha de pensamento de Anthony Giddens, que, na *Constituição da Sociedade*, define as instituições como “*práticas sociais com maior extensão espaço-temporal*” (1987: 66) que, por seu lado, se assumem como “*os traços mais pertinentes da vida social*” (1987: 73), uma vez que, afirma mais à frente, as respectivas propriedades estruturais reflectem sistemas sociais, sendo simultaneamente reconstrutoras da realidade (1987: 351). Estes elementos têm, na nossa perspectiva, uma transcrição directa nas estações televisivas por nós consideradas como aparelhos sociais institucionalizados nos quais um determinado grupo de actores realiza práticas profissionais próprias, respeitando um conjunto de regras preestabelecidas e atendendo de forma particular à realidade envolvente. É para a análise dessas acções e, principalmente, para a dos elementos que possibilitam a construção do discurso televisivo que este trabalho se orientará, pois é aí que acreditamos estar parte da compreensão do sistema de controlo social e de expansão de conhecimentos que a TV, como

³³ Com esta posição, Giddens exprime o desacordo em relação às teses daqueles que asseguram que os signos criados pelos *media* são amputados dos seus referentes, como o faz, por exemplo, Jean Baudrillard.

todas as instituições, possui³⁴. Gostaríamos ainda de sublinhar o facto de Berger e Luckman defenderem que “é impossível uma compreensão adequada de uma instituição sem entender o processo histórico em que foi produzida” (1999: 66). Mais do que a importância de uma análise diacrónica, este alerta recorda a pertinência dos contextos. Aplicando isto à televisão, reconhecemos a necessidade de atender às circunstâncias a que se submetem os processos comunicacionais, o que obriga a pensar a TV numa base que está para lá daquilo que se transmite.

Convém não esquecer que a instituição televisiva constrói um “*mundo comum*”, sobretudo através de relatos, o que significa que a sua realidade é essencialmente discursiva. É também ao nível da linguagem que Berger e Luckman situam o mundo social cuja construção dizem resultar de uma partilha de significados. Nesses actos de linguagem (mental, oral ou escrito), há uma construção social de natureza simbólica que ganha sentido na comunicação. Seguindo estes vectores, conclui-se que não existe uma evolução natural da realidade, mas antes um desenvolvimento convencional ou, se quisermos adoptar a terminologia da linguística de Ferdinand de Saussure (1857-1913), “*arbitrário*”. A linguagem seria, na perspectiva de Berger e Luckmann, um meio de neutralizar a subjectividade do “*mundo vivido*” com capacidade de ultrapassar o “aqui e agora”, construindo-se um amplo sistema de representação simbólica em que os respectivos esquemas de classificação possibilitam experiências de outras realidades³⁵. São, pois, esses esquemas que constituem aquilo a que os autores chamam o “*acervo social de conhecimentos*” que apresenta um papel decisivo na integração social do indivíduo. “*A interacção com os outros*”, escrevem Berger e Luckmann (1999: 53), “*está sempre afectada pela nossa participação comum no património social disponível do conhecimento*”. Poder-se-á afirmar que a televisão tem um papel preponderante na construção desse “*acervo social de conhecimentos*”, quer ao nível do entretenimento, quer ao nível da informação. Construídos de acordo com uma gramática audiovisual, mas influenciados pela sociedade que os envolve, os discursos televisivos são objecto de múltiplas negociações no interior de um sistema que possui regras e linguagens específicas, alvo de influências diversas de múltiplos campos sociais e ponto de partida para diferentes leituras por parte daqueles que recebem as respectivas mensagens, ou seja, entram numa rede de semiose social que os estrutura, mas que também é estruturada por eles. Devido à sua capacidade de tornar visíveis as orientações colectivas e de fazer chegar as suas mensagens a múltiplos públicos, a realidade social redesenhada pela televisão fortalece-se na exacta medida em que se apresenta como um espelho do

³⁴ Há muitos estudos empíricos que procuraram, nos últimos anos, analisar os *media*, em geral, e o jornalismo, em particular, em termos de construção social da realidade. Destacamos aqui o trabalho desenvolvido, nos anos 70, por Gaye Tuchman. Através da observação participante – um método já ensaiado por Atheide nos anos 40 –, Tuchman encontrou nas “*rotinas produtivas*” um argumento importante para explicar os conteúdos de informação. Nelas, salientou a “*rede*” criada pelos *media* para captar os acontecimentos. Ao colocar correspondentes em determinado lugar, ao dividir a redacção em secções específicas, ao escolher jornalistas especializados em determinada área, os meios de comunicação social estabeleceriam rotinas que organizariam o mundo quotidiano de determinada forma. O resultado das suas pesquisas está publicado em *Making News: A Study in the Construction of Reality*, New York: The Free Press, 1978.

³⁵ É evidente que podemos sempre questionar se a vista e o ouvido conseguem encontrar um sentido da realidade mais apurado do que o tacto. De qualquer modo, entre o objecto e aquele que o percebe há sempre a mediação da linguagem.

quotidiano. Neste contexto, seria importante questionar qual a identidade narrativa que as emissões televisivas constroem da nossa sociedade. Como reitera Michel de Certeau (1980), a maneira como se descreve e narra o mundo tem influência sobre os modos de ser e de actuar nesse mundo.

Não se pense, porém, que o pequeno ecrã absorve toda a rede societal ou que configura toda a realidade social. Nunca se diz ou mostra tudo na televisão, embora por vezes julgemos que assim é. Também não se conhece tudo da sociedade onde vivemos. “*A realidade da vida quotidiana aparece sempre como uma zona transparente, para além da qual há um fundo de obscuridade. Conforme há zonas de realidade que estão iluminadas, outras permanecem sombrias*” (Berger e Luckman, 1999: 55). Tal como na vida de todos os dias, também nos *media* dimensões decisivas da realidade social podem ser minimizadas. Uma análise das rotinas produtivas do jornalismo demonstra que nem sempre assuntos de inquestionável relevância social têm o destaque desejável, já que, no processo de fabricação da actualidade, entram condicionalismos que podem minimizar a relevância pública dos temas³⁶. Porque nem sempre conferem prioridade a questões que requerem uma análise pública, os *media* correm o risco de configurar um espaço público aleatório, pouco plural, de certa forma pouco racional e longe das autênticas prioridades da sociedade. Centrando-se no essencial ou no acessório, é certo que produzem sempre uma realidade, constituindo, por si, uma experiência. Quer para quem verbaliza essa mensagem, quer para quem é dela receptor. É para aquilo que o pequeno ecrã destaca, mas também para aquilo que permanece na obscuridade que conduziremos este trabalho. A nossa atenção concentrar-se-á na programação informativa, uma área com uma ligação mais forte com a realidade, mas onde a respectiva construção social não será menos simples. Tal como sublinham Berger e Luckman, qualquer processo de institucionalização – que ocorre sempre “*quando há uma tipificação recíproca, por tipos de actores, de acções tornadas hábitos*” (1999: 66) –, quando perspectivado pela vertente da objectivação, passa por três etapas: *classificação* (selecção), *ordenação* e *tipificação de experiências* (representação). Encontramos estes três patamares em vários momentos da programação informativa: na construção da grelha, na preparação de um programa, no desenrolar da emissão, ou seja, na tarefa de dar a ver um determinado real há sempre negociações entre “o que é” e “o que pode ser representado”. Ao seleccionar os factos, ao escolher a perspectiva de tratamento dos assuntos mediatizados, ao incluir certos actores e excluir outros, ao descontextualizar e recontextualizar os acontecimentos, o sistema televisivo reproduz aquilo que caracteriza a sociedade: constrói a realidade e, nesse processo, constitui “*esquemas de classificação*” que orientam o actor social no seu quotidiano, que é, aliás, outro dos conceitos-chave da obra de Berger e Luckmann. Fixando-se no discurso jornalístico, Esquenazi (2002: 74) sublinha que este trabalho é incontornável em todos os meios de comunicação social, na medida em que estes últimos não podem apenas dizer o mundo, também o interpretam, a fim de que a

³⁶ Cada facto avalia-se na sua “*mediagénese*”, entendendo-se por este neologismo a capacidade que um acontecimento revela para atrair uma cobertura mediática. Por exemplo, o seu poder de sedução das audiências.

experiência mediatizada seja compreensível³⁷. Convém não esquecer que neste processo de construção social há uma instância importante: a audiência, que determina o sentido último das mensagens em consonância com as promessas de comunicação que determinado programa propõe.

Na fundamentação da TV enquanto construtora de uma realidade social que institui um acervo comum de conhecimentos, encontramos pontos de apoio em alguns trabalhos que se centraram nos efeitos da comunicação, nomeadamente na *teoria do agenda-setting*. Sublinhe-se, aliás, que as teorias que se debruçam sobre os efeitos das mensagens mediáticas a longo prazo ou as que vêem aquilo que é difundido como garante do *statu quo* têm subjacente a acção socializadora dos meios de comunicação social. Apresentada por Maxwell McCombs e D. L. Shaw num artigo publicado em 1972 na revista norte-americana “*Public Opinion Quarterly*” na sequência de um estudo da campanha para as eleições presidenciais dos EUA de 1968³⁸, a *teoria do agenda-setting* enfatiza o papel dos *media* na criação da opinião pública. Procedendo à tematização, categorização e hierarquização, os meios de comunicação social ditariam, respectivamente, sobre o que pensar, como pensar e que valor conceder a certos assuntos. Na perspectiva destes autores, a ênfase dada a um tema é proporcional à importância que a respectiva audiência atribuiria a esse assunto. Participar na vida pública significa, à luz desta hipótese, acompanhar a informação difundida pelos *media*, a qual se constituiria como importante meio de integração social.

A relação causal entre a agenda mediática e a agenda pública não é uma descoberta de McCombs e Shaw. Num livro publicado em 1901, intitulado *A Opinião e a Multidão*, Gabriel Tarde sublinhara já que as novas formas de comunicação influenciavam as transformações sociais. A imprensa constituir-se-ia, nas suas palavras, como “*a mais abundante fonte reguladora e nutridora*” da sociedade. Desse modo, os jornais seriam meios criadores da conversação pública e privada, formando à sua volta um público que, fisicamente separado, partilhava os mesmos interesses. Também aos jornais era dada uma função de regulação pública, feita através da partilha do governo de determinada sociedade³⁹. Em 1922, Walter Lippman aborda, em *Public Opinion*, o papel da imprensa na orientação dos leitores para certos assuntos, abrindo o livro com um capítulo que intitula “*The world outside and the picture in our heads*”. A obra levanta a possibilidade de os *media* construírem representações (estereotipadas) da realidade, criando *pseudo-ambientes* que, seguindo a sua perspectiva, se tornavam referenciais para as pessoas, afectando, desse modo, o próprio real. Nessa mesma década, Robert Park, nas investigações desenvolvidas na Universidade de Chicago, considera os

³⁷ Há que distinguir a *constatação* da *explicação*. Embora uma pressuponha sempre a outra, os discursos mediáticos valorizam uma delas.

³⁸ O artigo intitulado “*The Agenda-Setting Function of Mass Media*” dá conta de uma investigação feita a partir de uma amostra de cem eleitores indecisos, a quem foram feitas entrevistas individuais ao longo de dois meses.

³⁹ A este respeito, escreve Gabriel Tarde (1991: 70): “*As monarquias anteriores à imprensa podiam e deviam ser mais ou menos absolutas, intocáveis, sagradas, porque representavam a unidade nacional; desde a invenção da imprensa que já não o podem ser, porque a unidade nacional faz-se fora delas e melhor do que quando feita por elas*”.

meios de comunicação social, nomeadamente a informação jornalística, como agentes modeladores de conhecimento, sublinhando o papel dos jornalistas na hierarquização temática da realidade. No livro *The Natural History of the Newspaper* (1925), o investigador afirma que a imprensa se constitui como uma instituição social com um papel fulcral na acção pública (in Ponte, 2004: 55). Na sua perspectiva, a informação mediatizada age sobre o público como a percepção cognitiva age sobre o indivíduo, deixando, no entanto, espaço para cada indivíduo traçar a sua evolução de acordo com o seu próprio universo. A opinião pública formar-se-ia apenas quando podiam ser confrontadas diversas interpretações da realidade. Considerando positiva a evolução do jornalismo partidário para o jornalismo industrial em termos de mobilização do indivíduo no que diz respeito aos assuntos da *polis*, Robert Park encara a ampliação da informação – “*aquilo que faz as pessoas falar*” – como propiciadora de uma base de consenso que favorece a coesão social. Num texto escrito em 1940, *News as form of knowledge*⁴⁰, Park, concentrando-se no jornalismo, reforça a ideia segundo a qual a informação seria o motor de partilha de uma cultura e memória colectivas. Os trabalhos de Lang e Lang nos anos 50 e os de Bernard Cohen nos anos 60 também exaltavam a capacidade dos *media* na promoção de uma agenda temática. Em *The Press and Foreign Policy* (1963), Cohen escreve o seguinte (in Traquina, 1995: 193):

“(A imprensa) *pode, na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre o que pensar. O mundo parece diferente a pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é desenhado pelos redactores, editores e directores do jornal que lêem.*”

Poder-se-ia afirmar que McCombs e Shaw se limitaram a apresentar dados empíricos e a encontrar uma designação para aquilo que, em anos anteriores, diferentes investigadores haviam tratado. O que não retiraria interesse ao seu trabalho, que fixa, aliás, um marco a partir do qual os estudos de comunicação de massas se centraram nos *media* não enquanto instâncias de persuasão, mas como meios de informação. Analisar, como fizeram, o papel dos meios de comunicação social na formação e na mudança de cognições é mais um passo não só na análise dos comportamentos de diferentes actores sociais (promotores e receptores de informação) como também na compreensão da figuração da realidade social construída pelos *media*, deixando, consequentemente, uma grande abertura para o desenvolvimento de diferentes estudos. Tem razão Enric Saperas (1993: 53), quando escreve que “*a investigação no estudo da capacidade dos meios de comunicação para estabelecerem a agenda temática constitui actualmente um dos sectores de investigação com maior capacidade de renovação dos estudos sobre os efeitos de comunicação de massas*”. É certo que esta linha de investigação tem limitações, que são, aliás, bem sublinhadas pelo próprio Saperas (1993: 78-83): imprecisão metodológica dos diferentes estudos empíricos que se realizaram a partir deste paradigma; pouca exploração da origem da agenda dos *media*; ambiguidade na distinção feita entre o “*como pensar*” e

⁴⁰ Neste texto, Robert Park fala da forma de construção da notícia, admitindo que a dramatização que lhe poderá estar associada não deve ser vista como uma vertente menor do jornalismo, mas antes deve ser associada a um esforço para mobilizar o investimento efectivo dos respectivos leitores.

“no que pensar”⁴¹; desconhecimento relativo à segmentação da audiência, encarada em termos homogéneos... No entanto, esta teoria tem o mérito de assinalar o poder dos meios de comunicação social, quer na construção de uma agenda, quer na orientação dos indivíduos na sociedade, delimitando, portanto, um conjunto de conhecimentos que se tornam do domínio público. Mais do que os efeitos que as mensagens mediáticas têm nos indivíduos, a investigação de McCombs e Shaw demonstra que os *media* podem estabilizar opiniões dominantes, estabelecer prioridades, marcar a importância dos acontecimentos e limitar opções⁴². O que não será trabalho de sobremesa. Integrada nos efeitos dos *media*, a *teoria do agenda-setting* deixa uma herança conceptual rica a partir da qual se podem trilhar diferentes caminhos. Num artigo publicado no “*Journal of Communication*”, Rogers, Dearing e Bregman (1993) abrem três linhas de pesquisas a partir do *processo de agenda-setting*: o estudo da agenda das instituições governamentais (*policy agenda-setting*); o estudo dos conteúdos dos *media* (*media agenda-setting*); e o estudo dos acontecimentos a que o público atribui importância (*public agenda-setting*). Para este trabalho, interessa-nos sobretudo a segunda abordagem, embora pensemos que a compreensão de cada uma constitui uma mais-valia para as outras⁴³.

Pouco tempo depois da publicação do trabalho de McCombs e Shaw, Elisabeth Noelle-Neumann acrescenta um outro efeito provocado pelos *media*, reforçando implicitamente o poder das mensagens mediáticas. Assumindo a capacidade que os meios de comunicação social têm para agendar o debate público, a socióloga alemã vai mais além nas propostas da *teoria de agenda-setting* para se debruçar sobre os respectivos efeitos cognitivos. Tendo em mente que o Homem é um ser gregário, Noelle-Neumann defende que cada um de nós tende a aproximar-se daquilo que pensa ser a opinião maioritária em determinado momento e, nesse contexto, os *media*, ao reproduzirem a ordem dominante, seriam um meio de o indivíduo evitar o isolamento social. Com estes argumentos, a investigadora constrói, em 1974, uma teoria que designou como *espiral do silêncio*, que assinala, mais uma vez, a força dos meios de comunicação social na promoção da coesão social, embora reúna algumas limitações, nomeadamente quando se concentra, na nossa opinião de forma excessiva, na crença de que cada um tem capacidade de perceber quais as opiniões que dominam a propósito de determinado tema. Para além de assinalar os efeitos cognitivos que os *media* poderão operar na sociedade, a teoria de Neumann mostra igualmente um dado de particular interesse: o facto de os meios de comunicação social também operarem em espiral, ou seja, centrarem-se nas opiniões

⁴¹ Afirma Enric Saperas (1993: 80) que é “*difícil distinguir entre um tipo de influência que determine o que as pessoas pensam e outro tipo de influência que determine sobre que é que as pessoas pensam*”. Para legitimar a sua posição, cita Gladys Engel Lang e Kurt Lang que, num artigo publicado em 1981, afirmavam o seguinte: “*O que as pessoas pensam não pode ser facilmente separado daquilo sobre o que pensam, tal como se pretende nas diversas formulações do agenda-setting*”.

⁴² Em *Is Anyone Responsible? How television frames political issues* (Chicago, University of Chicago Press, 1992), Shanto Iyengar defende que estas funções são concretizadas pela televisão, acrescentando que o pequeno ecrã tem um papel importante na delimitação de atribuições de responsabilidade, o que influencia, segundo esta tese, a percepção que as pessoas têm em relação a certos factos.

⁴³ O trabalho de Molotch e Lester – “*As Notícias como Procedimento Intencional. Acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos*”. In Nelson Traquina (org) (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*, Lisboa, Vega – demonstra a importância de se atender a estes três vectores, fazendo ligar a cada um deles três categorias de pessoas: os promotores de notícias (*news promoters*); os profissionais dos *media* (*news assemblers*) e os consumidores de notícias (*news consumers*).

(que se julgam ser) dominantes, deixando nas margens (do silêncio) aqueles e/ou aquilo que não têm acesso ao discurso mediático. Nesta linha, o “*acervo de conhecimentos*” que circula no discurso mediático poderá não ser assim tão diversificado ou igualitário como se julgará. Este ponto de vista é reiterado de outro modo na *teoria do knowledge gap (teoria das diferenças de conhecimento)*, definida em 1970 por Tichenor, Donohue e Olien segundo os quais os *media* beneficiariam as pessoas educacional e economicamente mais favorecidas, as quais teriam mais capacidade para absorver e integrar informações. Estas teses resultam de uma linha de estudos desenvolvida ao nível da recepção, mas os seus argumentos podem ser transpostos para o nível da produção das mensagens mediáticas.

Do que ficou escrito ressalta uma leitura dos *media* enquanto lugares privilegiados para a (re)produção de (determinados) conhecimentos pelo discurso mediático e por outras instituições sociais. Detendo-se no jornalismo, Eduardo Meditsch (1997), depois de invocar algumas abordagens que negam ou defendem com convicção essa capacidade⁴⁴, propõe uma espécie de terceira via:

“O jornalismo não revela mal, nem revela menos a realidade do que a ciência. Simplesmente revela diferente. E ao revelar diferentemente, pode mesmo revelar aspectos da realidade que os outros modos de conhecimento não capazes de revelar.”

Será este um reacerto pertinente que implica procurar os traços do jornalismo como conhecimento fora de paradigmas intrínsecos quer ao senso comum quer ao saber científico com os quais o discurso jornalístico não se confunde, embora partilhe com eles uma característica: como qualquer conhecimento, o jornalismo será sempre condicionado histórica e culturalmente pelo seu contexto e subjectivamente por aqueles que participam nessa produção, sendo ainda influenciado pela maneira particular como é produzido. É exactamente por cada um destes vectores apresentar determinadas idiossincrasias quando aplicado ao jornalismo que o conhecimento que aí se produz se revela particular. A afirmação do jornalismo enquanto conhecimento serve ainda a Eduardo Meditsch (1997) para apontar algumas razões para se levar mais a sério esta questão:

“Ao deixar de considerar o jornalismo apenas como um meio de comunicação para considerá-lo como um meio de conhecimento, estará se dando um passo no sentido de aumentar a exigência sobre os seus conteúdos. Conhecimento implica aperfeiçoamento pela crítica e requer rigor. Considerar o jornalismo como modo de conhecimento implica também aumentar a exigência sobre a formação profissional dos jornalistas que deixam de ser meros comunicadores para se transformarem em produtores e reprodutores de conhecimento.”

É certamente interessante esta aproximação ao jornalismo como lugar de um conhecimento particular, influenciado por vários factores cuja conjugação contribui para a especificidade daquilo que aí se (re)produz. Um dos vectores a serem levados em conta relaciona-se com as possibilidades de socialização das experiências que as tecnologias possibilitam e para as quais avançaremos a seguir.

⁴⁴ Citam-se, a esse propósito, Karl Kraus e os fundadores da Escola de Frankfurt, que se integram no grupo daqueles que negam ao jornalismo a possibilidade de produzir um conhecimento válido, e ainda o ex-jornalista e sociólogo do conhecimento Robert Park, que situa o jornalismo entre um *conhecimento de*, utilizado no quotidiano, e um *conhecimento sobre*, intrínseco às ciências.

2.2. A televisão como impulsionadora de novas formas de vida

Ainda que não sejamos partidários do determinismo tecnológico, encontramos em alguns investigadores que se inscrevem nessa corrente contributos importantes para pensar o impacto do audiovisual nos estilos de vida. Afirmando que os sistemas de comunicação estruturam relações temporais e espaciais específicas, moldando conseqüentemente a organização social, aqueles que reflectem as mudanças sociais a partir de um enfoque tecnológico dirigem a nossa atenção para conexões causais nem sempre evidentes. Talvez as novas configurações sociais não sejam tributárias apenas de inovações tecnológicas, mas o certo é que muitas delas se tornaram possíveis devido à descoberta e desenvolvimento dos meios de comunicação. “nas circunstâncias actuais”, escreve Moisés de Lemos Martins (2003), “os homens já não são capazes de viver as suas próprias experiências” e, nesse quadro, acrescentamos nós, a informação televisiva poderá dar um impulso vital para a nossa familiarização não apenas com a *novidade*, mas também com o *novo*.

Podendo ser inscrito na corrente do determinismo tecnológico no campo dos *media*, o historiador e economista canadiano Harold Innis explora, num artigo publicado em 1940, a importância da imprensa para o crescimento económico. Esse trabalho demonstra que os jornais, ao exigirem uma difusão rápida e uma extensão considerável de público, estavam a alterar as noções de espaço e de tempo. Relativamente à dimensão temporal, conclui que esta já “*não podia ser encarada como linha recta, mas como uma série de curvas dependentes em parte dos avanços tecnológicos*” (in Santos, 1992: 66). Esta ênfase nas revoluções tecnológicas torna-se constante na sua obra e é precisamente através dos efeitos dos *media* enquanto tecnologia que o investigador canadiano explica as mudanças civilizacionais. Assinale-se que Innis não entende o desenvolvimento tecnológico como um vector perturbador das sociedades. Privilegiando ora o espaço ora o tempo, cada meio de comunicação tem, na sua perspectiva, vantagens, pois, como salienta, “*poderá ser mais ajustado à disseminação do conhecimento pelo tempo em vez do espaço, particularmente se esse meio é pesado, duradouro e inadequado para o transporte ou para a disseminação do conhecimento pelo espaço em vez do tempo, se o meio é leve e de fácil transporte*” (in Santos, 1992: 67). A televisão incluir-se-ia neste último vector, chegando rapidamente a diferentes pessoas, ainda que as suas mensagens sejam efémeras. Para além de se propagar por múltiplos espaços, o audiovisual, ao contrário da imprensa, exige não apenas o domínio do olho, mas envolve ainda o ouvido, provocando, assim, algumas mudanças no modo como os receptores se relacionam com a comunicação de massas.

As teses de Innis tiveram grande receptividade num investigador seu contemporâneo, Marshall McLuhan⁴⁵, que, proclamando que o “*meio é a mensagem*”, defende igualmente que as comunicações têm

⁴⁵ Colega de Innis na Universidade de Toronto, McLuhan, na *Galáxia de Gutenberg* (1977: 105-106), escreve: “*Harold Innis foi a primeira pessoa a tratar do processo de transformação implícito nas formas da tecnologia. O meu livro não é mais do que uma nota de rodapé ao seu trabalho*”.

um profundo impacte nas categorias sociais do tempo e do espaço, modificando, conseqüentemente, as relações existentes na sociedade. Se os marxistas analisaram a História a partir de um enfoque económico, McLuhan insistiu em demonstrar que os novos *media* determinavam a organização social. Mais do que mobilizarem um ou vários sentidos, os meios de comunicação social, particularmente os audiovisuais, são encarados como extensões do sistema nervoso. Não se trata, é certo, de uma formulação original. Em 1838, Morse havia dito algo semelhante a respeito do telégrafo, que tinha sido uma invenção sua. Todavia, ao acentuar a relação existente entre o emissor e o receptor dos processos comunicativos, este posicionamento coloca os meios de comunicação como coadjuvantes, e não como opositores, da vida social, capazes de gerar novos padrões de vida. O que é, de certa forma, uma ideia inovadora para uma época em que haviam proliferado várias teorias que enfatizavam a manipulação dos meios de comunicação de massas. À semelhança de Innis, também McLuhan distingue as repercussões que os diferentes *media* tiveram no tecido social, salientando duas épocas que considera marcantes na história da comunicação: a da imprensa e a dos *media* electrónicos. Se a primeira trouxera um novo modo de conservar a memória, a segunda permitiu uma nova socialização do conhecimento, possibilitando o reforço dos laços sociais⁴⁶. Nota-se em McLuhan um maior entusiasmo no que concerne à era electrónica do que em relação à *Galáxia de Gutemberg* desenhada pela imprensa, em relação à qual se assinalam transformações que corresponderiam a um certo empobrecimento do espírito do homem confrontado com uma realidade que apenas mobiliza a sua visão. A tecnologia electrónica é perspectivada com outros matizes e é a partir dela que McLuhan diz ser possível a instituição de uma “*aldeia global*” (1968: 23).

As teses de McLuhan poderão ser completadas em vários aspectos. A afirmação de que “*o meio é a mensagem*” ficaria enriquecida com análises sobre os conteúdos dessas mensagens ou com estudos sobre os respectivos usos desenvolvidos pelos receptores. Rejeitando tomar a asserção macluhaniana de forma isolada, Roger Silverstone (1990) acrescenta um ponto de vista que falhou a McLuhan:

“As tecnologias da comunicação, em particular, não são apenas objectos materiais com funções definidas previamente, são também objectos simbólicos sujeitos permanentemente a uma reconstrução e a uma múltipla articulação, pois a sua importância e articulação emergem no uso quotidiano feito em lugares que são diferentes entre si pela cultura, pelas classes sociais e pela geografia.”

É, na verdade, restritivo fazer apoiar as transformações da sociedade apenas sob o ângulo tecnológico, ignorando a importância dos contextos sociais e históricos. Como bem sublinha Valerio Fuenzalida (1987), “*a tecnologia organiza-se socialmente, concretiza-se historicamente e pode evoluir para outras formas de organização social, possibilitadas por novas condições que oferece a componente tecnológica, mas também por possibilidades submetidas a tensões das vontades e projectos sociais*”. Se McLuhan não dá particular atenção ao carácter social dos meios de comunicação, o seu trabalho tem o

⁴⁶ Hoje, poderíamos acrescentar uma nova fase, a digital, que une características das duas anteriores, mas avança com diferentes processos de produção e de consumo.

mérito de perspectivar os *media*, em geral e os electrónicos em particular, como factor de progresso. Segundo Jonathan Miller (s/d: 14), a partir de McLuhan “*espectadores inteligentes que só furtivamente ousavam contemplar a televisão podem agora prender-se aos aparelhos, confiantes na crença de que, assim agindo, participam de uma comunidade nova de auto-interesse humano*”. Não atendendo ao uso que se faz da televisão, McLuhan optou por enfatizá-la na sua vertente tecnológica. Poder-se-iam ter equacionado outros pontos de vista. De qualquer modo, a afirmação de que “*o meio é a mensagem*” obriga a pensar nas formas de percepção e nos modos de vida provocados pelas inovações tecnológicas. O que será um vector importante de análise. Embora se mostre crítico em relação a esta perspectiva de análise dos *media* centrada nas respectivas possibilidades tecnológicas, Miller (s/d: 117) acaba por reconhecer que este ângulo merece alguma ponderação: “*Olhando a paisagem que se abre para além da janela, tornamo-nos inconscientes de que o vidro, apesar de toda a transparência, confere particularidades ópticas a todas as cenas que gostamos de imaginar serem objecto de contemplação directa*”. Aí está um elemento importante a atender, quando se toma como objecto de análise a televisão: os modos de ver e de dizer permitidos pelo dispositivo tecnológico.

As teses de Innis e de McLuhan, ainda que alvo de várias críticas, encontraram, nestes anos, alguns seguidores. Olhamos com particular interesse as reflexões que o filósofo e matemático espanhol Javier Echeverría desenvolve em *Telepolis*, uma obra escrita em 1994, na qual se esboça um retrato particular da sociedade actual. No prólogo, o autor estima que “*durante o século XX se gerou uma nova forma de organização social numa nova cidade (Telepolis) que se sustenta numa nova forma de economia (telepolismo) que converte os espaços privados em públicos, transforma o ócio em trabalho e o consumo em produção*”. Os meios de comunicação, nomeadamente a televisão, são considerados uma infra-estrutura fundamental desse novo tecido societal. Embora não se detenha na análise daquilo que a tecnologia televisiva torna possível mostrar, Echeverría detém-se num ponto pertinente: as modificações do espaço e do tempo sociais desencadeados pelos sistemas tecnológicos, particularmente pelo audiovisual. Em 1993, Postman já havia descrito em livro aquilo a que chamou “*tecnopolia*”, ou seja, uma sociedade que havia sido sequestrada pela tecnologia. Um ano depois, o filósofo espanhol faz um contraponto a esta visão negativa sobre o determinismo tecnológico ao falar de uma “*telepolis*”, uma sociedade que evolui graças aos meios de comunicação audiovisuais que instituem novos e des-territorializados espaços públicos. Echeverría fala da instituição de “*idades a distância*”, algo possível porque, na sua perspectiva, os cidadãos já não precisam de locais físicos para se encontrarem e discutirem assuntos de interesse público, na medida em que o pequeno ecrã instala, em espaços domésticos, tecnologias que criam *ágoras* que nos aproximam de múltiplos e longínquos cenários. Ainda que se refiram as novas tecnologias da comunicação (Internet ou correio electrónico), confere-se centralidade à televisão. Se hoje as cidades já não precisam de espaços físicos para

se renovarem é porque a sua reprodução é assegurada por tecnologias que destroem fronteiras territoriais. O autor atribui grande parte dessa tarefa à TV.

Será talvez redutor perspectivar a evolução societal a partir daquilo que o pequeno ecrã possibilita. Todavia, o trabalho de Echeverría aponta para um desenho da sociedade particularmente significativo. Tomando a televisão como o “*novo púlpito donde é possível falar urbi et orbe*”, torna-se possível pensar o audiovisual como elemento estruturante do espaço público contemporâneo para o qual há que procurar uma nova identidade. Em *Telepolis*, o filósofo sublinha a necessidade de se criar aquilo que designa por “*sociologia telepolitana*”, deixando, no livro, alguns vectores que poderão iniciar esse caminho. Um dos que se evidenciam diz respeito à noção do lugar. Se antes do aparecimento da televisão eram as ruas e as praças o ponto de encontro dos habitantes da *polis*, hoje essas reuniões desenrolam-se à volta de emissões televisivas acompanhadas num espaço privado. Michel Gheude (1997) fala-nos da “*reunião invisível*” formada pelo pequeno ecrã. Javier Echeverría dedica a essas comunidades reunidas à volta dos ecrãs um livro que intitula *Cosmopolitas Domésticos* (1995), referindo-se, através desse epíteto, aos cidadãos reconfigurados pelas novas tecnologias de transmissão e comunicação à distância. Pergunte-se, então, qual o tipo de cidadania que a televisão permite, ou, então, o espaço que se torna aí cativo para a participação dos cidadãos. Echeverría reconhece que há uma “*contemplação passiva da imensa maioria dos cidadãos*”, mas mostra-se confiante nas possibilidades que a TV interactiva abrirá, vendo nessa evolução tecnológica o meio de libertação daqueles a que chama “*tele-escravos*”, que, no entanto, desempenham um papel social importante ao incentivarem, através do seu consumo televisivo, uma produção que actualmente se desloca das mercadorias para as marcas. Não se pense, porém, que o filósofo espanhol encara os receptores como consumidores desprovidos de uma capacidade reflexiva perante máquinas que despejam conteúdos nos espaços domésticos. Pelo contrário. Echeverría acredita na capacidade de cada um configurar a sua própria opinião. “*Hoje*”, escreve em *Telepolis*, “*é possível ser-se cidadão activo sem sair à rua*”. Mas, poder-se-ia acrescentar, actualmente ainda não é possível exercer uma plena cidadania dentro do pequeno ecrã. Talvez fosse este um reparo pertinente, mas o filósofo espanhol retira-lhe alguma eficácia, quando afirma que, “*orgulhosos de serem telepolitans, os novos cidadãos celebram as suas festas e cerimónias para as câmaras* (de televisão) *que são a nova expressão da existência social*”. Não é (apenas) a componente festiva da vida que estrutura a cidadania, mas essa afirmação reflecte um ponto que mereceria destaque na “*sociologia telepolitana*”: os modos de vida dos actores que a “*telepolis*” produz. O filósofo espanhol deixa alguns elementos a esse propósito. No campo político, aponta a dependência dos políticos em relação ao audiovisual. Para além de se mostrar convicto de que as eleições são ganhas em função do desempenho na ágora mediática, Echeverría escreve em *Telepolis* que “*os próprios deputados só assistem às enfadonhas sessões parlamentares quando estas são transmitidas em directo* (pela TV)”. No campo policial, para além de apontar a adopção de novas técnicas de investigação possibilitadas pelas tecnologias (câmaras de vigilância, tele-objectivas..), afirma que

“a detenção de delinquentes de crimes graves é cada vez mais encenada diante dos meios de comunicação”. No campo social, assegura que “as manifestações públicas têm como objectivo atrair as câmaras de televisão”, o que, de certa forma, permite pensar que não são apenas as elites que tentam conquistar o seu espaço de cidadania dentro das ágoras mediáticas, estendendo-se essa prática às classes mais populares, que progressivamente tomam consciência de que o espaço televisivo determina actualmente aquilo que tem relevância social.

A montante dos actores que ocupam a cena mediática, Echeverría chama ainda atenção para os novos profissionais que emergem com o aparecimento da “telepolis” e que desenvolvem um trabalho que mereceria, na sua opinião, a análise da “sociologia telepolitana”. São aquilo a que chama “teleporteiros”. David White, apropriando-se de um conceito criado noutro contexto por Kurt Lewin⁴⁷, designara-os já como “gatekeepers”⁴⁸, mas a denominação de Echeverría não inclui apenas os profissionais que ocupam funções-chave num meio de comunicação, estendendo-se igualmente aos criadores de opinião e aos controladores do acesso à informação. “São teleporteiros”, escreve, “os comentadores e analistas sociais, mas também os ‘brokers’ e os traficantes de informação privilegiada”. A malha torna-se, assim, mais extensa e, de certa forma, com um desenho mais realista.

As teses de Echeverría apresentam algumas limitações que, no entanto, não retiram a originalidade ao seu trabalho. Em *Telepolis*, o filósofo refere a constituição de “cidades a distância”. Talvez fosse preferível falar da explosão do mundo urbano ou da multiplicação de policentros em territórios urbanizados e fisicamente em permanente desassossego. As cidades, tal como as conhecemos no passado, transformaram-se, mas isso não significa que não existam. Ganharam outra configuração, continuando a ser “lugares de muitas e variadas gentes”, como escrevia Fernão Lopes na *Crónica de D. Fernando*, a propósito da Lisboa quinhentista.

Ao contrário de Postman, Echeverría acredita no uso democrático e libertador das tecnologias da comunicação. Os “cosmopolitas domésticos”, os actores sociais da sociedade tecnológica, não são concebidos como um público passivo, mas como receptores capazes de se conectarem com outros, transformando a sociedade numa tecnocracia permanente. Também se afiguram particularmente pertinentes as reflexões feitas acerca dos novos comportamentos, novos espaços e novas realidades emergentes das

⁴⁷ Em 1947, Kurt Lewin publicou um estudo sociológico em que analisava quem decidia as aquisições dos alimentos numa casa, verificando que essas opções eram condicionadas por decisões tomadas por pessoas que ocupavam aí lugares-chave. Eram aquilo que designou como “guarda-portões”. Os primeiros seriam os vendedores dos produtos que seleccionavam as compras a fazer para as respectivas lojas, os segundos seriam os clientes que escolhiam os produtos a levar para casa, os terceiros seriam os cozinheiros que decidiam os ingredientes para a confecção de uma refeição. Esse artigo integrava um estudo mais vasto sobre a dinâmica de grupos sociais.

⁴⁸ Apropriando-se da designação de Lewin, White aplicou o conceito de “gatekeeper” ao estudo das dinâmicas da redacção de um pequeno jornal norte-americano, publicando, em 1950, o resultado da sua pesquisa no “*Journalism Quarterly*”.

novas tecnologias da comunicação. Se escrevesse hoje *Telepolis*, Echeverría poderia falar, por exemplo, das câmaras ocultas ou do videofone⁴⁹, tecnologias que vão introduzindo modificações substanciais no trabalho dos profissionais de televisão e proporcionando aos telespectadores o acesso a realidades que, sem a adopção desses dispositivos tecnológicos, teriam um outro tipo de mediatização. Não são, porém, os exemplos dados o mais pertinente na sua obra, mas a linha de pensamento que se situa nas tecnologias audiovisuais para, a partir daí, tentar perceber as modificações sociais. Situando-nos num ponto de vista a partir do qual pensamos as tecnologias moldadas pela sociedade e sujeitas ao controlo humano, isso não implica que ignoremos que nelas se encontrem alguns sinais explicativos das transformações sociais e da configuração dos sistemas de comunicação⁵⁰ e, nessa linha, os contributos daqueles cujo trabalho inscrevemos no determinismo tecnológico não podem ser ignorados.

2.3. A televisão como promotora de elos sociais

Juntos numa “*reunião invisível*” (Gheude: 1997), os telespectadores encontram na televisão um elo social que lhes pode devolver alguma segurança numa sociedade dispersa e individualizada; que pode celebrar um quotidiano fragmentado; e que pode ligá-los a outros iguais a si, embora essas semelhanças nem sempre sejam evidentes. É através destes três pontos que procuraremos retratar a TV enquanto promotora de elos sociais.

- *Um meio que instala pontos de referência*: dando conta de múltiplas facetas do quotidiano, seja através de um registo referencial ou ficcional, a comunicação televisiva fornece quadros orientadores de acção em forma de narrativas que ajudam o actor social a situar a sua identidade pessoal dentro da evolução permanente da sociedade. Refira-se que, mesmo mediatizando acontecimentos que impõem uma ruptura no tecido social, o audiovisual procura pontos de referência que assegurem a continuidade social.
- *Um meio que celebra a vida de todos os dias*: a TV retrata o quotidiano em todas as suas componentes. Boas e más. Há quem a identifique com um *totem*, pensando-a como um espaço propício para a celebração de ritos através dos quais se poderá fomentar a construção de elos sociais.

⁴⁹ Foi graças ao videofone que a equipa da RTP enviada a cobrir a Guerra do Iraque conseguiu transmitir em directo o primeiro bombardeamento daquele país pelas forças armadas dos Estados Unidos ao Iraque. Passavam poucos minutos da meia-noite em Portugal, quando a 19 de Março de 2003 a RTP se tornou na primeira estação a transmitir essas imagens.

⁵⁰ Há vários exemplos de como uma tecnologia contribui para alterar comportamentos e percepções. Cite-se o caso do desporto. De acordo com Ellis Cashmore (1998: 182), “*a televisão incentivou-nos a assistir aos jogos de modo diferente. Podemos estar a assistir à mesma acção do que nossos avós, mas lemo-la de modo diferente*”. Na verdade, a transmissão televisiva de competições desportivas, como de outros espectáculos, impõe-nos expectativas e percepções diferentes daquelas que teríamos se estivéssemos no local onde se desenrolam os acontecimentos ou se lêssemos o respectivo relato num jornal.

- *Um meio de coesão social*: atendendo aos gostos da maioria, mas também a realidades socioculturais periféricas, a TV, nomeadamente a generalista, assumir-se-ia como um factor de integração. Para que tal se concretize, será necessário que o audiovisual reflecta as preocupações e problemas de diferentes campos sociais, de modo a levar o indivíduo a melhor perceber os sistemas que influenciam o seu quotidiano.

Num primeiro momento, talvez seja difícil pensar a televisão como lugar que ordena o caos do quotidiano. Se nos centrarmos na informação, damos conta de que são os acontecimentos que introduzem a ruptura na normalidade aqueles a que os jornalistas prestam mais atenção. Fazendo do anómalo ou do surpreendente o *leitmotiv* da sua actividade, como poderá a TV, nomeadamente a informação televisiva, contribuir para estabilizar a vida social? Anthony Giddens ajuda-nos a pensar isso a partir do conceito de “segurança ontológica”, aplicado à TV por Roger Silvestone.

“Processos profundos de reorganização do tempo e do espaço” caracterizam aquilo a que Giddens chama “modernidade tardia” (1997: 2), que é, afinal, a que todos vivemos. O tempo que cronometrarmos já se desligou do avanço linear do relógio para se reorganizar numa espécie de presente contínuo, sem referências passadas e perspectivas futuras; os lugares que habitamos já não são caracterizados por elementos idiossincráticos, mas por traços que absorvem de diferentes campos. Tudo isso é favorecido pelo desenvolvimento de mecanismos de descontextualização que, por seu lado, alteram o conteúdo e a natureza da vida social, cuja evolução é em grande parte tributária da capacidade reflexiva dos actores sociais. São precisamente estes três traços – “a separação do tempo e do espaço; o desenvolvimento de mecanismos de descontextualização; a apropriação reflexiva de conhecimentos” (1996: 37) – que este sociólogo inglês diz serem as três fontes dominantes do dinamismo social.

Circulando hoje por vários lugares onde é confrontado com múltiplas realidades, o actor social necessita de modalidades de organização do tempo e do espaço que lhe confirmem alguma confiança e segurança para “ir andando nos vários cenários da vida” (Giddens, 1997: 33). Servindo-se do “carro de Jagrená”⁵¹ como imagem da actualidade, o sociólogo afirma que “este engenho descontrolado de enorme potência” apenas pode ser conduzido até certa medida, perante a ameaça de “fugir ao nosso controlo e despedaçar-nos” (1996: 97). Os *media*, principalmente a televisão, têm aqui uma relevância especial. Giddens (1997: 23-25) aponta “o efeito de colagem”, ou seja, a apresentação de várias histórias umas ao lado das outras e a “intromissão de acontecimentos distantes na consciência quotidiana”, para afirmar que os

⁵¹ Giddens explica que “o termo tem origem na palavra hindu ‘Jaggannath’, senhor do mundo’, que é um dos nomes de Krishna. Uma imagem desta divindade era levada anualmente pelas ruas num enorme carro, sob o qual se diz que os crentes se lançavam, sendo esmagados pelas suas rodas” (1996: 97).

meios de comunicação social são experiências mediadas que ajudam o indivíduo a alcançar um certo controlo sobre a mudança social e, simultaneamente, a integrar-se na sociedade. Tal perspectiva é possível porque se parte da premissa de que “*ser-se humano significa conhecer o que se faz e por que se faz*” (1997: 33). Submetendo-se aos constrangimentos do sistema social onde se insere, o actor social é também concebido com uma certa capacidade de controlo reflexivo. Giddens fala da “*monitorização reflexiva da conduta*”, significando com isso o “*carácter intencional ou propositado do comportamento humano, realçando a intencionalidade como processo*” (2000: 16). Este modo de ver o actor não implica a assunção de objectivos conscientemente definidos para as condutas sociais, admitindo, antes, um determinado saber que se ancora na *praxis* e que se revela constitutivo da vida social⁵². “*Todos os indivíduos*”, escreve o sociólogo na obra *As Consequências da Modernidade* (1996: 169), “*incorporam selectivamente muitos elementos de experiência mediada na sua conduta do dia-a-dia e fazem-no activamente, embora de modo algum nem sempre conscientes*”. Neste quadro, os *media*, tornando possível experienciar vivências de sítios e de tempos desencontrados da realidade onde o actor social se movimenta, adquirem uma importância acrescida na construção da “*segurança ontológica*” de que necessita o actor social para “*ir andando*” por um quotidiano cada vez mais complexo.

As reflexões de Roger Silverstone retomam alguns conceitos de Giddens. Como a importância das relações sociais, a dissociação entre espaço e tempo, o risco que caracteriza as sociedades de hoje e a necessidade de o actor social se localizar num mundo cada vez mais globalizado. Fazendo da televisão o objecto central de grande parte do seu trabalho, Silverstone fornece outros elementos para pensar o audiovisual como instância central no equilíbrio quotidiano ou, por outras palavras, como lugar donde emerge uma “*segurança ontológica*” de importância crucial em termos individuais e colectivos. Em *Television and Everyday Life* (1994), Silverstone fala da importância da TV no dia-a-dia, sustentando, num capítulo que dedica ao “*sistema teletecnológico*” (1994: 78-103), que as tecnologias resultam de circunstâncias e estruturas, decisões e acções. São estas que, na sua opinião, fixam o respectivo uso e poder. Num artigo em que se refere à necessidade de se constituir uma sociologia da televisão (1990), o investigador aconselha a pensar este *medium* “*não apenas como um produto da tecnologia*”, mas como um “*objecto social e simbólico*” através do qual podemos encontrar elementos que nos devolvem aquilo que também designa como “*a nossa segurança ontológica*”.

⁵² Giddens explica isso usando os conceitos de “*consciência discursiva*” (a capacidade de verbalizar as explicações da acção) e de “*consciência prática*” (que reenvia para mecanismos psicológicos de lembrança e integra enquadramentos partilhados da realidade, acessíveis ao agente durante a acção, mas que ele é incapaz de exprimir verbalmente). Se a primeira nem sempre está presente, a segunda acompanha permanentemente o actor social, constituindo-se como uma “*âncora cognitiva e emotiva dos sentimentos de segurança ontológica*”, que assegura ao actor a confiança necessária na prossecução da *praxis* (1997: 31-32). Para Giddens (1997: 32), “*a noção de segurança ontológica está intimamente ligada ao carácter tácito da consciência prática*”.

Vivendo num lugar cada vez mais tributário do global, passando fugazmente por diferentes espaços comuns e permanecendo numa esfera privada contaminada por códigos de âmbito público, cada um necessita de narrativas que o alojem numa rede de relações espacio-temporais locais e globais, domésticas e públicas. Ao facilitar um vínculo entre os nossos modos de actuar e os requisitos sociais dessa actuação, a televisão constitui-se como uma base que nos torna membros de uma comunidade. Afirmando que “*o pequeno ecrã é o ponto em que as culturas pública e privada se encontram*” (1990), Silverstone não faz apenas da programação televisiva um elo social, mas transforma-a numa instância que fornece pontos de referência sem os quais os indivíduos teriam dificuldade em ordenar o seu quotidiano. Integrando em si a desorganização do mundo, a TV caracteriza-se por uma certa continuidade, assegurada por uma programação que reflecte, e simultaneamente reestrutura, o quotidiano dos espectadores. Silverstone lembra que, para lá do conteúdo específico de cada programa, uma grelha divide a sua oferta em segmentos horários que incorporam os espectadores numa estruturação idêntica aos ritmos diários partilhados por determinada sociedade. Essa organização do tempo e do espaço resguarda a empresa mediática de alguma desordem ao mesmo tempo que ajuda as audiências a reencontrarem coordenadas que as sintonizam com os ritmos sociais dominantes.

Num artigo publicado no Verão de 2002 nos “*Dossiers de l’Audiovisuel*”, Roger Silverstone serve-se da mediatização televisiva dos atentados do “*11 de Setembro*”, uma catástrofe que suspendeu a ordem do quotidiano e que interrompeu a rotina das redacções, para explicar a importância da comunicação mediática nos casos socialmente desestruturadores. Será que a televisão, ao mediatizar este tipo de acontecimentos, está a ampliar o caos ou procurará um sentido para a desordem que ele instala? Reconhecendo que a transmissão em directo daquele atentado terrorista não permitiu “*compreender o que se passava*”, Silverstone sustenta que o respectivo tratamento mediático possibilitou “*saber onde nos situarmos relativamente a esse acontecimento*”, o que, argumenta, “*é de uma importância crucial*”. Lembrando que “*a nossa experiência do mundo é influenciada pela mediação electrónica*”, o autor diz que “*há qualquer coisa de reconfortante no relato mediático*”. Eduardo Cintra Torres, na tese de mestrado intitulada “*A Tragédia Televisiva: o caso limite da dramatização na informação audiovisual*” (2003), reflecte sobre a mediatização do “*11 de Setembro*”, constatando que o jornalismo aí desenvolvido ultrapassava a informação: “*O jornalismo pós-11 de Setembro mostrou que podia não apenas informar, mas também consolar, podia não apenas fazer-nos pensar, mas também fazer-nos chorar*”. No artigo acima citado, Silverstone escreve que “*a comunicação electrónica é hoje a pedra-de-toque do nosso contacto com o mundo e do interesse que atribuímos às coisas*”. Actualmente é no pequeno ecrã que se anuncia a guerra e se confirma a paz. É ele que obriga a interromper o ritmo normal do quotidiano quando faz reflectir algo que é dado como extraordinário, e é também ele que fornece elementos que ajudam a encontrar referências no mosaico cada vez mais fragmentado que compõe o quotidiano. Se reconhecemos o seu poder para fixar ritmos sociais, a legitimidade de ver na TV uma fonte de “*segurança ontológica*” estará justificada.

Tomando a televisão como um dos pontos centrais da vida social, somos tentados a perspectivar as suas emissões como se de rituais se tratasse. Esta não será uma comparação inovadora. Já a fizeram quer quem estuda os ritos e descobre novos lugares onde assenta a sua realização, quer quem analisa o campo televisivo e defende que se desenvolve aí um tipo de comunicação que se aproxima de um ritual. Conjugando o trabalho de uns e de outros, encontramos um caminho fértil para pensar o audiovisual como um lugar de celebração colectiva de um presente social. Misturando tempo individual com tempo colectivo, ligando o presente a um passado de referência, expondo fenómenos por vezes desconhecidos, centrando-se no incompreensível, o ritual provoca estados mentais colectivos, estimula a memória, modifica experiências, expõe um sentido para a desordem. Mais do que transmitir mensagens preestabelecidas, o rito, através das suas manifestações, canaliza para a audiência informação nova, sendo, portanto, uma fonte de potencial conhecimento. Compostas por linguagens específicas e actualizadas por repetições que se fixam num certo tempo e espaço, as manifestações rituais tomam configurações diversas (positivas ou negativas; festivas ou formais, comemorativas ou expiatórias...), mas todas elas se cruzam, em maior ou menor grau, com o quotidiano que, num primeiro momento, é desestruturado para no fim se reestruturar. A dramatização, ou seja, a encenação dos actos que o ritual cria, liga-se aos estilos de vida onde essas práticas ocorrem. É isso que garante a adesão mental do público – feita mais ao nível do sentir do que do pensamento – e é essa receptividade que, por seu lado, assegura a renovação dos ritos. Trata-se, pois, de um ciclo. Se o emissor recompõe as suas mensagens em função do público, este também desenvolve a sua recepção com base em expectativas e em projecções. Falamos aqui de ritos, mas poderíamos reescrever cada palavra, se o nosso referente fosse a televisão.

Escrevendo sobre ritos primitivos, Jean Cazeneuve (s/d) discute algumas das suas funções que podem também ser aplicáveis à televisão. Partindo da premissa de que o “*rito é sempre uma acção simbólica*” (s/d: 269), o investigador francês defende que as práticas rituais correspondem à necessidade que os indivíduos têm “*de se fixarem numa condição humana e de situarem essa condição em relação ao que lhes escapa*” (s/d: 279). Para reforço desta posição, cita Saint-Exupéry que, em *Citadelle*, afirma que “*os ritos são no tempo o que a morada é no espaço*”. Pontos de fixação, poder-se-ia precisar. Todavia, as manifestações rituais podem também ser formas de desassossego, o que, na opinião de Cazeneuve, estaria em sintonia com a natureza do homem que “*deseja quietude e, no entanto, sente que a grandeza lhe vem do que o inquieta*” (s/d: 281). Sendo a linguagem (verbal e visual) o eixo estrutural das emissões televisivas, o audiovisual desenvolve-se sempre numa dimensão simbólica que fixa posições, atitudes, valores. Embora muitos dos seus programas sejam emitidos em diferido, a oferta televisiva coloca o espectador perante conteúdos transmitidos à mesma hora para uma vasta audiência. Há, assim, um presente construído dentro e fora do pequeno ecrã que possibilita a formação de uma comunidade situada em vários territórios, mas partilhando, em determinado momento, o quadro mental comum previsto no pacto comunicativo fixado por

cada programa. Tendo como referência “*a televisão do quotidiano*”, para retomar a fórmula usada por François Jost para referir a realidade televisiva actual, falamos de algo próximo de uma *TV espelho* que absorve equilíbrios e desordens, que anuncia conciliações e motins, que reflecte êxitos e infortúnios pessoais... Também é por aqui – nas regularidades bem como nas desordens – que as emissões televisivas, através de narrativas referenciais ou ficcionais, se constituem como *exempla* que integram socialmente os indivíduos ao mesmo tempo que asseguram a ordem social. Num artigo em que aplica o conceito de rito às manifestações desportivas, Damien Féménias (1999) afirma que o “*ritual funciona como uma espécie de ansiolítico e, simultaneamente, como um meio de controlo social extremamente eficaz*”. O mesmo, demonstra, se passa com o campo do desporto. E com o campo televisivo, acrescentamos nós.

Afirma Martine Segalen (2000: 26) que, “*mais do que falar de desritualização, podemos pensar num deslocamento do campo do ritual. Do centro do social, os ritos deslocaram-se frequentemente para a sua margem*”. Concordamos com a primeira parte. Sendo produto da sociedade onde se inscrevem e das temporalidades que os transformam, os ritos re-configuram-se na forma e no conteúdo, no tempo e no espaço, ou seja, exteriorizam-se com outras linguagens, referem-se a realidades diferentes, celebram-se em novos momentos e espaços. No entanto, ao reconhecermos no audiovisual um campo propício ao seu desenvolvimento, já nos suscita dúvidas a possibilidade de colocar os ritos na marginalidade. Refira-se que Segalen admite que “*as formas sociais contemporâneas difundidas pelos meios modernos de comunicação são também criações rituais da modernidade*” (2000: 17). Abrindo hoje uma cena mediática de grande visibilidade para formas rituais através das quais se exprimem valores e emoções que não encontram lugar de expressão na sociedade, a televisão não pode ser colocada na borda do tecido social. Pelo contrário. Num artigo em que analisa a mediatização das viagens de João Paulo II, Daniel Dayan (1990) considera que o Papa “*consagrou o seu mandato a reconstruir uma esfera pública católica, a inserir rituais no centro do dispositivo televisivo, a redefinir o centro como um lugar vazio, como um sítio que qualquer periferia podia ocupar. O centro (Roma) torna-se nómada*”. São observações bem pertinentes. Faltou acrescentar que isso acontece porque o meio que serve de re-territorialização de espaços, a televisão, é, por seu lado, central na sociedade de hoje.

Circunscrevendo-se a acontecimentos particulares que designam como “*Media Events*” (*ME*), Daniel Dayan e Elihu Katz aproximam-se da televisão como se de um ritual se tratasse. A referência dos investigadores centra-se em “*cerimónias televisivas*”, ou seja, em “*momentos históricos televisionados em directo que fazem parar a nação ou o mundo*” (1999: 17). Sendo promovidos por instâncias exteriores à TV, os *ME* são planeados e publicitados com antecedência, criando grande expectativa na audiência que se sente “*na obrigatoriedade de assistir*”. Segundo Dayan e Katz (1999: 23), “*mesmo quando tratam de conflitos, celebram a reconciliação*”, constituindo-se, assim, como “*esforços cerimoniais para remediar o conflito ou*

para restaurar a ordem, ou, mais raramente, para estabelecer a mudança”. Não é também isso que fazem os rituais? Percorrendo a literatura que se concentra nos ritos, percebemos que houve tentativas para distinguir o cerimonial do ritual⁵³, mas estes dois termos são frequentemente apreendidos em conjunto. Pela nossa parte, entendemos a cerimónia como parte integrante do ritual, na medida em que é através do cerimonial que os ritos são colocados em cena e que se tornam mais expressivas as normas e os valores sociais. Ao analisarem os efeitos dos ME, Dayan e Katz (1999: 183-207) defendem que estes acontecimentos “*interrompem o ritmo da vida das pessoas*”, instalando um “*tempo de lazer, mas também um tempo sagrado*” que exige uma “*participação activa*” da audiência. Ainda que a produção e a recepção se desenrolem em territórios diferenciados, há uma ligação do *centro* (do palco dos acontecimentos) com a *periferia* (os locais onde se assiste às emissões televisivas, convertidos, assim, em espaços públicos unidos por uma cena mediática re-territorializada no ecrã de TV). “*A televisão retira os acontecimentos da terra e coloca-os no ar*”, sustentam Dayan e Katz (1999: 30). Para serem entendidos como momentos de reforço das identidades das instituições e dos actores que neles participam, os ME têm efeitos socializadores que os investigadores fazem prolongar no tempo para os defenderem como estruturantes da memória colectiva, conferindo-lhe substância e enquadramento. “*Os grandes acontecimentos*”, escrevem em *Media Events* (1999: 82), “*poderão ter o seu efeito primordial e certamente o seu lugar na memória colectiva, não sob a forma em que foram originalmente encenados, mas sob a forma como foram transmitidos*”. Daí dizerem que “*os verdadeiros construtores de monumentos do século XX são talvez os realizadores televisivos*” (1999: 112). A referência aqui são as grandes cerimónias mediáticas, mas julgamos possível transferir este pensamento para a actividade televisiva, vendo nela, e não apenas nos ME, um lugar propício não só para a transmissão de rituais, mas também para a renovação de outros. Daniel Dayan num artigo que escreve, em 1990, na revista “*Terrain*”, admite que “*a televisão pode inventar novos ritos, propor novas formas de celebração, sugerir novos modos de participação*”. Seria, talvez, conveniente tomar algumas cautelas, quando falamos em novos rituais criados dentro do pequeno ecrã. Martine Segalen (2000: 122) defende que “*não existem rituais novos, apenas rituais ‘contemporâneos’, porque o stock de referências simbólicas com que se alimentam acabou*”. Poder-se-á, porém, arriscar que a televisão põe em cena ritos que adquirem uma fisionomia renovada por um dispositivo televisivo que evolui ao ritmo da sociedade onde se insere.

⁵³ Cf. Wilson, Monica (1957) *Rituals of Kinship among the Nyakyusa*, Oxford; e Goody, J (1961) “*Religion and ritual: the definitional problem*”, *British Journal of Sociology*, 12(2). Tentando dar um conteúdo à distinção entre “*ritual*” e “*cerimonial*”, Wilson afirma que o “*ritual*” é uma acção religiosa destinada a obter benefícios de um poder sobrenatural, enquanto o “*cerimonial*” seria uma forma elaborada e convencional de expressão de sentimentos, não limitada a ocasiões religiosas. Para Goody, o “*ritual*” é uma categoria que designa um comportamento formalizado (um costume) onde a relação entre fins e meios é irracional ou não-racional. O “*cerimonial*” tem, na sua perspectiva, uma definição negativa, designando uma categoria de “*ritual*” que não é religiosa nem mágica, que não pressupõe a existência de poderes sobrenaturais, nem tem fins práticos; pode, no entanto, ter fins do ponto de vista dos actores e funções latentes do ponto de vista do observador. Por exemplo: as cerimónias do casamento civil. Cf. “*Cerimonial*” in *Enciclopédia Einaudi*, Vol. 30, Imprensa Nacional Casa da Moeda.

Centrando-se numa perspectiva cultural da comunicação, James Carey (1988) propõe um olhar sobre os *media* enquanto lugares de partilha, de participação e de fé colectiva. A comunicação de massas é para Carey um ritual que se concentra não na extensão de mensagens no espaço, mas na manutenção da sociedade no tempo. Mais do que transmitirem informação, os meios de comunicação social, na perspectiva do investigador norte-americano, acolhem e tornam comuns crenças partilhadas, assegurando, conseqüentemente, a coesão social. Assistir a uma emissão televisiva assim como ler um jornal constituem formas de participar numa cerimónia na qual se reactualizam visões colectivas do mundo. É exactamente como “o lugar contemporâneo da cultura mítica” que Roger Silverstone (*in* Carey, 1988: 20-47) percepçiona a televisão, mas a sua ideia de ritual situa-se já ao nível da recepção das mensagens televisivas. A equivalência entre o mito e o pequeno ecrã é explicada pela semelhança dos processos comunicativos criados por ambos: ambos se centram em eventos socialmente representativos; ambos preservam formas tradicionais de contar histórias; ambos constroem uma envolvência espacio-temporal diferente da realidade empírica (1988: 29). Também Lacalle (2000) faz idêntica aproximação, afirmando que ambos procuram dar sentido a um mundo que não o tem; ambos procuram construir padrões narrativos que convertam a nossa existência em algo significativo.

Julgamos pertinentes os argumentos apresentados, mas ao conceito de mito preferimos o de rito. Se o primeiro pressupõe o relato de uma história ocorrida *in illo tempore*, uma narrativa que diz de que modo algo que não era começou a ser; o segundo remete-nos para manifestações que, embora procurem construir um vector com o passado, se enraízam no presente, para o qual procuram uma explicação ou um sentido. Esta perspectiva está mais próxima da televisão: quer ao nível da produção, quer da recepção. Bird e Dardenne (*in* Carey, 1988:70) lembram a tranquilidade e a familiaridade que proporciona uma experiência socialmente partilhada, como o é o acto de ver televisão, algo que podemos fazer na solidão de uma sala vazia, mas que sentimos fazê-lo com uma vasta comunidade invisível de outros telespectadores. A esse ritual que cumprimos cada vez que assistimos a uma emissão televisiva corresponde outro ritual que se desenvolve em diferentes momentos da produção das mensagens mediáticas, como explicaremos noutra capítulo. Esta perspectiva leva-nos ainda a atender a um outro aspecto. Convocando essencialmente os sentidos daqueles a quem se dirigem, os rituais operam num registo simultaneamente racional e emocional através do qual se procura não só conferir sentido àquilo que se coloca em cena, mas também reter o público nos aspectos essenciais da mensagem que se pretende transmitir. Falar da televisão como ritual implica, então, uma valorização das emoções como modo de inteligibilidade. Regressaremos a esta questão mais à frente.

Mais do que textos que reúnem um significado intrínseco, a televisão pode também ser considerada como um suporte das relações sociais. Esta ideia de fazer dos canais televisivos um meio de coesão social é desenvolvida por vários investigadores. Optamos aqui por seguir o trabalho de Dominique Wolton e de Dominique Mehl.

A influência permanente de um modelo cultural sobre a comunicação é uma das linhas que atravessam os trabalhos de Dominique Wolton (1994). Embora reconheça que a dimensão “*funcional*” do acto comunicativo (a transmissão e difusão de mensagens) assume uma crescente expressividade nas sociedades modernas onde é cada vez mais necessário organizar as relações entre as massas no quadro de uma economia mundial em que os respectivos fluxos circulam a grande velocidade, este sociólogo francês acredita que a outra vertente da comunicação, a “*normativa*”, ligada aos sentidos da partilha e da compreensão mútua, não se deixará alienar pela primeira. Esta última exprime, na sua opinião, aquilo que está no centro da cultura ocidental: “*A força do laço com o outro*” (1997: 32). E é precisamente na promoção da coesão social que Wolton vê uma das funções primordiais da televisão, o que pressupõe o papel integrador da comunicação audiovisual. Esta leitura adquire contornos relevantes para um tempo como o actual, em que os actores sociais são valorizados por qualidades pessoais, mas cujo percurso de vida continua a depender de referências colectivas que, por seu lado, estão cada vez mais disseminadas. Wolton caracteriza esta contemporaneidade como “*sociedade individualista de massas*” e é aí que a televisão seria, na sua perspectiva, “*um lugar estruturante entre estas escalas e espaços*” (1997: 96), construindo e representando um elo social entre as vivências individuais e as experiências colectivas. Reconhecendo-lhe um papel importante numa altura em que as instituições perdem a sua capacidade de acção e de influência junto dos indivíduos, este sociólogo sublinha, no entanto, que a TV não detém o monopólio exclusivo das representações sociais (1997: 155).

Para se constituir como um dos principais laços sociais da modernidade (não exclusivo, entenda-se), as emissões televisivas teriam de estar disponíveis para serem partilhadas por todos. Esta igualdade de acesso ligar-se-ia ao próprio fundamento do modelo democrático assente na não-discriminação de pessoas. Dominique Wolton acredita nessa possibilidade. O que não será uma utopia, pois o modelo que tem em mente é o de uma TV generalista a emitir em aberto, diversificada nos seus conteúdos, de modo a reflectir a heterogeneidade social e cultural. Esta seria, na sua opinião, também uma forma de unir pessoas com perfis diferentes, ou seja, vários públicos, para que seja exequível a partilha de alguma coisa. Estamos aqui ao nível da comunicação normativa. “*Quanto mais a televisão é um espelho, permitindo à maior parte das categorias sociais encontrarem-se, mais limita a exclusão de populações que se sentem já à margem da sociedade*” (1997: 102). Essa janela aberta contra a exclusão, por onde passariam realidades poliformes, atenuaria, assim, a “*espiral do silêncio*” de que fala Noelle-Neumann. Deve, porém, reconhecer-se a impossibilidade de a TV ser completamente generalista, se entendermos por este conceito uma oferta de programas que satisfaça todos os públicos. Inevitavelmente há sempre escolhas, mas o importante será a vontade de chegar ao maior número de pessoas, constituindo uma espécie de plataforma unificadora.

Desenvolvendo um estudo da programação dos canais generalistas franceses, detendo-se particularmente nos *reality shows* emitidos em finais dos anos 80, Dominique Mehl segue a linha de Dominique Wolton, que, aliás, cita (1992: 37). Do seu trabalho empírico, a investigadora francesa retira a ideia de que o audiovisual é criador de laços sociais, desempenhando a nível social um papel integrador vital. Mais do que uma “*televisão mensageira*” centrada naquilo que se pensa serem as necessidades do saber do telespectador em que o apelo à razão se sobrepõe ao apelo aos sentimentos, o audiovisual hoje, na perspectiva de Mehl (1992: 16-41), segue modelos de uma “*televisão relacional*” centrada no registo da convivialidade onde o canal “*é encarado como um meio de criar relação*”, prevalecendo a atenção às pessoas sobre a importância do discurso; de uma “*televisão mediadora*” que “*procura criar, acima de tudo, um laço social*”; e de uma “*televisão-actriz*” que intervém no campo social, compensando “*o défice afectivo da sociedade*”. “*O pequeno ecrã*”, escreve Mehl (1992: 16), “*é a cena onde se estendem, como na família ou no bairro de outrora, as solidariedades e a partilha dos prazeres quotidianos*”.

Numa sociedade que procura meios para expressar preocupações, valores comuns e ansiedades, a televisão assume-se, assim, como um campo singular de expressão pública e colectiva, capaz de albergar vários discursos e diferentes interlocutores, transformando vidas banais em exemplos emblemáticos para uma massa heterogénea de pessoas. É uma forma de neutralizar “*a dificuldade de comunicar numa sociedade que pretende ser de comunicação generalizada*” (Mehl, 1996: 10). Num livro que dá conta das várias formas que a palavra hoje assume dentro do pequeno ecrã, a investigadora francesa fala da “*televisão da intimidade*” que é simultaneamente estruturante de novas fronteiras entre espaço público e espaço privado e estruturada pela evolução social que ocorre nesses dois domínios. Influenciada pelo *corpus* de análise (os *reality shows* emitidos pelas estações francesas em finais dos anos 80), Dominique Mehl afirma que a TV da intimidade “*apresenta-se como um vasto mercado de valores onde todas as referências são colocadas em equivalência, mas onde o direito à diferença é proclamado*”. Neste sentido, conclui (1992: 239), “*ela subscreve a gestão da alteridade pelo reconhecimento das disparidades e as pertenças comunitárias, participando da incerteza dos valores e da conquista identitária típica das nossas sociedades contemporâneas*”. Talvez tivesse sido proveitoso acrescentar à sua análise outros géneros televisivos, principalmente os de informação, por serem aqueles que trabalham directamente com dados referenciais, ao contrário dos programas de entretenimento mais concentrados em registos ficcionais. Todavia, o trabalho de Dominique Mehl acrescenta dados importantes para pensar a TV como um dos principais elos sociais.

A reter

- *A televisão presa a pressões económicas.* Públicos ou privados, os canais televisivos são empresas dispendiosas. Com centenas de profissionais, com tecnologias em permanente evolução, com produções de programas a exigirem grandes investimentos. Tudo isso implica suculentas receitas (a maior parte das vezes) tributárias de substanciais índices de audiência.
- *A televisão subordinada a dispositivos tecnológicos.* Nem tudo cabe dentro de uma imagem. Nem tudo pode ser captado por um câmara. E aquilo que se mostra reflectirá a realidade ou construirá um mundo pendurado em significantes construídos pela tecnologia de que o pequeno ecrã dispõe?
- *A televisão dependente de constrangimentos estruturais.* Diz-se e mostra-se aquilo que a imagem e a palavra televisivas autorizam. Estruturada no tempo, a oferta televisiva submete-se a regras próprias. Uma emissão a seguir à outra, mas obedecendo a uma regularidade fixada pela grelha. Um programa com uma duração determinada, mas respeitando um dispositivo pré-determinado.
- *A televisão como (re)produtora de conhecimentos.* Circulando por múltiplos lugares, os actores sociais necessitam de meios que os ajudem a construir um mundo comum que se dimensiona na medida da complexidade do universo onde habitam. Abrindo múltiplas janelas para diferentes mundos, a TV tem aí particular importância.
- *A televisão como promotora de novas formas de vida.* Se a imagem e a palavra televisivas apresentam limitações, também reúnem inúmeras potencialidades. Evoluções tecnológicas permanentes permitem criar espelhos onde retemos imagens daquilo que somos ou poderemos ser.
- *A televisão como elo de união.* Vivendo numa sociedade global, colocados perante diversificados estilos de vida e percebendo que a mudança é permanente e transversal a todos os “campos sociais”, o indivíduo é incapaz de controlar tudo, mas sente-se confrontado com a exigência de adaptação individual. Sendo uma espécie de caleidoscópio, o pequeno ecrã fornece elementos que nos dão segurança para ir andando no nosso quotidiano, proporciona momentos de celebração e fixa um lugar que, mesmo a distância, é partilhado por uma comunidade invisível de grande dimensão.

A televisão como um meio de abertura da sociedade a ela própria e, conseqüentemente, como elo de união dos actores sociais será uma perspectiva que nos acompanhará ao longo deste trabalho. A consideração de novos locais com o estatuto de espaço público como é o caso das emissões televisivas e a sua importância na promoção da coesão social são elementos a que prestaremos particular atenção no próximo capítulo. Ao fazer da publicitação das relações humanas o vector contínuo da sua actuação, o pequeno ecrã assume-se como mecanismo privilegiado na transformação dos factos privados e sociais em factos públicos. Na nossa perspectiva, é este *medium* que actualmente opera assinaláveis mudanças qualitativas do nosso mapa social, tendo, desse modo, um papel assinalável no espaço público contemporâneo.

Capítulo 2: O espaço público: as fronteiras que a TV integra e/ou reconfigura

A nossa aproximação à informação televisiva dos canais generalistas faz-se através de uma perspectiva que a encara não enquanto *textos*, mas enquanto *discursos*. Mais do que *elementos da linguagem*, olhamos as emissões televisivas como *factos sociais*, ou melhor, como *elementos simbólicos* da realidade social que desenham, dentro do pequeno ecrã, uma espécie de ágora que condiciona a evolução do espaço público da sociedade contemporânea, mas que é também condicionada pelas alterações desse mesmo espaço. Colocados neste ponto de vista, parece-nos importante, num primeiro momento, perceber os elementos estruturadores do espaço público onde fazemos assentar a televisão, sem, no entanto, pretender, com isso, traçar uma linha diacrónica da evolução desta realidade. Não iremos, por isso, reconstituir a história do conceito⁵⁴, apenas realçamos elementos que ajudem a ponderar o tipo de discussão que a TV absorve, ou poderia recuperar, de um espaço com o qual não se confunde, ainda que seja por ele influenciada e também o influencie.

Nessa busca, encontramos no trabalho de Jürgen Habermas algumas respostas. Numa das suas obras de referência, *Strukturwandel der Öffentlichkeit*⁵⁵, o filósofo pode ser apontado pelo carácter estritamente datado das considerações que tece acerca das condições históricas que influenciaram a estruturação do espaço público, mas a arqueologia feita desse espaço fixa mutações que permitem pensar melhor a sua actual configuração. Embora o modelo habermasiano seja importante como ponto de partida, não ficaremos presos a ele, porque, como assinalaremos, apresenta limitações que obrigam a procurar caminhos mais esclarecedores das actuais fronteiras entre os domínios público e privado. Será a partir da configuração do espaço público contemporâneo que poderemos analisar melhor aquilo que será uma das principais funções das emissões informativas dos canais generalistas: constituírem-se como uma ágora mediática que torna possível a discussão de problemas de interesse geral.

⁵⁴ Há uma extensa bibliografia sobre a evolução do espaço público desde a Grécia Antiga. Apontamos, a título de exemplo, *A Condição Humana*, de H. Arendt. Interessante o texto “*Les transformations de la publicité politique*” que Marc Ferry insere no livro por si coordenado, *El nuevo espacio publico*, pelas comparações que faz entre o domínio público do mundo helénico e o da modernidade. Sublinhe-se esta: “*Para os modernos, a formação de um espaço público político obedecia ao motivo moral da emancipação (...), para os Gregos, a formação do espaço público político teria sido sustentada por uma estética da figuração, da apresentação do ‘eu’, onde cada um devia ‘superar-se’ a fim de obter a glória, graças às belas palavras pronunciadas na praça pública*”.

⁵⁵ Utilizamos neste trabalho a versão francesa desta obra de Habermas: *L’Espace Public – archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot, 1986.

1. Do espaço público ideal ao espaço público real

Muito se escreveu, nestes anos, sobre espaço público. Desde o mundo helénico até à contemporaneidade, esse espaço comum a que todos (teoricamente) poderão aceder foi alvo de múltiplas definições e nele foram projectadas funções diversas. Por exemplo: detecção de problemas sociais, tematização e problematização de tópicos diversos e sintetização de fluxos comunicativos. Louis Quéré (1995: 93) propõe que se pense este conceito em função de três categorias:

- *discussão*: lugar de uma livre circulação de informações e de ideias ou de um livre confronto de opiniões, conduzindo à formação da vontade geral;
- *colocação em cena*: lugar de aparição no qual as pessoas e as respectivas acções são expostas à vista de todos;
- *acessibilidade*: lugar que integra o que é de interesse geral, sem exclusão de temas ou de pessoas.

Esta seria uma forma de perspectivar o espaço público tal como ele se apresenta em determinado momento, apesar de, como reconhece Quéré (1995: 94), uma “*tal representação não dar uma exacta medida da dimensão praxiológica do espaço público*”. No entanto, através dela, começamos a perceber que estamos no domínio da reflexão e, de certa forma, da argumentação como base de qualquer esclarecimento. Se seguíssemos apenas estas variáveis, deixaríamos para trás as condições sociais de emergência e de manutenção do espaço público bem como a sua capacidade estruturadora, elementos que certamente ajudam a perceber com mais nitidez o desenho que dele temos em determinado momento. É aqui que o modelo habermasiano do espaço público nos serve de linha de orientação.

De Jürgen Habermas seguimos com particular atenção *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, mas não perdemos de vista a sua teoria do agir comunicacional. É na obra acima citada, em que traça a emergência do espaço público na sociedade do século XVIII, que centramos a nossa atenção, pois é aí que recolhemos elementos importantes para pensar, por exemplo, a importância dos *media* na constituição de um determinado espaço público, a passagem de um público que discute ideias para uma audiência que consome produtos, a manipulação de que pode ser alvo uma certa forma de publicitar aquilo que se pretende que seja comum, a perda da função crítica da imprensa... Reconhecendo o carácter datado do livro em que traça um modelo de espaço público que se pretende (idealmente) universal, consideramos ser na crítica às suas propostas que se torna possível procurar elementos para pensar de forma mais abrangente um espaço público que, na nossa perspectiva, estrutura os *media* e, simultaneamente, é estruturado por eles.

1.1. As propostas de Jürgen Habermas

Em *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, escrito nos anos 60, Jürgen Habermas reabilita o tipo de vida burguesa, construindo, a partir dele, um modelo de *espaço público* assente na “*comunicação ilimitada*” (aberta a todas as temáticas), na “*forma pública de debate*” (não-restrição de pessoas) e na “*racionalidade*” daquilo que é objecto de discussão. Esse “*conjunto de pessoas privadas reunidas num público*” (1986: 39) opunha-se à esfera do poder político, ou seja, ao poder absolutista das monarquias. Mais do que lutarem contra a concentração excessiva do poder político nas sociedades, é contra a natureza da dominação que os seus membros se posicionam. Encontrando no século XVIII a referência do seu modelo de espaço público, Habermas sublinha que o domínio privado era constituído pela esfera privada (esfera do mercado) e pela esfera da intimidade⁵⁶ (esfera da família), integrando-se no domínio público a esfera pública literária e a esfera pública política. De acordo com as teses habermasianas, a penúltima foi a predecessora apolítica da última, definindo-se como uma esfera de pessoas privadas que participavam em debates públicos através da troca de argumentos racionais sobre temas artísticos e literários, sendo isso o resultado da expansão de uma cultura acessível a um público mais alargado, constituído pela nobreza e alta burguesia. Sem a existência desta esfera cujas discussões visavam alcançar uma legitimação estética, o público de pessoas privadas que usava a razão nunca teria sido capaz de se apropriar da esfera pública controlada pelo Estado. Progressivamente, essa esfera pública literária – que se desenvolveu, sobretudo, em salas de leitura, salões e cafés – foi sendo transformada numa esfera pública política assente em três princípios essenciais:

- igualdade daqueles que participavam nos debates,
- interesse geral das discussões,
- não-exclusão dos públicos.

Ambas as esferas públicas progridem segundo o ritmo do domínio privado de onde saem os seus elementos constituintes. A passagem da esfera pública literária para a esfera pública política corresponde à passagem da esfera da família para a esfera do mercado. Isto significa que, ao contrário da antiguidade grega, onde os domínios privado e público funcionavam por oposição, no mundo moderno são perspectivados em termos de articulação.

⁵⁶ As esferas privada e da intimidade estão intrinsecamente ligadas na sociedade burguesa do século XVIII. A emancipação psicológica que ocorre na família corresponde à emancipação económica que ocorre no mercado. O homem privado assume duas facetas: a de proprietário de pessoas e de bens.

Tendo como princípio o “*uso público da razão*” (1986: 38), Habermas afirma que esses homens privados reunidos num público poderiam chegar a uma autoridade legítima, assente no “*consenso*” (resultante da troca racional de argumentos) e no “*interesse geral*” (garantido por actores que não representavam nem o Estado, nem interesses económicos pessoais) que se oporia a uma autoridade absolutista de normas e princípios indiscutíveis. O espaço público habermasiano funda-se, assim, no ideal liberal de uma síntese entre “*razão*” e “*Publicidade*”, descobrindo-se aqui uma herança kantiana segundo a qual a razão se tornaria pública através de explicações discursivas para as quais se reclamavam o estatuto de universalidade e a capacidade de se gerarem “*consensos*” entre um público capaz de trocar argumentos racionais, ou seja, capaz de agir através de uma “*razão comunicacional*”⁵⁷, que é, aliás, outro conceito-chave em Habermas.

Neste processo de debater publicamente assuntos de “*interesse geral*”, Habermas vê os jornais do século XIX como espécie de instituição das discussões racionais que se desenrolavam no domínio público não só com uma função crítica evidente, mas também desempenhando um importante papel na configuração desse espaço público⁵⁸. A imprensa era, simultaneamente, um mediador e um estimulante das discussões públicas (Habermas, 1986: 53). Nessa altura, a lógica capitalista (ainda) não dominava o quadro de funcionamento dos *media*, mas, progressivamente, a imprensa de opinião foi sendo transformada num comércio, visando atingir o maior número de clientes que garantissem a rentabilização dos investimentos. Habermas interpreta esse desenvolvimento massivo como uma perda do carácter político da esfera pública, considerando inviável uma discussão racional, construtora de uma vontade geral capaz de pôr fim à dominação arbitrária. Notam-se aqui os ecos das teses de Theodor Adorno e Max Horkheimer, dois nomes-chave da Escola de Frankfurt, para quem as leis do mercado vieram provocar um empobrecimento da cultura que deu lugar a uma “*indústria cultural*”⁵⁹ na qual integram os *media*. Habermas partilha a visão destes dois filósofos alemães, não tivesse sido ele aluno de Adorno e, posteriormente, seu assistente na Universidade de Frankfurt, onde havia um forte núcleo que dedicava as suas investigações ao desenvolvimento de uma *teoria crítica da sociedade*.

⁵⁷ Na obra *Théorie de l'Agir Communicationnel*, Habermas propõe uma teoria da acção, em que distingue, por um lado, situação social de situação não-social e, por outro, acção orientada para o êxito de acção orientada para a compreensão. A partir destas categorias, cria uma tipologia formada por três tipos de acção:

- *acção instrumental*: não-social e orientada para o êxito,
- *acção estratégica*: social e orientada para o êxito,
- *acção comunicacional*: social e orientada para a compreensão.

Para Habermas, o “*agir comunicacional*” é o vector estruturante da socialização e, conseqüentemente, da transformação social. Essa “*acção comunicacional*”, promotora da integração do sujeito na sociedade, tem traços específicos, o principal das quais seria o seu carácter racional. Ora, essa razão comunicacional apenas se torna possível, quando se acredita num princípio de *universalidade* inerente a uma discussão. Segundo a teoria habermasiana, qualquer diálogo pressupõe que os interlocutores partilhem as mesmas regras de codificação e descodificação das mensagens. Assim, toda a argumentação teria por base um sistema universal de regras assentes na razão, o que possibilitaria a aproximação dos indivíduos. Tudo isto desembocaria num modelo de democracia do consenso, construída por compromissos aceitáveis, não-manipulados.

⁵⁸ Bernard Miège também traça este percurso em *La société conquise par la communication*. Tome 2: *La communication entre l'industrie et l'espace public*, Éditions Presses Universitaires de Grenoble, 1997.

⁵⁹ Neste conceito sobressai a natureza homogénea dos produtos culturais. Esta problemática foi abordada no capítulo anterior.

De acordo com a teoria habermasiana, a “*Publicidade*” enquanto exposição crítica e racional de argumentos e troca de ideias foi cedendo progressivamente o seu lugar a uma “*publicidade*” concebida como manipulação, posta ao serviço de interesses privados. Segundo Habermas, esta evolução reflecte a passagem da sociedade burguesa do século XVIII para a sociedade de massa, cuja característica principal, na sua perspectiva, seria conferir a todos um “*prestígio público*”. A “*publicidade*” permitiria, assim, manipular o público, sendo simultaneamente um meio de que as instituições se serviriam para se justificarem perante ele. Para perceber melhor este cepticismo relativamente à incapacidade de os *media* modernos promoverem uma discussão independente, há que ter em conta que Habermas tem subjacente à sua teoria a exigência kantiana da “*autonomia*”. Ora, num paradigma económico de comunicação parece ser complicado falar de um espaço público promovido pelos meios de comunicação livre de qualquer dominação. Também podemos lembrar que dos dois mecanismos de coordenação das acções salientados pelo filósofo alemão, o “*acordo*” e a “*influência*”, apenas é concedida legitimidade ao primeiro, por se desenvolver através de um entendimento entre as partes em interacção, censurando-se o segundo pela sua acção casual e pela sua natureza unilateral. É exactamente aí que este investigador integra os meios de comunicação social que operam numa democracia de massa.

Convém, no entanto, ter em conta que Habermas tece estas considerações num quadro de viragem da imprensa de opinião para a fase industrial, onde o lucro era o principal objectivo de qualquer projecto editorial. Isto justifica o facto de a sua visão ser excessivamente pessimista quanto às potencialidades da imprensa, mas através dela sobressai um traço actual que diz respeito ao facto de os *media*, por vezes, actuarem não segundo o “*interesse geral*”, como acontecia no espaço público do século XVIII, mas perseguindo os seus próprios interesses, ou seja, a rentabilidade económica dos seus projectos. Se a quantidade importa mais do que a qualidade, esta última será sempre sacrificada em função da primeira. Assim, quando os critérios de eficácia e os cálculos económicos têm prioridade, as questões de interesse público e as exigências éticas não conseguirão força suficiente para ditarem uma acção comunicativa.

O advento dos novos *media*, nomeadamente da televisão, não provocou, pelo menos numa primeira fase, uma neutralização deste pessimismo. Habermas não acreditava que uma emissão televisiva, ao contrário do que acontecera antes com os salões e cafés, fosse capaz de promover “*relações de uma esfera privada correlativa de um público*”, já que o respectivo consumo não exigia um clima social de discussão. Esta é também a posição que Theodor Adorno manifesta em relação ao audiovisual, embora reconheça a este *medium* um papel ideológico com grande repercussão na sociedade, na medida em que assume a dimensão visível do quotidiano do espectador, tornando-se, por isso, num sistema de representação (de parte) da realidade social. Da sua concepção da TV sobressai um espectador como mero receptor de mensagens em

vez de ser seu criador⁶⁰. Na senda de Adorno, Habermas também pensa que os novos *media* “captam um grande número de espectadores, mas retiram-lhe toda a distância emancipadora, ou seja, a possibilidade de tomarem a palavra e a refutarem”. Convém sublinhar que os partidários desta tese eram judeus refugiados da Alemanha, tendo testemunhado a plasticidade das populações que foram manipuladas por habilidosas técnicas de propaganda. Daí a sua convicção em defenderem que as pessoas eram facilmente moldadas pelas tecnologias modernas, também elas, pela sua natureza, dirigidas para as massas.

No entanto, não é nas técnicas que Habermas quer fazer repousar a reprodução do “*mundo da vida*”, mas nos “*actos de fala*”, caracterizados pelo traço da racionalidade e concretizados num processo de argumentação que deve seguir determinadas normas⁶¹. É com estes fundamentos que o filósofo alemão elabora em 1981 uma sociologia do “*agir comunicacional*” onde a acção é analisada tendo em conta as trocas simbólicas e os contextos linguísticos. O enfoque da sua tese parte da base de que as pessoas, sendo sujeitos reflexivos, actuam aplicando critérios da pragmática universal da linguagem com o objectivo de se entenderem. O “*acordo mútuo*” das partes que agem é uma condição indispensável para se chegar ao “*consenso*”, um conceito central neste modo de encarar a interacção social, através do qual se vê um caminho que transporta para a “*verdade*”, uma pretensão a alcançar em qualquer discurso argumentativo. Neste modelo, a linguagem ocupa, como afirma Habermas (1987a: 102), “*um lugar proeminente*”. É através dela que o filósofo pensa que locutor e auditor, partindo do horizonte do seu “*mundo da vida*”, negociam “*definições comuns de situações*” (1987a: 111), através das quais se constrói um vínculo social que agarra diferentes actores. Neste processo, valoriza-se o indivíduo racional, ou seja, “*a pessoa que interpreta a natureza das suas necessidades à luz de valores standard culturalmente em vigor*”, capaz de “*adoptar uma atitude reflexiva*” em relação àquilo que diz ou faz (1987a: 35-7).

No agir comunicacional, Habermas (1987b: 152) retém funções como as de transmitir e renovar o saber cultural, estabelecer solidariedades e formar identidades pessoais. Estes processos ligam-se a três componentes estruturais do “*mundo da vida*”: a cultura, a sociedade e a personalidade (1990: 314-5). A primeira reúne o acervo de saber que garante o entendimento dos sujeitos que comunicam; a segunda integra um conjunto de ordenações legítimas através das quais os participantes reúnem as suas pertenças; a terceira corresponde a um conjunto de competências que tornam o sujeito capaz de falar e de agir.

⁶⁰ Segundo Adorno (1991: 142), “*a maioria dos shows actuais da TV tem por objectivo produzir, ou pelo menos reproduzir, as mesmas apresentações, passividade intelectual e ingenuidade que parecem encaixar-se nos credos totalitários, mesmo que a mensagem superficial dos shows possa ser antitotalitária*”.

⁶¹ Por exemplo, falar sem intenção de enganar, não haver contradição naquilo que é dito... Supõe-se também que os falantes partilhem a mesma língua e integrem o “*mundo da vida*” de uma comunidade de linguagem.

Na sua teoria do agir comunicacional, Habermas também refere as “*apresentações narrativas de acontecimentos*” (1987b: 150) que afirma não servirem apenas “*necessidades triviais de intercompreensão de membros de um grupo que coordenam a sua actividade em conjunto*”, apresentando igualmente “*uma função de compreensão para pessoas que têm de objectivar a sua pertença ao mundo da vida de que fazem parte*”. Nesses discursos que reportam realidades, criam-se um outro tempo e um outro espaço, transformando-se o “*mundo da vida*” num “*sistema de referência cognitiva*”, disponível para “*contextos multiplicados*” (1987b: 201), que podem estar mais ou menos longínquos de um “*aqui e agora*”. Na libertação das limitações contextuais de certos actos da linguagem, os *media* assumem hoje um papel central. No entanto, Habermas tende a desvalorizá-los. A “*tecnização do mundo da vida*” realizada pelos meios de comunicação é encarada em termos de empobrecimento⁶². Todavia, ao longo do tempo, Habermas foi reajustando as suas teses quer em relação à acção dos meios de comunicação social, quer no que diz respeito ao próprio conceito de espaço público.

Ainda que na sua obra *Strukturwandel der Öffentlichkeit* Habermas tenha estendido o seu modelo de espaço público a toda a sociedade, facto que lhe granjeou várias críticas⁶³, ao longo do tempo foi reformulando esse conceito, abandonando uma concepção unitária a favor de uma concepção multiforme. Se, por um lado, mantém uma esfera pública geral, por outro admite a existência de um conjunto alargado de “*esferas públicas parciais*”, cada qual definida de acordo com o tipo de questão discutida (1990: 330). Esta alteração é inevitável, na medida em que a multiplicidade de públicos está hoje historicamente comprovada, sendo difícil continuar a sustentar a visão de um Estado, uma sociedade e uma esfera pública. As pessoas, como lembra Éric George (1999), “*agem como indivíduos que fazem parte de diferentes grupos segundo os momentos da sua vida*”. Num mundo cada vez mais dominado por novos sistemas e valores que operam de forma autónoma, deparamo-nos com uma proliferação paralela de esferas de acção especializada – literárias, científicas ou políticas ... – com actores e públicos diversos. Esta proliferação de micro-esferas públicas reflecte-se no léxico. Se inicialmente o ajuntamento de pessoas era designado através de metáforas arquitectónicas – *fórum, arena...* – que as congregava num todo, hoje fala-se em *palcos* ou em *cenas*, conceitos que, a maior parte das vezes, se referem a manifestações que decorrem não em espaços físicos, mas que se desenvolvem nos próprios meios de comunicação social.

⁶² Convém reter que, embora concebido de forma abstracta, o modelo habermasiano é o da comunicação face-a-face. Habermas não concede a devida atenção aos processos de desinserção espacio-temporal das relações sociais.

⁶³ Luhmann, por exemplo, defende que o modelo proposto por Habermas não tem aplicação nas sociedades modernas que apresentam sistemas sociais diferenciados, com uma lógica específica. Por seu lado, Daniel Cornu (1999: 220) escreve: “*Habermas teria cometido o erro de generalizar esse modelo (...) ao conjunto da sociedade, não percebendo que esta última é diversa, heterogénea e que o espaço público é, na realidade, compósito, organizado em múltiplas esferas públicas concorrentes ou antagónicas que são os fermentos das contradições, das incoerências, da versatilidade dessa outra entidade social tão difícil de situar como é a opinião pública*”.

Numa entrevista conduzida por Jacques Poulain (1997), Habermas faz eco da sua mudança de perspectiva em relação aos meios de comunicação social, encarando já a televisão como um meio de formar democraticamente a opinião pública. Se se constituírem, como deseja, como “*uma caixa de ressonância dos problemas sociais globais*” e se forem “*receptivos aos impulsos que emanam dos vários mundos da vida*”, os *media* exercerão um poder que pode ser, na sua opinião, fundamental para a constituição de uma “*cidadania democrática*”, a qual considera ser o “*único cimento que pode manter uma coesão entre sociedades que se afastam umas das outras*”. Porque têm a possibilidade de promover uma comunicação simultânea de um número infinito de pessoas que não se conhecem e que estão afastadas umas das outras, os *media* em geral, e a TV em particular, passariam a ser vistos como instâncias importantes na formação democrática da opinião pública com a condição de integrarem “*as vozes marginais*” que, de dia para dia, aumentam na sociedade actual.

1.2. Para além da esfera pública habermasiana

Apresentando importantes elementos para se pensar o espaço público contemporâneo, o modelo habermasiano apresenta algumas limitações. Ao transpô-lo para os dias de hoje, as dificuldades revelar-se-ão grandes. São vários os investigadores que, tal como nós, reconhecem valor à obra de Jürgen Habermas, sem que isso os tenha impedido de assinalar até mesmo aquilo que consideram ser paradoxos. É, aliás, nesse exercício que se constata a importância de se discordar de algumas opções feitas por aqueles a quem perseguimos no caminho que traçaram em certos domínios.

Querer tornar as discussões que ocorrem no espaço público em modelos de acção generalizáveis é uma das aspirações habermasianas que suscitam mais críticas. Louis Quéré garante que “*Habermas foi aqui vítima das miragens do discurso burguês nas suas pretensões universalistas*” (1982: 74). Para que esse modelo se concretizasse em pleno, Quéré (1982: 78-9) diz ser necessário que aqueles que tomam parte no debate fossem “*puros sujeitos de pensamento e de discurso*”, capazes de colocar “*entre parênteses todos os outros motivos que estão para além da procura em comum do verdadeiro e do justo*” e de aceitar que “*os temas de discussão sejam ilimitados, ou seja, que tudo seja discutível*”, apenas tendo como único constrangimento o do “*melhor argumento*”. Refira-se que a teoria da discussão habermasiana – assente num modelo de prática discursiva dialógica, face-a-face e orientada para o entendimento mútuo através da força do melhor argumento – pressupõe um indivíduo inscrito num contexto intersubjectivo, usando a linguagem como instrumento de práticas democráticas, o que poderia ser possível, e, por outro lado, uma audiência idealmente universal que ultrapassa os jogos de linguagem e as formas de vida socializadoras constituindo-se à volta de uma razão universal, o que já não é tão sustentável. Como lembra Quéré (1982: 81), o momento

hermenêutico da comunicação é também gerador de realidades específicas que existem em função de um “aqui e agora” e, por outro lado, a construção social da realidade não se faz apenas através do modo discursivo, passando também pela actualização não-reflexiva de modos de apreensão do tempo e do espaço. É o que Giddens designa por “*consciência prática*” do actor social que poderá ser tão importante como a “*consciência discursiva*”.

Sem ir tão longe como Daniel Cornu que assegura que “*a opinião pública nunca teve o poder nem a natureza – esse fórum da Razão – que Habermas lhe atribui*” (1999: 220), também manifestamos alguma reserva não só quanto à capacidade de generalização da opinião pública, cuja concretização seria tributária de um diálogo público extensível a todos os cidadãos que apresentassem uma racionalidade de juízos fundamentados e deduções lógicas, como quanto às potencialidades que o filósofo alemão concede à racionalidade da classe burguesa. Também nos parece questionável que a “*verdade*” possa ser identificada com o “*consenso*” alcançado. Tal como sublinha Giddens, “*nenhuma quantidade de justificações que eu – ou uma determinada comunidade – proponha em defesa de um enunciado evita que ele seja falso*” (1988: 183) Como afirma Sánchez Noriega (1997: 210), “*isso é mais um desejo do que a realidade*”.

Também será difícil reconhecer que uma esfera pública fundada por uma classe de fortes interesses económicos conseguisse implantar um espaço comunicacional onde toda a sociedade civil pudesse encontrar o seu lugar, ou seja, onde nobres e plebeus, comerciantes e desempregados, homens e mulheres, intelectuais e iletrados, todos tivessem de igual modo acesso à palavra. A esfera pública habermasiana era, sobretudo, urbana, donde estavam excluídas as mulheres e as classes mais desfavorecidas. Segundo Quéré (1982: 70), “*o espaço público político constituído (por Habermas) era essencialmente ordenado para a representação dos interesses próprios do domínio privado da economia*”. Assim também pensa Paul Beaud (1984: 289), que vê no espaço público burguês “*uma luta entre facções dominantes que exclui todos os dominados, porquanto o seu objectivo era a racionalização da dominação e não o triunfo da razão e a transparência do debate*”. Daniel Cornu (1999: 211-254) acrescenta o facto de o Estado (esfera do poder) nunca ter tido uma clara e distante separação da sociedade (a esfera pública crítica), na medida em que a acção política integra sempre nos seus fundamentos de decisão interesses privados.

Tendo como referência as democracias de massas que aparecem em finais do século XIX, Jean-Marc Ferry (1995: 17) diz não ser possível uma opinião pública encarada enquanto conceito normativo, resultante de uma razão universal. Nas suas palavras, a opinião pública designa “*a massa segmentada de opiniões particulares nas quais se expressam interesses divididos e até mesmo de conflito*”. Perante aquilo que designa “*o advento político da quantidade*”, Ferry considera que “*o ideal burguês da Publicidade entra em crise*”. É certo que, perante um sistema fragmentado onde se multiplicam continuamente micro-esferas, será

difícil definir *a priori* quais os temas considerados de interesse público, o que não significa a impossibilidade de se discutir o que é de interesse geral, ainda que se circunscreva a pequenas comunidades. Isso implica alguma prudência perante a tese habermasiana relativa à evolução da “Publicidade” enquanto exposição crítica de argumentos para uma “publicidade” concebida enquanto manipulação de opiniões. Se é certo que hoje o debate racional feito de argumentos articulados é cada vez mais colonizado por uma linguagem persuasiva, não significa que o actor social não recolha aí elementos importantes para o seu quotidiano. Actualmente ninguém ouviria os discursos dos líderes das eras pré-mediáticas. Ora porque o tempo escasseia, ora porque aquilo que fascina (também) prende a atenção. Não pensamos que a “sedução mediática” seja por si mesma um pecado. Ela está presente em vários outros campos sociais: na política, no ensino, entre outros. Tal como escreve Cornu, será “abusivo concluir daí que se trata de uma total ‘confiscação’ do espaço público” (1999: 197). Partilhamos essa constatação, que vem, aliás, ao encontro da nossa visão de encarar os meios de comunicação social, particularmente a televisão, como um campo gerador de debates variados destinados a um público alargado. Por outro lado, defendemos que a informação tem influência na formação das opiniões e que dela não se pode excluir *a priori* uma vertente crítica. Outra das vozes que censuram o pessimismo de Habermas quanto ao quase desaparecimento do espaço público como realidade social devido à influência dos meios de comunicação social é a de Paul Beaud (1984: 292), para quem os *media*, através da promoção de debates alargados a diferentes correntes de opiniões, poderiam dar uma nova vitalidade – e desenho – a esse mesmo espaço. Apoiando-se nos trabalhos de Stuart Hall⁶⁴, Beaud afirma que os *media* não apenas marcam os temas do debate público, como defende a teoria do *agenda setting*, mas fixam também os seus termos:

“Tanto como a sua retórica, é o conjunto do vocabulário utilizado pelos media que contribui para fixar os quadros de referência fora dos quais nenhum debate é julgado possível. A actividade social dos media consiste em delimitar o número das definições permitidas, em codificar o estado da relação de forças, tendo como referente o pluralismo instituído do parlamentarismo. Por consequência, a todos os que não participam nas estruturas de poder restam fracas hipóteses de alterar os termos dos debates, mesmo quando estes últimos lhes dizem directamente respeito.”

Por tudo o que foi escrito anteriormente, poderemos afirmar que o modelo construído por Habermas seria o ideal, mas estará longe de poder ser concretizável. No entanto, em termos teóricos o desenho traçado deixa algumas pistas para a concepção de um espaço público enquanto elo de ligação entre o poder político e a sociedade civil através de uma prática comunicacional para a qual se exige a participação e integração de todos os sujeitos na qualidade de cidadãos. Esse espaço é apreendido por Habermas como uma “instituição” a partir da qual as sociedades evoluem. É aí, segundo as teses habermasianas, que se criam quadros

⁶⁴ É um dos mais conhecidos investigadores dos chamados *Estudos Culturais*. Particularmente importante para a investigação da televisão é o artigo “*Encoding/Decoding in Television Discourse*” (publicado pela primeira vez em 1973) no qual analisa o conceito de signo televisivo. Partindo do signo icónico de Peirce, Hall lembra que, apesar de a realidade existir fora da linguagem, a primeira é sempre alvo da mediatização da segunda. Segundo Hall, a mensagem televisiva não é o conjunto de significados separados, mas um texto a ser analisado como um todo. Outro dos conceitos que este texto aborda é o de “*mapas de significação*”, que resultam da forma como cada cultura codifica os seus signos e que servem de orientação aos sistemas de descodificação. Isso significa que esses “*mapas*” determinam não só processos de produção, mas também de recepção.

institucionais de interação social, propícios à validação de normas de acção e à determinação de critérios de avaliação, gerando um consenso livre de toda a dominação. Sem encararmos o espaço público como um rígido determinador da acção, perspectivamo-lo enquanto estruturante e estruturado pelas práticas que aí se desenvolvem.

Aproximamo-nos, assim, da visão de Louis Quéré, que propõe uma abordagem a esse conceito “*enquanto forma*” e “*enquanto acontecimento*”. Considerado como “*forma*”⁶⁵, o espaço público “*estrutura a coexistência, configura as relações sociais e mediatiza a individualização dos factos*” (1995: 94). Esse poder formador pressupõe um princípio de organização através do qual se tornam possíveis certas acções e relações sociais e são estas que, por sua vez, ajudam a dar outra configuração a uma realidade a partir da qual se manifestam. Assim, sublinha Quéré (1995: 98), “*o espaço público aparece como produto de práticas que suscita, torna possíveis e condiciona: estrutura as práticas, as atitudes e os comportamentos dos quais emerge*”. Encarado como “*acontecimento*”, o espaço público “*accede à visibilidade através de práticas e relações que estrutura e de acontecimentos dos quais assegura a individualização*” (1995: 94). Ao mediatizar factos individuais, está a inscrevê-los numa ordem social na qual sobressaem determinadas formas simbólicas, ou seja, procede à sua socialização. É da visibilidade que sai o carácter público dos acontecimentos e é precisamente esse movimento que estrutura um espaço que, por sua vez, será estruturador de novas publicitações. “*Acontecimento*” e “*espaço público*” emergem em ligação permanente, sendo ambos estruturantes e estruturadores um do outro. Não seria difícil ver, através deste entendimento, uma homologia entre o espaço público e a televisão, considerada ora como espelho/reflexo da sociedade, ora como elemento estruturante de práticas sociais.

Sublinhamos também o facto de o modelo habermasiano resultar de alterações societárias ocorridas a partir do século XVIII, nomeadamente no seio de uma classe então em emergência: a burguesia, cuja afirmação coincide com o nascimento do capitalismo. Ao tomar consciência da sua influência nos circuitos económicos, a classe burguesa foi adquirindo hábitos de intervenção social nos assuntos públicos que lhe diziam respeito, recriando, para isso, lugares e construindo discursos específicos. Embora seja discutível o contributo da burguesia para a formação de um espaço público que se pretende de discussão de temas de interesse geral, é perspicaz a atenção consagrada à influência que determinadas classes ou modos de vida podem ter no redimensionamento do espaço público. Se ontem os burgueses deram outro desenho àquilo que se debatia em público, hoje o cidadão anónimo com determinados estilos de vida também poderá reconfigurar os debates públicos.

⁶⁵ Quéré diz que a ideia de encarar o espaço público “*enquanto forma*” foi influenciada pelas leituras de certos textos de Claude Lefort sobre democracia e pela análise praxeológica dos espaços urbanos.

Ainda que Habermas não tenha generalizado o espaço público a todos os cidadãos, julgamos importante o seu reconhecimento de que o público pode influenciar os processos políticos. Esta ideia é apontada por James Curran (1991: 83), segundo o qual o modelo habermasiano tem a vantagem de se apresentar como “*zona neutral, onde o acesso à informação relevante que afecta o bem público é garantido, onde a discussão é livre da dominação do Estado e onde aqueles que participam no debate público o fazem numa base de igualdade*”, sendo possível que “*as pessoas determinem colectivamente, através de processos de argumentação racional, o modo pelo qual querem ver a sociedade desenvolver-se, o que, por sua vez, influencia a política governamental*”.

Outro dos ensinamentos que colhemos nas teses habermasianas tem a ver com a atenção consagrada aos espaços onde decorrem os debates públicos. Habermas fala dos “*cafés*” de Inglaterra e dos “*salões mundanos*” da França. Não se trata propriamente de um vector inovador da sociedade burguesa. Recorde-se que já no mundo helénico encontrávamos a *praça* e a *ágora* como lugares onde se debatiam assuntos de interesse geral, mas Habermas liga esses espaços físicos com outros simbólicos, os jornais, vendo-os também como estruturadores do espaço público, embora afirme que a evolução da imprensa não tenha contribuído para a construção de um espaço público mais racional. As considerações que faz a esse respeito poderão ser discutíveis, mas retemos a ideia, bem actual, de reconhecer que a mediação simbólica não decorre apenas em locais físicos, encontrando também nos *media* um poderoso meio para a divulgação de ideias⁶⁶.

Embora as linhas que sustentam o agir comunicacional preconizado por Habermas suscitem algumas reservas, a importância concedida ao “*mundo da vida*” como contexto da comunicação (1987b: 132), ou seja, como “*horizonte*” e “*padrão de interpretações consentidas*” (1990: 279), é bastante pertinente para pensar o desenho da informação televisiva. Vendo-o na forma de “*pano de fundo da cena comunicativa*” (1987b: 136), Habermas abre uma perspectiva dos processos comunicativos atenta não só àquilo que é dado ver, mas também tendo em conta o que torna isso possível, ou seja, “*o reservatório de evidências ou de convicções intactas representado por um conjunto de modelos de interpretação, transmitidos pela cultura e organizados pela linguagem*”⁶⁷ (1987b: 137). Escreve Habermas (1990: 292) que “*o tecido das acções comunicativas alimenta-se dos recursos do mundo da vida e é, ao mesmo tempo, o medium através do qual se reproduzem formas de vida concreta*”. Tornar o “*mundo da vida*” o contexto dos processos comunicativos significa rejeitar o surgimento de situações novas *ex nihilo*. Se há uma “*reserva de saber comum*”, qualquer novidade arrasta consigo modelos de interpretação retirados de um horizonte partilhado por um colectivo. O desenvolvimento é encarado em termos de reprodução simbólica e material daquilo que existe, apesar de o agir comunicacional, desenvolvido por actores capazes de pensar racionalmente o que fazem, permitir uma certa evolução, dentro de uma determinada continuidade, a fim de não se fazer periclitarem o “*mundo comum*”.

⁶⁶ Em 1709 é criado em Inglaterra o jornal “*Tatler*”, que afirma pretender dirigir-se “*aos bons cidadãos que vivem mais no café do que nas suas lojas*”.

⁶⁷ Como já vimos, também para Berger e Luckmann (1999) o actor constrói o mundo onde vive a partir de elementos de uma “*reserva de saber*” comum a uma comunidade.

A ideia de racionalidade comunicativa não garante àquele que age todo o controlo daquilo que faz. Se os sujeitos comunicacionalmente actuantes são vistos como agentes reflexivos e construtivos da sua realidade, também se defende que eles a constroem dentro de um marco estrutural. Habermas (1987b: 164-5) lembra ainda que os actores sociais nem sempre são capazes de alcançar uma compreensão mútua, nem dominam as consequências da sua acção. Para além da intercompreensão, o filósofo alemão chama a atenção para a importância dos contextos funcionais não-desejáveis a certas acções, mas inevitáveis; por vezes, imperceptíveis, embora influentes em práticas correntes.

É certo que a televisão não absorve de forma integral a “teoria do agir comunicacional”, nem o ideal de esfera pública concebidos por Habermas: não suporta discursos puramente intelectuais, reserva uma larga participação a actores políticos (excluídos da esfera pública habermasiana), cultiva o popular, é condicionada pelo financiamento do mercado ou do Estado... Tudo isto poderá originar uma informação que valorize temas populares de debate dirigidos a grandes audiências e interlocutores que se manifestem de forma exuberante e genérica, posturas que o dispositivo televisivo é capaz de integrar de forma quase natural. Acreditamos, porém, que um debate televisivo pode constituir-se como uma discussão que permita uma outra compreensão do mundo. Enquanto *fórum* pode ser um importante veículo para a expressão da sociedade civil, tal como outrora o foram os cafés ingleses e os salões franceses. Enquanto espaço aberto a diferentes temáticas, esse género de programas faz eco de múltiplas identidades, reflectindo transformações por que passa uma sociedade actualmente confrontada com múltiplos e renovados códigos. Para que tenham um certo poder para melhorar o equilíbrio de forças, tornando a esfera pública mais representativa e mais próxima dos interesses dos cidadãos, esses debates devem privilegiar o cumprimento de uma promessa de explicação que vá no alcance daquilo que é mais importante para o público.

Se, por um lado, se afirma que a televisão não cumpre meticolosamente o desenho habermasiano de espaço público, por outro, reconhece-se que a esfera pública, por si, está longe de se constituir segundo a concepção equilibrada, racional e democrática proposta por Habermas, como já sublinhámos. Talvez os programas de televisão se excedam nos reflexos de uma sociedade que faz da emotividade uma espécie de “cola do mundo” (Maffesoli, 2001: 33); talvez a construção de um espaço público construído por uma acção comunicativa puramente racional seja inexequível. Todavia, é olhando para uns e para outros que julgamos possível pensar com maior coerência aquilo que é, e sobretudo o que poderá ser, uma informação televisiva que se pretende constituir como um dos lugares privilegiados na construção do espaço público da sociedade contemporânea. Foi, aliás, no alcance desta ideia que Monica Terribas i Sala (1997) desenvolveu o estudo de dois programas de debate televisivo produzidos e difundidos em duas nações sem Estado: *La Vida en un Xip* (Catalunha, TV3, 1989-92) y *Scottish Women* (Escócia, Scottish Television, 1987-92). Das entrevistas que fez junto do público que assistia a essas emissões, a investigadora concluiu que “os programas de televisão podem funcionar como espaços onde uma porção da esfera pública – entendida por Habermas como um espaço no qual a sociedade civil discute os seus objectivos e respectivo significado – é possível”.

Com experiência profissional na televisão, esta investigadora optou não apenas por testar a recepção dos programas junto de uma amostra da respectiva audiência, mas também procurou conhecer o processo que tornou essas emissões possíveis, o que implicou ter em conta todas as fases de produção do programa⁶⁸ bem como os contextos externos: a situação política e cultural, a natureza do *medium*, a dinâmica do mercado audiovisual, as políticas de regulação para o sector... Da análise desses factores resultou a conclusão de que um programa televisivo é simultaneamente um “*produto económico*” (porque actua dentro de um mercado), um “*produto cultural*” (porque promove ideias e pontos de vista) e um “*produto condicionado por instituições*” (porque se submete aos constrangimentos do *medium* e das pessoas que o produzem), embora se constatasse que a primeira vertente era acentuada. Ao acompanhar a preparação daqueles dois programas, Monica Terribas i Sala percebeu que as preocupações dos seus responsáveis recaíam mais na criação de um “*produto competitivo*” do que na “*dimensão de serviço público*”. Atendendo ao panorama actual da liberalização de mercados que provoca uma permanente competitividade, reconhece-se, então, que já não há lugar para um conceito puro de esfera pública:

“A necessidade de construir uma esfera pública que englobe os princípios do diálogo democrático, racional e representativo da sociedade civil tal como defende Habermas não é suficientemente forte para combater os imperativos do mercado que deslocam as funções formativas e informativas para as prioridades do audiovisual.”

Mesmo assim, da globalidade da sua investigação, Terribas i Sala destaca “*a televisão como actora do processo de construção ou reconstrução da identidade nacional e cultural de um país*”, já que, através desses debates, “*transmitem-se ideias e imagens que dão forma a uma parte da identidade colectiva*” que, no entanto, se desenha com novos códigos. Monica Terribas i Sala sublinha o facto de os responsáveis pelas emissões que estudou evidenciarem uma preocupação permanente com as audiências e, embora colocassem no centro do debate questões políticas, tendiam a desviar, ou a fazer desviar, as trocas verbais para domínios da vida privada dos indivíduos, o que estará, como reconhece a investigadora, “*em sintonia com a evolução da esfera pública das sociedades complexas dos finais do século XX*”.

Para a compreensão do desenho da informação televisiva, será, pois, fulcral atender à actual configuração do espaço público. Que códigos o estruturam? Como se articulam hoje as fronteiras entre os domínios público e privado? Poderemos hoje fundar o espaço público com o traço da racionalidade comunicativa de que nos fala Habermas? É a este tipo de questões que o ponto seguinte procura dar algumas respostas.

⁶⁸ Apesar de cada actor dispor de uma certa liberdade de acção, a equipa de produção de um programa pode controlar aquilo que é dito e mostrado. Monica Terribas i Sala notou que em equipas estáveis a influência dos actores mediáticos no desenho e linha editorial dos debates é menos penetrável.

2. Entre um espaço público privatizado e uma privacidade publicitada

2.1. A penetração do espaço privado na esfera pública

Outrora com linhas demarcadas, os espaços público e privado foram progressivamente aproximando-se um do outro. Se a esfera da intimidade, caracterizando-se por uma crescente individualização, se torna cada vez mais dependente da intervenção do Estado, que assume as funções protectoras que dantes eram do domínio privado (reformas, cuidados de saúde, educação...), a esfera pública política foi sendo absorvida por problemas pessoais, ou seja, por interesses de indivíduos privados que aí intervêm sem passar pelo filtro da discussão racional. Por seu lado, a esfera literária perdeu as suas características originais. A publicidade, outrora um meio de construção do *interesse comum*, vai integrando a vida privada do cidadão comum ou construindo “estrelas” cujo fabrico é frequentemente calculado segundo estratégias comerciais. Este movimento de privatização do espaço público originou uma subversão da esfera pública burguesa, que deixou de ser o palco de debate dos assuntos públicos, que são cada vez mais tratados fora do olhar público. Hoje as associações, os grupos de interesse ou os partidos políticos actuam no espaço público em nome de interesses privados e se o público entra neste circuito, reserva-se-lhe um mero papel de aclamação daquilo que é muitas vezes resolvido em segredo. Também as discussões parlamentares foram perdendo a autoridade legítima que assentava no *consenso* e no *interesse geral*, resultantes do confronto de argumentos racionais. Se os temas públicos são resolvidos em privado, os assuntos privados tornam-se cada vez mais públicos. Os problemas pessoais, ou seja, os interesses de indivíduos privados, já não se circunscrevem à esfera da intimidade, mas são expostos abertamente na praça pública sem qualquer traço de racionalidade. O espaço público é hoje um domínio de fronteiras flutuantes, acima de tudo porque as linhas que demarcam o domínio privado tornam-se ténues. Num momento de profundas alterações dos domínios públicos e privado, os investigadores que se detêm nestas questões dividem-se entre a defesa do predomínio do primeiro ou do segundo ou ainda sugerindo novas fronteiras para ambos.

Entre aqueles que destacam o reforço do espaço público está o sociólogo francês Dominique Wolton que aponta a favor das suas teses traços como a crescente socialização da vida pública, a multiplicação das políticas sociais que envolvem a vida familiar, os movimentos de emancipação da mulher e, algo que lhe merece destaque, a evolução dos *media* que, na sua perspectiva, contribuiu para que se possa falar de (quase) tudo na praça pública. Atribuindo ao espaço público um papel essencial à democracia de massa, Wolton ajusta o redimensionamento deste à respectiva capacidade de publicitar e debater racionalmente os assuntos colectivos. Neste contexto, entende-se o destaque dado aos meios de comunicação social, nomeadamente aos canais generalistas de TV por serem aqueles que envolvem o maior número de pessoas. Na raiz daquilo que considera ser a “*vitória*” do público, o sociólogo francês aponta três factores explicativos (1997: 163-4):

- *político*: há um século a implantação da democracia fundou a emancipação em termos de neutralização do espaço privado dominado por valores morais e religiosos;
- *social*: o êxodo rural, a urbanização e a transformação dos modos de vida transferiram para a praça pública várias realidades que, até ao século XIX, se circunscreviam ao domínio privado;
- *cultural*: a generalização da comunicação abriu a possibilidade de se falar de uma multiplicidade de vivências, fazendo partilhar pelo colectivo experiências individuais que, sem o eco dos *media*, permaneceriam no domínio do privado.

Verificando a mutação que o domínio público sofreu nos últimos 50 anos, Wolton bate-se pelo reconhecimento da multiplicidade de discursos que hoje invade a praça pública. Para preservar a função de debate intrínseca ao espaço público seria necessário, na sua perspectiva, “reintroduzir, no seio deste, vocabulário e referências que foram excluídos dos confrontos ideológicos de ontem e admitir a presença de outros códigos simbólicos” (1997: 165). Tendo como referência aquilo a que chama “*uma sociedade individualista de massas*”, a dos nossos dias, Wolton faz a apologia da diversidade, afirmando que “*a valorização de comunidades parciais ligadas ao património cultural das nossas sociedades é o melhor meio de evitar que a necessidade crescente de mediação e de lugares para a realizar favoreça o crescimento de movimentos comunitários hostis ao espaço público democrático*” (1997: 170). A integração de micro-realidades no espaço comum seria o melhor caminho para alargar conhecimentos, evitando um discurso monolítico que dá a partilhar uma ínfima parte da realidade.

A tolerância, o reconhecimento e, até mesmo, o incentivo à visibilidade de uma outra dimensão do discurso daqueles que falam na praça pública são valores defendidos por Dominique Wolton que nos parecem interessantes para o desenho do espaço público das sociedades de hoje, onde, tal como outrora, as discussões tendem a reduzir-se àquilo que é conhecido, confluindo para aquilo que se pensa serem os discursos dominantes. Como seria útil perceber que o discurso das elites reflecte uma realidade, mas não sustenta toda a realidade. Por outro lado, destapar o que está para além daquilo que se ouve ou admitir que além do “dito” há um “não-dito” seria também um passo em frente nas sociedades democráticas, as nossas, que se habituaram a discutir sob a legitimidade e autoridade de apenas um único sistema de valores, aquele que estrutura o espaço público de natureza universal. A visibilidade dos discursos de diferentes actores sociais tem no discurso mediático um meio privilegiado de expansão, particularmente na televisão, que, de acordo com Wolton, é um dos lugares que favorecem o redimensionamento do espaço público contemporâneo. Não encontrando na família, na cidade, no trabalho ou nos credos religiosos pontes seguras que liguem o individual ao colectivo, o actor social necessita de outros elos que o situem nesta “*sociedade individualista de massa*” onde a comunicação entre as pessoas se torna cada vez mais difícil. A TV assumir-se-ia, na sua perspectiva, como “*um lugar estruturante entre estas escalas e espaços*” (1997: 96), construindo e representando esse elo social entre as vivências individuais e as experiências colectivas.

Esta vitalidade do espaço público encontra em alguns investigadores vozes dissonantes. É o caso de Richard Sennett, para quem a esfera pública passa por uma morte lenta devido à invasão de que é alvo por parte de códigos que outrora eram do domínio privado. Partilhando com Habermas a tese da deterioração do espaço público a partir do capitalismo industrial, Sennett afasta-se do filósofo alemão nos argumentos apresentados para aquilo que considera ser o “*declínio*” do homem público e que constituem o centro do seu livro *Tiránias da Intimidade*.

Vendo no desenvolvimento urbano o grande motor do espaço público, Richard Sennett aponta como elemento estruturante desse domínio a comunicação anónima e impessoal que seria, na sua opinião, a via de socialização dos diferentes indivíduos que circulavam na *polis* dos finais do século XVIII. Abstraindo-se da sua subjectividade, dos seus sentimentos e desejos, o homem público unir-se-ia aos outros através de uma teatralidade do jogo social que construiria uma espécie de plataforma comum de diálogo onde a individualidade de cada um seria neutralizada em proveito de convenções sociais conhecidas e partilhadas por todos. Estes seriam os requisitos para a manutenção do espaço público e para o laço social. No entanto, a evolução societal, particularmente depois do capitalismo industrial, ditou novos contornos a um espaço, o público, que Sennett julga estar em “*declínio*”. Nas suas palavras (1979: 14), “*as sociedades ocidentais estão a passar de um tipo de sociedade dirigida pelos outros para uma sociedade dirigida do interior*”. Em *Tiránias da Intimidade* fala no auto-centramento do actor, que, asfixiado pelo narcisismo, tem como principal preocupação a condução da sua vida pessoal, encarada como um fim em si mesmo. Essa “*cultura da personalidade*” provoca uma “*visão intimista*” de recolhimento e afastamento das relações impessoais em espaços colectivos.

Agir com o outro implica agora entrar na sua intimidade, o que, seguindo esta tese, enfraquece a relação entre desconhecidos. Se nas sociedades onde imperava o anonimato o julgamento do actor social era feito a partir das suas acções, na sociedade intimista julgam-se os outros a partir da sua personalidade. Se, por um lado, Sennett (1979: 20) lembra que “*homens bons fazem más acções*”, por outro reconhece que a “*linguagem da autenticidade impede-nos de recorrer a um bom senso*”. A sobrevalorização da subjectividade das acções justifica a propensão actual para a auto-justificação. Não interessa o que se fez, antes importa dar a oportunidade de explicar por que se agiu de determinada forma. Neste quadro, os julgamentos dos outros tornam-se difíceis. Concentrando-se a expressão pública num sistema de representação pessoal baseado mais no primado da autenticidade do que no jogo teatral, fácil será concluir que os temas impessoais deixam de suscitar interesse. Longe fica o ideal de uma esfera pública onde se discutem assuntos de interesse geral. Sennett defende que os *media*, ao difundirem discursos políticos em que o lado pessoal neutraliza qualquer afirmação ideológica, potenciam este esvaziamento do domínio público.

Esta visão que insiste em proclamar o declínio do homem público e que vê o anonimato como condição do laço social suscita-nos bastantes reservas. E ainda que aceitássemos estar perante uma morte lenta do domínio público, não faríamos o mesmo diagnóstico em relação à teatralidade do jogo social. Partilhar sentimentos e desejos não implica perder de vista uma certa “*apresentação do eu*”, como comprova o trabalho de Goffman e como se constata em vários comportamentos do actor da sociedade contemporânea que, absorvido desde pequeno por imagens (fotografias, máquinas de filmar de uso doméstico, sistemas de vigilância), vê a sua aparência como resultado de uma certa encenação e não como reflexo automático de uma identidade.

Segundo Quéré (1982: 55), “*a génese do homem público descrito por Sennett não corresponde à criação de um espaço público, mas à emergência de um novo modelo, ou seja, de uma nova singularidade histórico-cultural da estrutura universal do espaço público*”. É também assim que o encaramos, mas isso não implica que não se reconheça a justeza de alguns dos argumentos do autor de *Tiránias da Intimidade*. Por exemplo, a leitura da progressiva confusão entre a vida pública e a esfera privada através da tendência para se tratar a partir de um ângulo personalizado assuntos que se relacionam com códigos de significação impessoais. Também pensamos, juntamente com Sennett, que esse quadro sociocultural leva a que se resolvam questões públicas em termos de sentimentos pessoais, perdendo de vista os limites em que deve operar o mundo privado e as regras por que se deve reger o espaço público. Veja-se, por exemplo, o campo político cujos respectivos actores tendem a apostar agora numa forma personalizada de discurso em que as qualidades individuais suplantam as ideias que subjazem à sua actuação, cultivando-se, assim, um carisma que ganha forma através de uma espécie de *strip-tease* psicológico. A credibilidade e a autenticidade do político avaliam-se pela sua personalidade e não pelo programa que defende. Dá-se, deste modo, uma certa privatização do homem público que vinga numa sociedade onde a ideologia da intimidade impera. É igualmente pertinente a ideia que ressalta a (grande) visibilidade do domínio privado no espaço público. Olhando para vários campos, recolhemos elementos que remetem para um “*mundo comum*” onde as “*fachadas*” (materiais e simbólicas) perderam a sua condição de limites entre o que pertence ao público e o que permanece no privado. Poderíamos apontar vários exemplos. Detemo-nos brevemente na arquitectura por se relacionar com um elemento que consideramos fundamental: o espaço.

Centrando-nos na configuração das residências que hoje se constroem, deparamo-nos com espaços amplos, que atenuam as divisões entre compartimentos mais íntimos e outros mais sociais. Muitos arquitectos apontam o modelo do *Loft*⁶⁹ como o mais apropriado para a sociedade de hoje que encontra na casa um domicílio, mas também um local de trabalho; que se serve da sala de estar para um certo isolamento;

⁶⁹ *Loft Story* foi a designação escolhida pelo canal francês M6 para a emissão do formato *Big Brother*, um programa concebido pela produtora holandesa Endemol.

ou do quarto de dormir para ver, juntamente com uma comunidade invisível, uma emissão televisiva; que já não necessita de grandes salas de jantar para partilhar refeições com amigos, pois esses rituais de convívio estão há algum tempo na esfera pública (nos restaurantes, nos bares, nas discotecas).

Também os materiais empregues na construção das habitações são hoje diferentes daqueles adoptados num passado ainda muito recente. À pedra ou materiais similares sucede o vidro, que, para usar as palavras de Guy Debord, “*coloca o interior em exposição*”, sendo difícil perceber onde acaba a intimidade do lar e começa o domínio do público. Maria Cristina Franco Ferraz (2001) fala, a este propósito, em “*casas não-privadas*”. Por seu lado, a arquitectura do espaço público reflecte de igual modo esta mutação de fronteiras. Olhando o mobiliário urbano da actualidade criado principalmente em grandes metrópoles, deparamo-nos com construções pensadas em função de relações afectivas que se pretendem manter com os utilizadores. Estão no espaço público, mas percebemos-las como extensões dos objectos de nossas casas. Esta deslocação do público em direcção ao privado encontra também o movimento oposto: do privado em direcção ao público. Cada vez mais as ruas que separam as casas dão lugar a condomínios fechados com espaços partilhados por um conjunto de residências onde não são nítidas zonas de fronteira entre o que pertence ao colectivo e ao particular. Esta “*eutanásia espacial*”, para retomar a expressão de Angela Lucía de Araújo Ferreira e de Sônia Marques (2000), está no cerne das propostas do *New Urbanism*, um movimento que, a partir dos anos 60, tem congregado arquitectos e urbanistas que tentam contornar aquilo que consideram ser o declínio do espaço público através da privatização de espaços que reservam a grupos restritos. Recriam-se novos espaços, fazendo emergir novas sociabilidades ou, por outras palavras, novas sociabilidades fazem emergir novos espaços. E isso não implicará, como pretende Sennett, a emergência de “*tiránias*” que assassinam modos de “*estar em público*”.

O trabalho de Sennett encontra noutros investigadores sociais algumas linhas de continuidade. É o caso de Michel Foucault (1994), que lê a modernidade como um tempo centrado na intimidade, havendo um progressivo esvaziamento do campo político. O filósofo francês refere um tipo de Homem que não cessa de se auto-examinar, mas que, diferentemente daquilo que considera Sennett, encontra no desejo, e não em códigos de autenticidade, a chave interpretativa das suas acções. Percorrendo diferentes caminhos, ambos os teóricos encaram a interioridade como algo que se vive como uma instância que determina o nosso ser. Sennett, ao contrário de Foucault, defende que essa privatização da existência atinge hoje tal ponto que o “eu” invade o pequeno espaço do outro, destruindo-se irreversivelmente o sentido da “*coisa pública*”: “*quanto mais chegadas são as pessoas, menos sociáveis, mais dolorosas e fratricidas serão as suas relações*” (Sennett: 1979). A sociedade intimista seria aquela que perdeu o sentido dos interesses de grupo.

Também Anthony Giddens (1996b) concorda com essa ideia de que a intimidade excessiva prejudica as relações sociais. Todavia, o sociólogo inglês conseguiu encontrar uma via que impede de aprisionar a transformação da intimidade numa visão que a responsabiliza pela morte do domínio público. Giddens defende que o conhecimento de si mesmo e do mundo exterior se desenvolve em espaços interpessoais do “*mundo comum*”, em contextos partilhados de linguagem e de cultura. O espaço privado constituir-se-ia, deste modo, em permanente ligação com códigos do espaço público, sem, porém, perder a sua idiossincrasia. Tal como a democracia se desenvolve na esfera pública pela acção de indivíduos capazes de uma reflexividade acerca do bem comum, também a intimidade se constituiria através de constantes negociações concretizadas ao nível do domínio interpessoal.

O entendimento da esfera privada como uma construção dinâmica entre indivíduos que se relacionam na esfera pública encontra receptividade em muitos daqueles que dedicaram alguma atenção aos limites das fronteiras dos domínios público e privado. Apreciamos particularmente o trabalho de Alain Ehrenberg (1995: 311), que, encarando o indivíduo como uma construção instável e contraditória na relação com o outro, diz ser precisamente através desse elo em que reconhecemos o outro como semelhante que nos construímos enquanto indivíduo. Ehrenberg discorda das teses que vêem o Homem actual apenas voltado para o seu mundo interior. A sua posição é apoiada em Durkheim, que, em 1893, na obra *A Divisão Social do Trabalho Social*, constatava que “*o crescimento da vida psíquica do indivíduo não enfraquece a sociedade, antes a transforma*”. Nota-se em Ehrenberg uma sintonia com Simmel, que defendia, em 1917, o seguinte: “*O ponto mais profundo da individualidade é o ponto da igualdade natural e quanto mais nós nos instalarmos nas leis universais desta, mais nos instalamos no nosso próprio Eu*”. Concorda também com o ponto de vista de Arendt, segundo o qual “*é a presença dos outros, vendo o que nós vemos, ouvindo o que nós ouvimos que nos assegura a realidade do mundo e de nós próprios*”. Diferentemente de Sennett, Ehrenberg (1995: 245) afirma que “*se se vê cada vez mais o privado em público, é porque os processos da vida pública infiltram a vida privada*”. Esta perspectiva contraria os raciocínios que tendem a ver aí uma relação de oposição ou de subordinação. Na sua perspectiva, a junção dos territórios desenrola-se em termos de articulação.

Esta é também a posição de Dominique Mehl, que prefere falar da ligação dos domínios público e privado, de que resultaria um enriquecimento de ambos. Na sua perspectiva, ao povoarmos a cena pública com escolhas pessoais e valores privados, estaremos a colocar em circulação julgamentos que contribuem para a definição do *eu*. Concentrado na sua intimidade, o indivíduo procura uma certa estabilidade que pensa encontrar através de uma comunicação singular, atravessada pelo registo emocional – um “*discurso profano*”, como caracteriza a socióloga (1996: 229) – que progressivamente vai invadindo o espaço público,

sobretudo o televisivo⁷⁰. Diferentemente de Sennett – e de outros, como Christopher Lasch⁷¹ e Gilles Lipovetsky⁷² – Mehl não vê nesta tendência o desaparecimento da consciência colectiva, nem tão-pouco a morte do debate público, preferindo falar de uma remodelação do espaço público que deixa de estar fundado na razão para se apoiar numa procura identitária através das emoções. Enquanto Sennett encara o modo de ser em público em termos de impessoal/pessoal, Mehl acrescenta um outro modo, o “*interpessoal*”, concretizado através de discursos privados que se trocam em público. Esse processo de exposição da intimidade não significa que se reconheça a morte do íntimo. A socióloga francesa (1996: 158) explica isso assim:

“*A divisão entre exibição e segredo não suprime as zonas de sombra e o não-dito, remodela-as; a arbitragem entre o escondido e o mostrado continua a operar, mas os modos de separação diferem; tornam-se arbitrários, submetidos à apreciação individual e não determinados por uma pré-definição normativa.*”

Para Dominique Mehl, a intimidade não seria uma ideia de contornos imutáveis. Pelo contrário, o espaço íntimo seria algo definido por cada indivíduo e não por uma autoridade social, política, jurídica ou religiosa. Cada um teria o direito a fixar o que reserva para si próprio, o que guarda no espaço privado e o que mostra aos outros através do debate público. Isto significa que o privado se define na sua relação com a cena pública através da dicotomia visibilidade/invisibilidade.

O direito a um espaço íntimo é essencial quer do ponto de vista pessoal quer do ponto de vista social. Mesmo em emissões televisivas cujos formatos potenciam a visibilidade do espaço privado, evidencia-se um discurso em que os respectivos actores revelam zonas de sombra levando o espectador, que crê ver tudo, a perceber que não tem acesso a todas as emoções e pensamentos de quem expõe a sua aparência. Há sempre

⁷⁰ Esse discurso “*profano*” pode tornar-se público através de vários tipos de mensagens que encontram na TV um palco favorável de exposição (Mehl *in* Lopes: 2001):

- *Mensagem pessoal*: trata-se de testemunhos de pessoas que experimentam uma dificuldade relacional com aqueles que lhes são próximos. Apresentam normalmente um problema que acham ser tabu (por exemplo, a SIDA), que condiciona toda a sua existência. Antes de aparecerem na TV, esses indivíduos procuraram partilhar isso com alguém, não encontrando ninguém disponível para os ouvir. O recurso à televisão não tem aqui nada de lúdico: é antes dramático. Não traduz um desejo ou um prazer de se mostrar, mas manifesta uma profunda angústia e um desejo de acesso ao próximo.
- *Verbo terapêutico*: as pessoas não estão bem e procuram a televisão com uma espécie de ilusão de que irão ser ajudadas. A terapia faz-se nestes casos através da palavra, não a palavra do apresentador ou do psicólogo da emissão, mas através do discurso da pessoa que conta os seus infortúnios. Esta ligação do lado privado à expressão pública reflecte, de certa forma, a psicologização da vida social. Cumpre-se uma espécie de catarse pela palavra, embora de efeitos psicoterapêuticos de curto alcance.
- *Confissão catódica*: indivíduos à deriva que, contando a sua história e escutando a de outros, tentam construir um sentido para sua existência: para o seu casamento, para o seu divórcio ou para a educação dos seus filhos... As pessoas inserem o seu discurso privado num debate mais geral, procurando refazer o seu “eu” social. A palavra é “desprivatizada”, assumindo um estatuto público.
- *Mensagem colectiva*: é feita na primeira pessoa, mas reflecte uma colectividade, exprimindo uma ideologia de grupo que pode ser, por exemplo, uma associação.

⁷¹ Cf. *Culture of Narcissism: American Life in An Age of Diminishing Expectations*, Ed. Warner Books, New York, 1979, no qual Lasch faz um retrato psico-social de uma sociedade americana absorvida na contemplação e adoração da sua própria imagem. Esse narcisismo representaria a sintomatologia das sociedades vazias da sua alma. Este livro popularizou a expressão “*national malaise*”.

⁷² Cf. *L'Ère du Vide: essais sur l'individualisme* (Ed Gallimard, Paris, 1983) em que Lipovetsky explica aquilo que diz caracterizar a sociedade de hoje: uma revolução individualista, que se manifesta numa privatização alargada, numa erosão das identidades sociais, numa desafeição ideológica e política e numa instabilidade acelerada das personalidades.

uma dimensão de interioridade que escapa à visibilidade. A nível social, também se nota esta preocupação em separar campos. Basta recordar que todas as sociedades liberais se preocupam em preservar uma distinção entre vida pública e vida privada, enquanto as sociedades totalitárias⁷³ se esforçam por neutralizar essa diferença. Se durante muito tempo a interioridade foi um privilégio das classes socialmente mais favorecidas e se a este período sucedeu um outro de exaltação da individualidade, hoje, e nas palavras de Serge Tisseron (2001: 76), cada um coloca a sua intimidade onde quer que ela esteja, havendo sempre uma distinção entre espaço público e espaço privado, embora as respectivas fronteiras sejam cada vez mais flutuantes. Mantém-se a ideia de que há um *eu profundo*, um território do *eu*, que permanecerá sempre intocável e distinto do território do *nós*.

Se seguirmos a perspectiva de António Damásio (2000: 55), distinguiríamos sentimentos, “*dirigidos para o interior e privados*”, de emoções, “*dirigidas para o exterior e públicas*”. Os primeiros seriam uma experiência mental das segundas, sendo esse processo fundamental para que o indivíduo se aperceba do que foi desencadeado pelas emoções, facilitando “*o planeamento de formas de resposta adaptativas, originais e feitas à medida da situação*” (Damásio, 2000: 325). Mas este patamar nem sempre se alcança, não podendo assim inferir-se que o indivíduo tem um controlo sobre os estados emocionais que exterioriza. Segundo Damásio (2000: 69), “*travar a expressão de uma emoção é tão difícil como evitar um espirro*”. Reconhece-se, porém, que há sempre formas de disfarçar algumas manifestações externas. Apoiando-se num artigo de Weston LaBarre⁷⁴ e na obra de Charles Blondel⁷⁵, Erving Goffman (1999: 68) afirma a este respeito que “*qualquer membro de um grupo aprende não só a exprimir correctamente as suas emoções, mas também a fazê-lo de uma maneira suficientemente automática*”. Todos somos capazes de promover uma certa “*apresentação do eu na vida quotidiana*”, mas, por outro lado, somos incapazes de neutralizar as modificações automáticas (respostas químicas e neurais) que ocorrerem no nosso organismo. “*Podemos educar as nossas emoções, mas não suprimi-las completamente e os sentimentos interiores que vamos tendo são as melhores testemunhas do nosso insucesso*”, sublinha Damásio (2000: 70). Isto acontece devido ao facto de as emoções estarem dependentes de dispositivos cerebrais de existência inata⁷⁶. Todavia, a cultura e a socialização podem alterar não só algumas das expressões como o significado atribuído a esses indícios.

Verificamos, por exemplo, que o sentimento de pudor muda com as épocas e com as culturas. Na sociedade do séc. XVIII, em que as relações eram rigidamente hierarquizadas, o nu não suscitava críticas se fosse exibido perante pessoas de classe inferior; o contrário era já alvo de reprovações. Hoje, muitos aceitam

⁷³ O romance de G. Orwell intitulado *1984* descreve este tipo de sociedade na qual todos estão permanentemente sob controlo.

⁷⁴ “*Le fondement culturel des émotions et des gestes*”.

⁷⁵ Particularmente no livro *Introduction à la psychologie collective*.

⁷⁶ Segundo António Damásio (2000: 73), “*os dispositivos que produzem emoções ocupam um conjunto restrito de regiões cerebrais, iniciando-se ao nível do tronco cerebral e progredindo para as partes superiores do cérebro*”, podendo “*ser activados automaticamente, sem deliberação consciente*”.

mostrar em público ou através de fotografias aquilo que se convencionou serem partes íntimas do corpo. Também a exposição da intimidade psíquica tem vindo a percorrer um caminho que a retira de zonas sombrias para a colocar em zonas mais iluminadas. Hoje pensa-se que a exteriorização daquilo que é íntimo face a um outro interlocutor ajuda a estruturar o que nos é idiossincrático, enriquecendo-nos. Esta atitude encontra actualmente uma certa aceitação. Serge Tisseron fala na existência de uma “*extimidade*”, explicando esse conceito através do “*movimento que leva cada um a exteriorizar uma parte da vida íntima, física e psíquica*” (2001: 52-3). Esta operação implica, segundo este psicanalista, duas atitudes: “*É preciso crer que o nosso interlocutor partilha o mesmo sistema de valores*”; depois, porque o nosso interlocutor não é nosso duplo, é necessário “*identificarmo-nos com ele*” para aceitar o seu ponto de vista (2001: 53-54). Este desejo de comunicar com o outro o nosso espaço interior é antigo, mas, ao longo dos tempos, foi neutralizado pelas convenções e aprendizagens, que abafavam a vontade de exposição daquilo que a cada um pertence. Hoje, ele manifesta-se quase sem reservas, notando-se, em certas pessoas, uma procura insaciável em ser conhecido e em falar com um grande número de pessoas. Há nisso uma espécie de multiplicação de espelhos em relação à qual, por vezes, se acredita conseguir visualizar melhor a nossa identidade.

Não é sobre as fronteiras entre o público e o privado que trata a obra de Michel Maffesoli, mas a leitura que este sociólogo faz da contemporaneidade, apesar de bastante presa às manifestações sensíveis do quotidiano, ressalta elementos importantes para pensar o enfraquecimento das fronteiras entre esses domínios. Considerando ultrapassada a era do individualismo, o sociólogo francês bate-se pelo reconhecimento do “*tempo das tribos*”, o actual, em que os indivíduos se congregam através daquilo a que chama a “*cola do mundo*” que une coisas e pessoas díspares à volta de um “*querer fazer uns com os outros*” (2004: 136). Esse elo social assenta em “*emoções comuns, sentimentos partilhados, afectos postos em jogo na cena pública*” (2001: 69). As novas sociabilidades são, de acordo com Maffesoli, apreendidas através de uma “*razão sensível*”, outro dos seus conceitos-chave que se aproxima daquilo a que chama “*pensamento do ventre*”, ou seja, um “*pensamento que saiba tomar em consideração as emoções, os afectos e os sentimentos enquanto expressões societais*” (2001:181). Desempenhando um papel de assinalável destaque na estruturação social, as emoções não são um traço distintivo do domínio privado “*O que no burguesismo moderno se podia viver por detrás do muro da vida privada torna-se, a partir de agora, num elemento do vínculo social*”, escreve no livro *Entre o Bem e o Mal: compêndio de subversão pós-moderna* (2003: 164). Interessa, acima de tudo, o presente e, nele, aquilo que se vive em conjunto, resultando daí a passagem da *ratio cognoscendi* para uma *ratio existendi* que Maffesoli diz ter tanta legitimidade como a primeira (2003: 142-3).

2.2. A informação televisiva e o espaço público contemporâneo

Nas décadas finais do século XX, a televisão constituiu-se, de entre os meios de comunicação social, como o mais presente na vida das pessoas. Pela acessibilidade, pela programação contínua, pela oferta diversificada e progressivamente mais próxima do quotidiano... Mesmo longe de uma perspectiva que lê a sociedade somente a partir das mudanças tecnológicas⁷⁷, pensamos que a evolução do audiovisual, ao permitir novas e diferentes mediações, fomenta uma outra economia da representação social e, conseqüentemente, renovados regimes de regulação simbólica. Como temos vindo a assinalar, qualquer leitura do espaço público contemporâneo nunca poderá estar completa sem integrar uma análise da televisão, nomeadamente na sua vertente jornalística, de indiscutível protagonismo e centralidade sociais. Sublinhando que “*não há espaço público natural*”, Pierre Chambat (1995: 69) considera que a sua evolução apenas pode ser entendida através da construção dos problemas públicos que, na maior parte dos casos, passam por mediações, nomeadamente da TV. A aceção imaterial do espaço público é reiterada por Gérard Leclerc (2000: 24), para quem a pós-modernidade “*marca o nascimento de um novo espaço público, mais simbólico do que natural*”. Neste quadro, sobressai uma questão de fundo: com o aumento do poder da TV e a abertura da esfera pública televisiva a novas questões, há possibilidade de se ampliar o espaço público contemporâneo?

A actuação social do indivíduo não é sinónimo de actuação pública. Esta só acontece quando tem uma dimensão de resposta a expectativas macro-sociais. Ao fazer da publicitação das relações humanas o vector contínuo da sua actuação, a informação televisiva assume-se como mecanismo privilegiado na transformação dos factos privados e sociais em factos públicos, operando nas sociedades actuais as maiores mudanças qualitativas do mapa social. Chamando a si o papel de “*aduanheiro*”, o jornalista selecciona temas, instituições e pessoas que serão expostas à luz pública, passando-os, deste modo, para o centro da comunicação pública. José Luis Dader (1992: 152) encara a classe como um “*novo rei Midas, capaz de converter, não em ouro, mas em ‘público’ tudo aquilo em que toca*”. Pensamos que na mudança daquilo que se entende por público e por privado, os jornalistas que trabalham em televisão têm aí uma influência importante. Concentrando-se na *vertente pública do indivíduo privado* e na *esfera privada do indivíduo público*, os programas televisivos, nomeadamente os de informação, alteram as fronteiras destes domínios que se diluem cada vez mais um no outro. Charo Lacalle (2001: 21-23) fala da realidade construída pelo pequeno ecrã como uma “*cartografia virtual do espaço de representação*” que reconhece apresentar um

⁷⁷ Não seguindo um determinismo tecnológico para ler as influências dos *media*, isso não significa que ignoremos as influências das tecnologias em relação às quais não temos qualquer posicionamento demoníaco. Estamos, por isso, distantes de teses como as de Robert Musil (1990), para quem a sociedade tecnológica produz um homem sem qualidades, e mais próximos de pontos de vista como os de Roger Silverstone (1991), que faz repousar no audiovisual grande parte da responsabilidade pelas profundas alterações que provocou na relação entre o indivíduo e a sociedade. Este tópico já foi abordado anteriormente.

desenho diferente da “*geografia do mundo*”, mas que reúne uma força de representação tal que suplanta o mundo empírico⁷⁸. Jean-François Tétu (1993) também vê os *media* em termos de “*carta geográfica*” a qual, na sua perspectiva, difere da experiência ao nível do “*território*”. De Joshua Meyrowitz (1986) recolhemos igualmente reflexões importantes para pensar o impacto da televisão em termos de espaço. Modificando as coordenadas espaciais do mundo empírico, a realidade que passa através do pequeno ecrã instala um “aqui” com um sentido diferente daquele que experimentamos no nosso dia-a-dia, baralhando a nossa percepção de espaço. Tendo permanentemente a sensação de “*ubiquidade espacial*”, o telespectador perde-se entre o *aqui* do programa e o *lá* onde a respectiva acção decorre. À proximidade física sucede uma proximidade virtual da qual resulta uma comunidade cada vez mais global, que experimenta progressivamente maiores dificuldades em permanecer presa a um lugar de origem e em traçar fronteiras entre aquilo que é público e o que pertence ao seu espaço privado.

Reconhecendo à TV um papel importante numa altura em que as instituições perdem a sua capacidade de acção e influência junto dos indivíduos, Wolton lembra que “*há na sociedade várias ‘cenas’ e nada pior do que querer tudo tratar numa. Há um tempo e uma cena para cada situação social*” (1997: 155). Acontece, porém, que a realidade é outra, como adverte Charo Lacalle (2001: 21): “(A TV) *assume competências que tradicionalmente competiam a outras instituições: procura desaparecidos, denuncia corrupções políticas, investiga crimes, convertendo-se numa espécie de panóptico do mundo...*”. Porque na sociedade actual se acredita que a luz pública do audiovisual favorece respostas sociais de envergadura, as pressões para aceder à notoriedade pública, através do pequeno ecrã, crescem de dia para dia. Ao contrário daquilo que defendia a teoria política clássica, que via na sociedade uma luta contínua para se obter a atenção das instituições, hoje pugna-se por atrair o interesse dos meios jornalísticos. A população em geral, mesmo o cidadão anónimo, percebeu que os problemas quotidianos mobilizarão mais rapidamente as instituições se forem previamente ampliados em programas de grande audiência. Todavia, convém lembrar que as respostas definitivas nunca podem ser dadas pela TV, mas pelas instituições sociais. Por exemplo, a exposição/visualização do “*sofrimento a distância*” (Boltanski, 1993) pode não ser, e a maior parte das vezes não o é, equivalente a uma acção efectiva para a respectiva neutralização. Mostram-se a dor ou as desigualdades, mas a emoção que evolve as instâncias de produção e de recepção da mensagem não implica a resolução dos problemas.

Wolton, apesar de retirar à televisão a exclusividade de estruturar ou redimensionar o espaço público, reconhece-lhe poder para se assumir como um meio que desempenha aí uma influência não-negligenciável. Daí falar de um “*espaço público mediatizado*” cuja construção é tributária de um modelo de

⁷⁸ Eis aqui um exemplo para os actos de linguagem que Benveniste designa por “*sui-referenciais*”, que têm uma capacidade de se referir a uma realidade que eles constroem.

TV específica, a generalista, à qual o sociólogo francês atribui grande importância. Para constituírem um dos principais laços sociais da modernidade (não exclusivo, entenda-se), as emissões televisivas teriam de estar disponíveis para serem partilhadas por todos. Esta igualdade de acesso ligar-se-ia ao próprio fundamento do modelo democrático assente na não-discriminação de pessoas, quer ao nível da produção, quer ao nível da recepção. Isso só é possível com uma televisão generalista a emitir em aberto, diversificada nos seus conteúdos, de modo a reflectir a heterogeneidade social e cultural. Esta seria, segundo Wolton, também uma forma de unir pessoas com perfis diferentes, ou seja, vários públicos, para que possa ser partilhada alguma coisa. Estamos aqui ao nível daquilo que o sociólogo designa como “*comunicação normativa*”, ligada aos sentidos da partilha e da compreensão mútua: “*Quanto mais a televisão é um espelho, permitindo à maior parte das categorias sociais encontrarem-se, mais limita a exclusão de populações, que se sentem já à margem da sociedade*” (1997: 102). Essa janela aberta contra exclusão por onde passariam realidades poliformes atenuaria, assim, a “*espiral do silêncio*” de que fala Elisabeth Noelle-Neumann (1995: 200-209). Atendendo aos gostos da maioria, mas também a realidades socioculturais periféricas, a TV generalista assumir-se-ia como um factor de integração, “*capaz de acolher e acomodar todo aquele que não encontra um espaço próprio em nenhum outro lugar*” (Lacalle, 2001: 41). Não é isso que se passa em grande parte dos programas de informação emitidos na TV, pois os jornalistas tendem em apelar para as mesmas pessoas, uma tendência que resulta numa evidente saturação do público, que vê sempre as mesmas personalidades, cujo discurso se adivinha com facilidade. Estudando os debates televisivos dos canais franceses ao longo de 40 anos, Sébastien Rouquette, embora tenha constatado que houve alterações significativas no modo de organização dessas emissões e nos papéis esperados dos convidados, notou que o tipo de interlocutores escolhidos para esses programas não sofreu mudanças:

“A imagem dominante dada da França que conta, a que acede a este espaço colectivo, recruta-se na maioria dos casos entre os médicos, publicitários, jornalistas, comediantes, escritores, quadros superiores etc., ou seja, entre os engenheiros sociais aos quais se juntam, numa proporção menor, desportistas, professores, enfermeiras e quadros médios do terciário (...). Quer seja para encontrar soluções, defender ideias, julgar ou explicar o seu caso, mostrar o que se faz, confrontar opiniões singulares ou propor uma experiência representativa de um grupo, são sempre os mesmos que maioritariamente falam” (Rouquette, 2001:296).

Num ensaio em que diz tratar de algo próximo daquilo “*a que os historiadores chamam mentalidades*” (2005: 141), José Gil deixa notas impressionantes sobre a informação mediática que se desenvolve em Portugal muito próximas daquelas fixadas por Rouquette. Assegurando que o direito à palavra mediática se circunscreve a um grupo restrito, afirma: “*Somos os melhores exemplos europeus de arcaicos pós-modernos. Longe de criar uma zona de respiração e um fora, os media amplificaram a comunicação social para novamente a fechar*” (2005: 33).

Embora a liberdade de expressão esteja amplamente reconhecida, isso não implica uma opinião reflectida e diversificada ao nível da informação televisiva. Situando-se naquilo que é tornado público, Wolton (1997: 176) lembra que “*publicidade*” pode não ser sinónimo de “*qualidade*” (“*o que é conhecido não é forçosamente importante e o que é importante nem sempre é conhecido*”). Por outro lado, sublinha que a profusão de informação não implica uma melhor comunicação (“*não há ligação directa entre liberdade de opinião e diversidade de opiniões emitidas*”). Para quebrar o “*círculo vicioso*” do monocronismo temático e testemunhal, Wolton defende que há que “*alargar o cerco dos que falam*” (1997: 158), “*procurar um pouco mais longe os indivíduos capazes de intervir*” (1997: 159). Mais do que a “*mediatização*”, é hoje necessário construir “*mediações*”, ou seja, “*filtros cognitivos*”, que façam compreender outras realidades, outros sistemas simbólicos (1997: 170-1). A televisão pode ser actualmente uma chave interpretativa fundamental, ajudando a inserir-nos nos espaços onde habitamos e a perceber o que nos rodeia. Para que tal se concretize, será necessário que a informação televisiva reflecta as preocupações e os problemas da sociedade de modo a levar o indivíduo a melhor entender os sistemas que influenciam o quotidiano. A ideia aqui é a de um espaço público alargado onde seja possível levar o actor a encontrar o seu lugar na sociedade. A este nível, Cornu atribui um papel estruturante aos meios de comunicação social: “*Porque não recuperar os media como lugar de discussão da sociedade civil?*” (1999: 222). Esta função encontra, nos nossos dias, terreno propício ao seu desenvolvimento, pois, como lembra Quéré (1982: 102), “*que hoje existe uma crise de representação, todos estão de acordo*”.

Como já explicámos anteriormente, muitos são aqueles que retiram ao audiovisual a capacidade de promover um debate que problematize questões actuais, que interessa a todos, sem ser *voyeurista* naquilo que procura saber, nem excessivamente intimista nas perguntas formuladas aos respectivos interlocutores. Não é esse o rumo que tem tomado a informação televisiva, que, pressionada por constrangimentos económicos, verga frequentemente o seu trabalho ao “*inter-esse*” do público (no sentido etimológico do “*estar entre*”), o que, como afirma Victoria Camps (2004: 45), não faz da televisão “*o cenário idóneo para que se converta na ágora deliberativa no nosso tempo*”. Terá certamente razão a filósofa espanhola, mas, como a própria reconhece, não será eficaz um discurso demonizador do audiovisual. Importará, sobretudo, perscrutar o que essas cenas televisivas absorvem e devolvem ao que lhes é exterior. Esse exercício permitirá perceber o que é iluminado e aquilo que, sendo importante para a vida social, permanece em zonas sombrias.

Nem tudo o que se passa de relevante é integrado na informação televisiva, nem tudo o que integra a informação televisiva é importante (a maior parte das vezes, basta ser interessante). Se muitos aspectos da vida social não alcançam relevância pública, tal é tributário de vários factores, entre os quais também figuram os “*valores-notícias*” específicos da classe jornalística e a linha editorial de determinado órgão de comunicação social. Num livro em que aborda o lugar desses profissionais no espaço público, José Luis

Dader considera que “a administração que os jornalistas fazem do espaço público é mais decisiva do que a administração social tradicional, embora seja esta quem dá as respostas definitivas” (1992: 157). Partilhamos esse ponto de vista e acrescentamos que dele resultam maiores responsabilidades para o jornalismo, que tem, assim, de encontrar um ponto de equilíbrio entre as forças de mercado que lhes exigem audiências e a opinião pública a quem deve ser proporcionada uma informação que potencie um espaço público mais diversificado, mais participativo, mais imune ao *voyeurismo* e mais preocupado com as questões relevantes dos vários campos sociais. Entre os desiludidos e os optimistas, talvez valha a pena procurar um ponto de equilíbrio que, em vez de se situar naquilo que deve ser, interroge aquilo que a TV faz para reconstruir um espaço público televisivo mais equilibrado.

Talvez nunca como no dealbar do século XXI a televisão tenha interpelado tanto o cidadão comum. Segundo François Jost, na TV de hoje “um micro passeio vale mil palavras do perito do ponto de vista da crença; um sentimento vivido tem mais credibilidade que um facto objectivo” (2002: 57). Essa *vox populi* será sinónimo de participação na *res publica*? À semelhança de outrora, a política e os políticos continuam a ter prioridade ao nível da selecção jornalística. Será que o ângulo de mediatização permanece inalterado? Segundo a investigação de Nilza Sena (2002: 239), o discurso político televisivo tem feito um deslizamento de um enfoque “ideológico-programático” para “conteúdos pragmáticos e conjunturais”, muito próximos da vida quotidiana. As mudanças não são idiossincráticas ao nosso país. Sanchez Noriega (1997: 25) fala igualmente de uma evolução semelhante: “Na era da TV o importante já não é o discurso parlamentar baseado na dialéctica argumental, a fidelidade a princípios e a coerência de um programa ou política”, considerando não ser esse um movimento positivo, na medida em que, na sua opinião, provoca a retirada dos melhores da vida política, originando uma fragmentação do espaço público. Num ensaio sobre o Portugal contemporâneo, José Gil responsabiliza em parte o discurso televisivo pela actual debilidade do debate político. Argumentando que a TV “cria um espaço artificial, com regras pré-determinadas que limitam a espontaneidade das intervenções, o acaso e a participação desse ‘fora’ que faz toda a riqueza da expressão pública”, o autor de *Portugal: o Medo de Existir* (2005: 24-5) afirma ainda o seguinte:

“Se a política é ‘chata’ em Portugal, se os portugueses estão fartos dos políticos, isso não se deve apenas à sua incompetência, mas também ao próprio universo do debate político em que nada de novo, de inovador, de diferente de forte, de original e estimulante surge para abalar os espíritos.”

Michel Maffesoli aponta outro caminho: em vez de lamentar a fragilidade do espaço público político, talvez fosse mais eficaz falar de uma “transfiguração do político” (2002) e procurar, a partir daí, os traços que configuram o actual espaço público.

Do ponto anterior sobressaíam duas linhas que evoluem em paralelo:

- o espaço público expande-se para domínios outrora completamente estranhos a si,
- o espaço privado redimensiona-se através de um deslocamento para a esfera pública.

Este movimento que traz para o domínio público problemas intrínsecos à esfera privada e que incute códigos inerentes ao espaço privado nas questões públicas coloca inúmeros desafios ao jornalismo. Em relação ao primeiro vector, a transposição pode ser promovida pelos protagonistas dos factos ou forçada pelos jornalistas. Se cada um coloca a sua intimidade onde quer que ela esteja, a publicitação do privado provocada pelo discurso jornalístico levanta alguma polémica que enquadramentos legais e princípios éticos e deontológicos procuram travar, muitas vezes sem sucesso⁷⁹. Quanto ao segundo vector, responsabiliza-se frequentemente a informação jornalística por colorir tudo o que é público com uma linguagem do privado. O exemplo da política é o mais citado: hoje os políticos não são abordados para falar de ideologias, mas, acima de tudo, para exporem a sua personalidade. É certo que o discurso pessoal se adapta melhor às actuais exigências do jornalismo televisivo (frases curtas e expressivas), mas a personalização daquele que fala não é contrariada pelo próprio campo político. Como assinala Mário Mesquita (2003: 137): “*A personalização da vida política e social, por um lado, e a proliferação de personagens jornalísticas, por outro, constituem o verso e o reverso da mesma medalha*”.

Na televisão como na sociedade, verifica-se uma tendência para a junção da vertente psicológica com as questões colectivas. A experiência com o nosso interior e com aquilo que está fora de nós confunde-se. Essa simbiose é realçada, desde logo, pela linguagem. Hoje os problemas do quotidiano são verbalizados a partir da linguagem psicológica que veio neutralizar a linguagem social e política de outros tempos. Os temas ligados às emoções sobrepõem-se aos temas que significam reivindicação, luta ou desigualdade. Se os políticos (ainda) mantêm um discurso que, tendo feito uma certa deslocação para o quotidiano, continua com marcas distintas e se os especialistas permanecem fiéis ao seu campo de pertença, o cidadão comum exacerba a tendência para o emocional e é apelando para isso que o jornalista o interpela. Nem sempre da melhor maneira. Porque o emocional não se circunscreve à pergunta que visa saber o que uma pessoa sente. Não significa isso que as emoções não tenham lugar na informação. Pelo contrário.

Circulando por um espaço público cada vez mais privatizado e por um domínio privado que se abre continuamente à publicitação, as emoções constituem aí um elemento comum a ambos os campos, adquirindo um valor de mercado com consequências que poderão ser desastrosas, se não houver cuidados

⁷⁹ A confusão dos domínios público e privado deriva em grande parte da indefinição entre aquilo que é interesse público de justificação social e a natureza inviolável da vida privada. Embora as leis, a ética e a deontologia tracem alguns limites, há sempre uma liberdade intersticial aberta pelas normas que permite práticas heterogéneas.

particulares da parte daqueles que as fazem circular maciçamente. Mas também podem ser marcas fundamentais a partir das quais é possível dar um retrato mais aproximado da realidade. Num artigo intitulado “*Les émotions et l’espace public*” (1992), Patrícia Paperman, depois de lembrar que “*a emoção é constitutiva de uma inteligibilidade social*”, chama a atenção para a importância de “*colocar a razão no coração da emoção*”. Sendo fundamentais para a acção social e para a compreensão das estruturas e processos sociais, as emoções têm o seu lugar na informação jornalística, constituindo hoje os “*novos repertórios da palavra pública*”, usando aqui uma expressão de Érik Neveu (1995: 54). Há assuntos que serão rapidamente apreendidos através de um registo mais centrado no emocional e mais atento às experiências pessoais daquele que fala. Marc Lits (2001) faz passar a informação televisiva exactamente pela descoberta do outro e pela sua inscrição em rostos específicos. O exemplo pessoal é uma garantia desta autenticidade, olhado através de uma câmara hiper-realista que procura despir o indivíduo de todos os artificialismos para o colocar a nu diante de nós. Se, por um lado, este enfoque aumenta a estima e promove o sentimento de existir dos actores sociais, por outro põe em cena alguma incerteza que se apoderou da sociedade actual. E aí está como a informação televisiva pode, dentro de certos limites, ajudar os actores sociais a conhecerem-se melhor a si próprios através de espelhos onde reflectem parte daquilo que são. Desse modo, constituir-se-ia um espaço propício de passagem do ser privado para um ser societal. A alteridade que a comunicação televisiva permite torna-se, pois, causa e efeito do pluralismo pessoal. Defendendo que não é a cultura, mas as propriedades estruturais das interacções sociais que determinam as experiências emocionais, Barbalet (2001: 47) recorda que “*experiências emocionais particulares determinam a inclinação para determinados rumos de acção*”.

Não são pacíficas as teses que vêem na televisão um reflexo daquilo que lhe é exterior e, simultaneamente, um momento de dar novo impulso a tendências embrionárias que fervilham na rede societal. Onde Maffesoli insiste em ver aspectos positivos, outros constroem a partir daí uma argumentação exactamente contrária, como o filósofo Gustavo Bueno, que qualifica a oferta televisiva assente nas emoções daquele que fala como “*o protótipo da obscenidade*” (2002: 123-127). Maffesoli considera que é exactamente isso que hoje retorna ao “*primeiro plano da cena social*”. Dentro e fora do pequeno ecrã. Na sua perspectiva, esse “*lixo que se teria de esvaziar ou esconder é igualmente um elemento da realidade que, com alguma insolência e com desenvoltura face aos conformismos de pensamento, dá a ver cruamente. Exprimindo-se, essa parte obscura relativiza a nossa pretensão de dominar a natureza. E incita, sobretudo, a conciliar-se com ela*” (2003: 164). Quanto às críticas que censuram a televisão por avançar muito em direcção aos territórios da intimidade, o sociólogo do quotidiano defende que aquilo que “*no burguesismo moderno se podia viver por detrás do muro da vida privada torna-se, a partir de agora, num elemento de vínculo social*”, criando “*múltiplas tribos que se reúnem graças às redes do ecrã*” (2003: 164).

Pela nossa parte, não pretendemos enraizar as mutações do espaço público apenas nos meios de comunicação social, particularmente no audiovisual. Será também na sociedade, ou seja, nas transformações sociais (de classes, de “*habitus*”, de temas que afectam o quotidiano...), na evolução tecnológica ou no crescimento económico que se poderá igualmente colher sinais explicativos para esta nova configuração. O desejo de “*extimidade*”, por exemplo, não é apenas motivado por emissões televisivas. Basta apontar tecnologias como o telemóvel, o computador e as máquinas de filmar de uso doméstico para perceber que é também fora do pequeno ecrã que o indivíduo concretiza esta publicitação da sua privacidade⁸⁰.

Identificamo-nos, a este respeito, com a posição de Dominique Mehl (1996: 12), que defende que a diluição entre espaço público e esfera privada é mais reflectida pelas emissões televisivas do que suscitada por elas. Se os *espectáculos da realidade* que actualmente a televisão exhibe aumentam a estima e promovem o sentimento de existir daqueles que os representam, essas emissões põem, sobretudo, em cena a incerteza que se apoderou do individualismo contemporâneo. Porque estamos cada vez menos fixados num lugar e cada vez mais dependentes de uma relação com os outros e connosco próprios, a interrogação sobre aquilo que nos rodeia é permanente. A confusão que se vive na justiça, na política, na ciência e na vida quotidiana está dentro, mas também está fora da televisão. Tal como Dominique Mehl, também julgamos que o pequeno ecrã deve ser visto como um reforço do actual “*duplo processo de privatização do espaço público e de publicitação do espaço privado*”. Disto resultaria aquilo a que esta socióloga chama uma “*televisão da intimidade*” que mistura “*a erupção da palavra profana na cena pública*” e “*a valorização do testemunho privado*” (1996: 8). José Luis Dader (1992: 163), que se dedica ao estudo desta problemática, também pensa que os *media* não actuam como contracorrente da interpenetração dos espaços público e privado, antes aprofundam esta tendência, convertendo-se num “*motor estimulante desta inclinação*”. O que não diminui a sua responsabilidade social. Pelo contrário.

⁸⁰ Há uma extensa bibliografia a este respeito. O livro de Reg Whitaker, *El fin de la privacidad: cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad* (Paidós Comunicación, 1999) é um bom texto para se perceber como a revolução da informação e o progressivo desenvolvimento das tecnologias da comunicação estão actualmente a reconstruir o espaço público à escala global.

A reter

Destacámos a obra de Jürgen Habermas *Strukturwandel der Öffentlichkeit* onde se constrói um modelo de espaço público assente na “*comunicação ilimitada*” (aberta a todas as temáticas), na “*forma pública de debate*” (não-restrição de pessoas) e na “*racionalidade*” daquilo que é objecto de discussão. Esse espaço fundar-se-ia no ideal liberal de uma síntese entre “*razão*” e “*Publicidade*”. A razão publicitar-se-ia através de explicações discursivas para as quais se reclamavam o estatuto de universalidade e a capacidade de se gerarem “*consensos*” entre um público capaz de agir através de uma “*razão comunicacional*” que é, aliás, outro dos conceitos-chave em Habermas. De acordo com a teoria habermasiana, a “*Publicidade*”, enquanto exposição crítica e racional de argumentos e troca de ideias, foi cedendo progressivamente o seu lugar a uma “*publicidade*” concebida como manipulação, posta ao serviço de interesses privados (do mercado). Apresentando conceitos que nos ajudam a pensar a televisão (mediação simbólica da realidade) como um espaço estruturante e estruturado em relação ao espaço público, o modelo habermasiano de espaço público aqui exposto apresenta limitações e reúne traços que serão hoje difíceis de transportar para a sociedade actual. Sublinhámos as virtualidades e os limites, recorrendo a contributos de alguns teóricos que se debruçaram sobre as propostas de Jürgen Habermas.

Outrora com linhas demarcadas, os espaços público e privado foram aproximando-se um do outro. Num momento de profundas alterações desses dois domínios, os investigadores que se detêm nessas questões dividem-se entre a defesa do predomínio do primeiro, do segundo ou sugerindo novas fronteiras para ambos. Entre aqueles que destacam o reforço do espaço público está o sociólogo francês Dominique Wolton, para quem a TV generalista adquire particular relevância em todo esse processo. Richard Sennett representa a linha daqueles que asseguram a morte lenta da esfera pública devido à invasão de que é alvo por parte de traços privados. Entre uns e outros, sobressai uma espécie de terceira via – representada neste capítulo pelas propostas de Anthony Giddens, de Alain Ehrenberg e de Dominique Mehl – segundo a qual o privado se define na sua relação com a cena pública através da dicotomia visibilidade/invisibilidade. É com esta última linha que nos identificamos. Concentrando-se na *vertente pública do indivíduo privado* e na *esfera privada do indivíduo público*, os programas televisivos, nomeadamente os de informação, alteram as fronteiras destes domínios que se diluem cada vez mais um no outro. Ou seja, reconfiguram aquilo que absorvem. Partindo do pressuposto de que os *plateaux* informativos poderão constituir-se como as ágoras deliberativas do nosso tempo, levantámos algumas questões que serão desenvolvidas mais à frente. Por exemplo, a integração das emoções na informação televisiva.

Antes de apresentar programas específicos, a televisão constitui-se numa estrutura superior, representada pela grelha de programação, que é dotada de uma certa autonomia discursiva à qual se submetem os textos parciais (os diferentes programas), que, embora reúnam estratégias enunciativas diferenciadas que lhes garantem uma identidade, seguem uma lógica que os ultrapassa e que se situa precisamente ao nível do macrodiscurso televisivo. No capítulo seguinte, procuraremos perceber esse macrotexto em termos de sentido, organização e relacionamento com os respectivos receptores.

Capítulo 3: Elementos para a compreensão do (macro)discurso televisivo

O entendimento da televisão enquanto espaço de debate e de questionamento da realidade passa também por interrogar a dimensão semiótica que lhe é intrínseca. Não nos referimos a uma semiótica dos signos e dos respectivos códigos, mas a uma semiótica enquanto teoria da significação. “*Uma semiótica crítica, uma semiótica que interroge o sentido do movimento dos signos*”, diria Moisés Martins (2002: 25), para quem “*este sentido não está nos signos, sejam eles signos simples ou complexos, nomes ou frases. Está no discurso*”. A prática discursiva é aqui entendida como a “*interacção de pelo menos dois indivíduos, ambos co-enunciadores*”. Essa relação bipolar será, neste capítulo, pensada em torno de dois enunciadores específicos: a televisão e a respectiva audiência, colocando a ênfase da nossa reflexão no primeiro. Partiremos daquilo a que González Requena (1995) chama o “*macrodiscurso televisivo*”, que ultrapassa programas específicos para atender à televisão na sua totalidade. Não é do objecto textual, que a TV também é, que aqui trataremos, mas das dimensões globais do respectivo discurso... Do seu sentido, da sua organização e da sua utilização.

Entrando neste caminho, fácil será perceber a impossibilidade de nos aprisionarmos no campo da semiótica. Propondo outras vias para essa disciplina, Moisés Martins também faz uma “aposta” declarada no cruzamento de diferentes campos de saberes, convidando o leitor do seu trabalho a conjugar consigo “*a semiótica com a linguística, a filosofia analítica, a hermenêutica e também a sociologia*” (2002: 30). Não chegaremos certamente tão longe, mas sabemos que o plano não-sígnico da enunciação, seja ele perspectivado a partir da sintaxe, da semântica ou da pragmática, convocará facilmente áreas diversas. Sentimos, aliás, o mesmo deslocamento naqueles que se propuseram fazer o mesmo percurso. Bastaria, por exemplo, apontar os trabalhos de Umberto Eco, Francesco Casetti, González Requena, Eliseo Veron ou François Jost para perceber a pertinência da intercepção de caminhos diversos. Todos, a seu modo, se propuseram dar o seu contributo para um melhor entendimento da televisão enquanto discurso; todos, a seu modo, fizeram pequenos desvios de uma herança que não podem negar, a da semiótica, traçando a partir dela e do atravessamento que fazem de outros campos a especificidade da comunicação televisiva cujo desenho global e a respectiva significação procuraremos reter.

1. Modos de sentido: da TV do Estado à TV dos espectadores

A televisão faz-se de múltiplas linguagens e de códigos diversos, sendo, por isso, vã qualquer tentativa semiótica de fixar signos preexistentes à sua articulação discursiva e respectivos significados. Como lembra González Requena (1995: 24), “*a sua especificidade consiste na sua inespecificidade, na sua capacidade de incorporar todas as combinações que tornam específicos outros sistemas*”. Não é, pois, dos signos do audiovisual que aqui trataremos, mas do sentido inerente à programação. Hoje a televisão não é igual àquela que conhecíamos há meio século. Mesmo os géneros que atravessaram várias décadas e continuam a ter grande vitalidade, como é o caso daqueles que se inserem na informação, sofreram alterações profundas. Porque ganharam outros códigos e construíram, com eles, novos signos? Certamente. No entanto, pensamos que essa mudança é mais global, abrangendo o discurso televisivo na sua totalidade. Referimo-nos, pois, ao nível semântico não-sígnico da enunciação, que tem actualmente uma configuração diferente daquela que apresentava no tempo das primeiras emissões televisivas. Traçando sucintamente essa linha diacrónica e agarrando a significação intrínseca aos diferentes macrotextos que a televisão construiu ao longo dos tempos, procuraremos compreender melhor as dimensões da prática discursiva que o pequeno ecrã apresenta na actualidade.

Neste percurso – que andarà por uma corrente analítica através da qual tentaremos apreender o tal significado do macrotexto televisivo⁸¹ – far-nos-emos acompanhar de alguns contributos teóricos, fortemente influenciados por estudos linguísticos e, posteriormente, cinematográficos, mas que, de certa forma, foram conquistando a sua particularidade nos estudos do audiovisual. Essa autonomia acentuou-se depois dos anos 80, altura em que a multiplicação de canais televisivos orientou os investigadores, nomeadamente os europeus, para trabalhos mais centrados nos aspectos singulares da comunicação deste *medium*. Foi particularmente a partir daí que análises empíricas, tomando a televisão como objecto central, abriram interrogações sistemáticas sobre os contextos de enunciação construídos pelo audiovisual para, a partir deles, lhe fixarem um conjunto de atributos que, por seu lado, desenhavam significados particulares inerentes à comunicação televisiva.

⁸¹ Circunscrevendo-se ao plano do signo linguístico, António Fidalgo (1999) lembra que há hoje duas grandes correntes na definição do significado: uma “*analítica*” (que tenta apreender a essência do significado) e outra “*operacional*” (que investiga sobretudo o modo como opera). Dentro de cada uma delas, há ainda outras divisões. A primeira inclui a “*teoria referencial*” (que considera o significado de um signo a coisa pela qual o signo está) e a “*teoria ideacional*” (defende que o significado do signo é a ideia que ele exprime). A segunda integra a “*teoria behaviorista*” (que define o significado da palavra pela situação de enunciação respectiva) e a “*teoria pragmática*” (situa o significado da palavra no uso na língua). Pensamos que tal distinção será inviável quando trabalharmos ao nível do macro-discurso televisivo e quando o nosso propósito é a busca não de regras, mas de significações da enunciação, acabando essas correntes por emergir em diferentes momentos.

Ainda que sucinto e com algumas fragilidades, o texto que Umberto Eco escreveu em 1983 constitui uma referência para vários investigadores. Intitulado “*A transparência perdida*”, o artigo assinala dois períodos no audiovisual: a “*paleotelevisão*”, a do tempo do monopólio; e a “*neotelevisão*”, a da era da desregulamentação. As fronteiras temporais não têm a mesma aplicação nos continentes americano e europeu e mesmo em relação a este último notam-se pequenos desfasamentos diacrónicos conforme o país onde se pretenda fazer assentar essa periodização, mas esse trabalho tem a vantagem de reunir traços pertinentes em duas fases específicas da televisão. Partiremos, pois, dessas designações para pensar o caminho trilhado pela TV, cruzando a caracterização que delas é feita com contributos de outros investigadores que iluminaram zonas que ajudam a entender as razões pelas quais a comunicação televisiva, em certos momentos, adquiriu determinadas configurações.

Não é, porém, nosso propósito fazer aqui a história da televisão. A reconstituição muito genérica de um passado recente tem apenas como objectivo permitir um melhor entendimento do presente. Conhecer os sentidos que o pequeno ecrã construiu ao longo do tempo abre a possibilidade de, por um lado, discutir a emergência de novos significados que alguns teóricos têm vindo a acrescentar à TV generalista da actualidade e, por outro, descobrir nos segmentos da programação significados que sobrevivem na sombra, conferindo à comunicação televisiva uma certa orientação nem sempre visível para as audiências.

1.1. Da “*paleotelevisão*”

À televisão dos primeiros tempos Umberto Eco chama “*paleotelevisão*”, mas acerca dela pouco mais escreve para além das afirmações de que “*era feita para todos os espectadores, falava das inaugurações dos ministros e controlava as emissões de forma a que o povo apreendesse só coisas inocentes, mesmo à custa de mentiras*” (1993: 135). A referência é indubitavelmente a dos países europeus, onde a TV nasce enquanto serviço público com uma ligação estreita ao poder político, que mantém com ela uma proximidade tal que a torna permeável a permanentes manipulações. Nos primeiros tempos, a televisão na Europa é, acima de tudo, a voz do Estado, um cenário que difere substancialmente daquilo que acontecia nos Estados Unidos, onde a actividade televisiva dá os primeiros passos ligada ao sector privado⁸². Paralelamente ao retrato esboçado, talvez fosse pertinente apontar algumas das razões subjacentes ao tipo de comunicação que a televisão

⁸² Jay Blumler (1992: 7-14) aponta algumas características que distinguem o modelo que estrutura a televisão na Europa (vacionado para o serviço público) daquele que predomina nos Estados Unidos (orientado para o mercado): *cobertura abrangente* quer ao nível da programação, quer ao nível da difusão (fazer chegar conteúdos diversificados a todos os cidadãos); *pluralismo* (uma televisão de todos para todos); *vocação cultural* (transformar o pequeno ecrã numa extensão natural da identidade nacional, daí os franceses considerarem a sua TV pública como *la voix de la France*, os italianos chamarem-lhe *mamma* e os ingleses a terem baptizado como *auntie Beeb*); *relação específica com a política* (era o Estado que definia as regras de funcionamento do audiovisual e fixava o respectivo financiamento, impondo ao audiovisual uma grande dependência em relação ao sistema político).

mantém com a sua audiência. Aí, parece-nos fundamental a discussão de duas questões: conhecer as causas pelas quais na Europa o audiovisual nasce ligado ao poder político e analisar a forma como o Estado regulamentou e actuou face àquilo que instituiu como serviço público de televisão. Constituirão estes pontos outros caminhos. Também não será nosso objectivo fazer deles tema central da nossa reflexão, mas é ao passar por aí que se encontrarão referências que tornam inteligível o modelo de enunciação que a TV criou num dado período.

Foram mutações políticas, económicas, sociais e culturais que se seguiram às duas grandes Guerras Mundiais que levaram a maior parte dos Estados europeus, mais atingidos pelos confrontos, a adoptar um novo papel a fim de contribuir para o fortalecimento das economias e para o estabelecimento dos equilíbrios sociais – missões que a sociedade não conseguia cumprir e que o livre funcionamento do mercado era incapaz de realizar (Lopes, 1999: 28). Foi, pois, no seio deste *Estado-Providência* que nasceu na Europa a força do serviço público de televisão. Procurando argumentos para o envolvimento que o Estado teve na actividade televisiva, nas formas de financiamento público e nas funções de utilidade pública da televisão, Giuseppe Richeri (1994: 46-47) aponta razões de “*ordem técnica*” (as frequências hertzianas eram um bem raro, sendo, por isso, necessária uma regulamentação criteriosa); de “*ordem política*” (entendia-se que num regime democrático a TV deveria promover a participação dos cidadãos na discussão de assuntos de interesse público); de “*ordem cultural*” (debilitados pela guerra, os europeus precisavam de meios que fossem uma resposta eficaz às necessidades informativas, formativas e de entretenimento dos cidadãos e que lhes devolvesse uma certa consciência de nacionalidade); de “*ordem jurídica*” (estabelecido constitucionalmente o direito de informar e de ser informado, entendia-se que um serviço público de televisão seria o melhor regime para cumprir esse preceito).

Ainda que teoricamente o serviço público de televisão (SPT) tivesse nascido como a expressão da actividade prestacional da Administração com o fim de promover o bem-estar dos cidadãos, a prática revelou-se diferente. Circunscrevendo-nos a Portugal, encontramos alguns trabalhos que assinalam uma actividade televisiva totalmente submetida ao discurso político do Governo. Centrando a sua tese de doutoramento na informação televisiva da RTP durante o Estado Novo, Francisco Rui Cádima (1996) traça o retrato de um SPT subjugado aos interesses políticos dominantes. Em artigos sobre o operador público português, Manuel Pinto nota que a RTP não tem tido a preocupação de motivar formas de participação dos cidadãos no seu seio (2003b: 34); Helena Sousa e Luís Santos também afirmam que “*servir o público nunca fez parte das preocupações nucleares deste serviço público*” (2003: 55). Alargando as suas considerações aos países onde houve monopólio do serviço público de televisão, Joaquim Fidalgo (2003: 14) afirma que “*o SPT acabou por desempenhar um papel importante no contexto de afirmação dos Estados-Nação, funcionando como elemento unificador em termos políticos, linguísticos e culturais*”.

Estes breves apontamentos fazem-nos perceber que, em tempo de monopólio, a televisão dependeu do enunciador-Estado, que encontrou num contexto de época legitimidade para fixar os principais contornos da enunciação televisiva. É também para ele que devemos olhar para pensar a lógica da comunicação televisiva de então. São estas notas que faltam a Eco, que, no artigo citado, opta por não sair do nível da semiótica da enunciação, onde faz assentar grande parte da sua argumentação, criando, desse modo, um desenho com traços pouco nítidos.

Tomando a televisão da era do monopólio como um todo, Umberto Eco ignora igualmente as diferentes tonalidades dos primeiros anos da actividade televisiva, evidenciadas, no entanto, por outros estudiosos. Se o propósito era explorar a enunciação televisiva, exigir-se-ia uma maior atenção aos sujeitos responsáveis por aquilo que se diz ou mostra através do pequeno ecrã. Não só àqueles que nele aparecem, mas (sobretudo) àqueles que se mantêm na penumbra, mas que constituem elementos-chave desse processo. Falamos das pessoas que controlam a actividade televisiva e daquelas a quem esse trabalho se destina⁸³. Se o *Estado* é o grande ausente das considerações que Eco faz acerca de uma comunicação televisiva tendenciosa, o mesmo se passa em relação aos actores que inicialmente tornaram possível a TV e que, nesses primeiros anos, fizeram dela uma janela aberta para um meio ainda imune a pressões políticas. Referimo-nos quer à chamada “*televisão dos engenheiros*” em que as preocupações se focalizavam na capacidade para transmitir uma imagem a distância, descurando-se conseqüentemente qualquer apuração dos conteúdos; quer à “*televisão dos realizadores*”⁸⁴, preocupada em dar ao público programas de géneros diversificados e com uma duração impensável para os tempos que correm. A atenção a esta evolução permitirá compreender que a “*paleotelevisão*” seguiu, primeiramente, modos de comunicação que nasceram soltos de directrizes políticas, como demonstram, por exemplo, os trabalhos de Missika e Wolton (1983: 17-47) ou de Lochard e Boyer (1995: 22-27). No entanto, o retrato que esses investigadores traçam dos primeiros passos da televisão corresponde a um período (demasiado) curto. Cedo o poder político se apercebeu do poder deste novo meio de comunicação. E foi assim que, na Europa, a TV passou a ser controlada pelo Estado.

Situando a sua análise no meio televisivo ao nível da enunciação, François Jost (2001: 112) revela alguma preocupação relativamente ao esboço de um modelo de comunicação global para este período, contrariando a ideia daqueles que vêem a TV da era do monopólio, nomeadamente a dos primórdios, como

⁸³ Circunscrevendo-se aos textos audiovisuais, Gianfranco Bettetini (1996: 110) identifica cinco sujeitos activos no circuito enunciativo: o sujeito transmissor empírico (o produtor), o sujeito enunciador (fonte do discurso construído pelo próprio discurso), o sujeito do enunciado (actores que integram aquilo que é transmitido), o sujeito enunciatário (destinatário construído pelo discurso) e o sujeito receptor empírico (os telespectadores). Embora a sua referência seja a enunciação, ou seja, a própria realização do discurso, julgamos que falta aqui um sujeito fulcral, embora permaneça invisível no discurso: aquele que determina o que se pode dizer e mostrar, cabendo nessa categoria os detentores da propriedade da empresa mediática e os respectivos directores.

⁸⁴ A esta fase que a televisão atravessou na Europa corresponde nos Estados Unidos a “*era dos produtores*”.

a expressão de um poder vindo do alto. Detendo-se no percurso da televisão francesa, Jost sublinha de forma pertinente que, nos primeiros anos, as emissões televisivas construíram uma relação estreita com o telespectador, procurando neutralizar uma comunicação que, por natureza, era monodireccional. Situando-se nas décadas de 50 e 60, este investigador francês afirma que ninguém poderá ficar indiferente “*ao lugar ocupado, nos títulos dos programas, pela forma gramatical da segunda pessoa do singular*” (2001: 112). Com exemplos vários⁸⁵, propõe mostrar que, seja qual for o modo de enunciação adoptado pela TV para contar ou encenar a vida dos franceses desse tempo, há uma “*determinação em levar o espectador a crer que estava no centro do seu dispositivo*”, na medida em que grande parte das emissões fazem com que a audiência ocupe, através da imaginação, o lugar daqueles que estão dentro do ecrã (2001: 112). Em Portugal, há alguns sinais que, de certa forma, reconstituem um quadro similar, nomeadamente se as nossas referências forem as dos primeiros anos da RTP.

Dois anos após o início regular das suas emissões⁸⁶, a televisão pública portuguesa lançou um inquérito junto dos seus espectadores para lhes solicitar sugestões e auscultar os seus gostos. Dos 400 mil impressos distribuídos, a televisão pública recebeu 82.227 respostas, a maior parte das quais demonstrava grande preferência pelos programas de variedades (96%), de teatro (95%) e concursos (82%), seguindo-se os noticiários e a actualidade filmada, o que correspondia a gostos não muito afastados da oferta televisiva da altura (Teves, 1998: 104). Esta proximidade, porém, esvai-se em poucos anos. À semelhança do que se passava noutros países europeus, o poder político português rapidamente percebe o poder da comunicação televisiva, procurando, por diferentes caminhos (pela legislação, pela organização funcional e por atitudes informais), controlar tudo o que se relacionasse com a actividade televisiva. É a partir daqui que as anotações de Eco adquirem toda a validade.

Asseguradas a continuidade das emissões e a regularidade dos programas que integravam uma grelha, a televisão ganha outra visibilidade e, simultaneamente, fica sujeita a um controlo político mais ou menos apertado, conforme os países. Mais em Portugal do que em Inglaterra, por exemplo. Mas mais ou menos forte em Espanha, Itália ou Alemanha, onde os respectivos Governos ditatoriais faziam estender a sua influência a todos os campos sociais, meios de comunicação social incluídos. Os programas começam, então, a ser pensados segundo aquilo que o próprio operador ou quem o tutelava (o poder político) pensavam ser importante, prestando-se pouca atenção aos gostos do público. As visões do mundo eram aquelas que os dirigentes dos canais achavam mais apropriadas para as audiências. O que primava era a oferta, exposta com uma certa independência das leis do mercado. Como já sublinhámos, esta forma de actuação liga-se a um

⁸⁵ Os exemplos apresentados são os seguintes: *Ce que j'ai vu chez vous* (1954), *À vous de juger* (1953-1968), *Si c'était vous* (1957), *Si vous voulez savoir* (1961), *Voulez-vous jouer avec nous?* (1963).

⁸⁶ A escritura constitutiva da Radiotelevisão Portuguesa foi assinada a 15 de Dezembro de 1955. As primeiras emissões, que decorreram na Feira Popular de Lisboa, datam de Setembro de 1956. As emissões regulares datam de 7 de Março de 1957.

panorama audiovisual onde apenas constavam canais de serviço público, financiados e controlados por um Estado-Providência que sustentava os custos das estações televisivas e que se propunha promover o bem-estar dos cidadãos conforme aquilo que lhe parecia ser melhor (para a sua perpetuação no poder, poder-se-ia acrescentar). Instalava-se, desse modo, um modelo de comunicação paternalista, pedagógico e monodireccional com a audiência, que ou via aquilo que o programador lhe propunha ou, então, desligava o televisor. Seguindo a fórmula de Jean-Louis Missika e Dominique Wolton (1983: 128), os telespectadores constituíam-se como uma espécie de sala de aula, sendo os profissionais da televisão os mestres. Nessa comunicação rígida com o destinatário, o consumo era pré-definido, o que era intrínseco a uma relação de tipo vertical.

1.2. Da “neotelevisão”

A abertura do espectro televisivo ao sector privado veio alterar a essência da televisão. Umberto Eco vê aqui a transição daquilo a que chama a “*paleotelevisão*” (a TV do tempo do monopólio) para a “*neotelevisão*” (a TV da era da concorrência). Esta designação é retomada por vários teóricos, principalmente em Itália, com os trabalhos de Francesco Casetti e Roger Odin⁸⁷ (1990), de Sandra Cavicchioli e Isabella Pezzini (1993) ou de Maria Pia Pozzato (1995). Tendo revelado grande produtividade noutros estudos, a caracterização que Umberto Eco faz da televisão após o aparecimento da TV privada não constitui propriamente uma novidade. Nos anos 70, Raymond Williams, em *Television, Technology and Cultural Form*, tendo como referência não só a televisão britânica, mas (sobretudo) os canais norte-americanos, sublinhara já estratégias de realização e modos de apropriação da realidade que convertiam o pequeno ecrã num mundo que, aos olhos do telespectador, parecia existir independentemente daquilo que mediatizava. Há quase meio século, este sociólogo lembrava que a TV se convertia progressivamente no tópico das respectivas mensagens, tornando-se ela própria o acontecimento. Nessa auto-reflexividade promovida pelo pequeno ecrã, havia uma preocupação que se avolumaria com o passar do tempo: a de envolver o telespectador naquilo que era dado ver. Embora o seu enfoque seja mais o da Sociologia, muitas das anotações de Williams constituíram, de facto, uma referência para quem, em território europeu, fez a aproximação ao meio televisivo através da Semiótica.

⁸⁷ Francesco Casetti e Roger Odin retomam a designação de “*neotelevisão*”, preparando, a partir desse conceito, um número da revista “*Communications*” sobre as mutações da televisão que é publicado em 1990.

No capítulo “*A transparência perdida*”, Eco afirma que a característica principal da “*neotelevisão*” é “*falar cada vez menos (como a paleo-TV fazia ou fingia fazer) do mundo exterior*”, optando por “*falar de si própria e do contacto que está estabelecendo com o seu público*” (1993: 135). Justifica-se, assim, a exibição de todo um aparato tecnológico que, no passado, era escrupulosamente ocultado do olhar do público (microfones, câmaras de filmar⁸⁸, salas da redacção). Numa procura permanente das audiências, a “*neotelevisão*” pensa os seus enunciados (a oferta televisiva) em função dos sujeitos receptores empíricos (os gostos do público). Se “*a paleo-TV queria ser uma janela que da mais remota província mostrava o imenso mundo, a neo-TV*”, escreve Eco (1993: 129), “*aponta as câmaras sobre a província e mostra ao público de Piacenza a gente de Piacenza*”. Percebe-se, assim, a razão que leva a identificar a televisão desta fase com a seguinte máxima: “*Eu estou aqui, eu sou eu e eu sou tu*” (1993: 135). Faltou ao autor italiano explorar melhor a mudança subjacente ao trabalho daqueles que têm a responsabilidade de reter os acontecimentos em imagens. François Jost (2001: 77), por exemplo, completa esse não-dito ao reconhecer que a câmara deixou de constituir “*simplesmente um olho ao serviço de um pensamento que organiza o real*”, passando a ser “*o prolongamento daquele que não só testemunha o vivido pelo seu olhar, mas cuja identidade interfere na fabricação das imagens*”. Se houve uma alteração no modo de dar a ver certas realidades, houve igualmente uma modificação da forma como os vários profissionais da televisão encaram a sua actividade. Significa isso que as novas enunciações se realizam dentro do ecrã, mas grande parte das suas motivações está fora dele. Na autonomia que esses grupos profissionais vão conquistando, na formação mais qualificada que vão adquirindo, nos hábitos de vida que se vão transformando..., resultando de tudo isto um trabalho mais personalizado, mais dinâmico e mais diversificado.

Ao contrário da era do monopólio, em que a programação se circunscrevia a certos períodos do dia e da noite, em tempo de desregulamentação – com a multiplicação de canais que rivalizam uns com os outros na conquista de audiências – a grelha televisiva estende-se por largas horas. “*O apetite vem ao comer*”, diz Eco (1993: 151). Não assumindo um tom abertamente depreciativo em relação à “*neotelevisão*”, o investigador italiano não expõe um quadro particularmente eufórico. “*A irrealidade está ao alcance de todos*” (1993: 151), escreve quase no fim do artigo que lhe serve de base para retratar este período televisivo. Os exemplos dados centram-se em aspectos negativos: se reconhece que “*a ‘paleo-TV’ falava de modo depurado*”, lembra que “*um cómico ou um apresentador (...) dizem palavrões, falam com segundas intenções*”, concluindo que este “*é um dos poucos casos em que a ‘neo-TV’ diz a absoluta verdade*” (1993: 149).

⁸⁸ “*O facto inquietante*”, sublinha Eco (1993: 143), “*é que, se na televisão se vê uma telecâmara, é certo que não é aquela que está a filmar. Portanto, de cada vez que a telecâmara aparece, diz uma mentira*”.

Antes de sublinhar esta ou aquela crítica, pensamos ser útil ressaltar do artigo de Umberto Eco reflexões semióticas que ajudem a perceber melhor as marcas distintivas da “*neotelevisão*”. O autor deixa algumas referências quase em jeito de apontamentos em bloco de notas, que serão retomadas por outros investigadores com outra elaboração. Escreve Eco que, na era da desregulamentação, a comunicação televisiva assume como traço pertinente a *enunciação enunciada*. Se a TV da era do monopólio estava centrada no mundo exterior, preocupando-se, sobretudo, com os enunciados, o discurso televisivo que lhe sucedeu está voltado para dentro, fazendo emergir com grande visibilidade a instância enunciativa. As câmaras que focalizam outras câmaras, os microfones que se tornam propositadamente visíveis, as chamadas telefónicas em directo, o ritmo frenético que se impõe ao discurso, as imagens que se consomem noutras imagens... tudo isto está ao serviço de uma certa veracidade, já não do enunciado, mas da enunciação que se enuncia. Preocupando-se permanentemente em se conectar com o maior número de espectadores, a “*neotelevisão*” acentua essa dimensão sintáctica. Por outras palavras, o fluxo televisivo é preenchido por um conjunto de inserções de várias ordens (logótipos, bandas na parte inferior do ecrã, janelas no lado esquerdo, *spots* de autopromoções) que, por vezes, abafa as próprias emissões, na medida em que controla a dimensão semântica dos programas. Apoiados neste modo de construção social da realidade que julgam exacerbada quando se trata da televisão, muitos críticos defendem a impossibilidade de o audiovisual cumprir uma função informativa.

Não se pense, porém, que este modelo de televisão reflecte um mundo fechado sobre si mesmo. Nele, o quotidiano adquire uma importância que não teve outrora. À celebração de singulares cerimónias sociais que a “*paleotelevisão*” adoptava como um dos vectores estruturantes das suas emissões informativas e recreativas, sucede-se uma atenção particular às interacções rotineiras do cidadão comum. A sociabilidade adquire valor não nos traços cerimoniais, mas em pequenas histórias coloridas por uma certa banalidade, grande parte delas contadas na primeira pessoa. Negri, Signorelli e De Berti (1990) encontram nessa conjuntura aquilo a que chamam um “*quotidiano ritualizado*”, argumentando que “*o ritual pode fundar-se no hábito, pode construir-se na repetição*”. Seguindo esta perspectiva, conclui-se que a “*neotelevisão*” incorpora enunciados exteriores e restitui uma ordem televisiva a uma nova ritualidade saída do dia-a-dia de gente comum através da enunciação intrínseca ao audiovisual. Na verdade, o tempo, o espaço e as formas de interacção do dia-a-dia do telespectador encontram na TV o seu reflexo e o seu impulsionador. O pequeno ecrã torna-se uma espécie de amigo do público, acompanhando-o ao longo do dia, segundo os ritmos do quotidiano. Há as emissões da manhã, da hora do almoço, da tarde, da hora do jantar e da noite. Marcam-se, assim, encontros com as audiências que podem ser assimilados a interacções ritualizadas. Os espaços cénicos também reflectem os espaços exteriores, em tudo semelhantes à sala de estar ou ao café do seu bairro do telespectador.

Mais do que uma janela, os novos dispositivos televisivos pretendem ser um espelho para as audiências, sendo o quotidiano o principal referente da programação. Casetti e Odin (1990: 13) explicam que isso se desenvolve em duas dimensões: a temporal, na medida em que “*as emissões da neotelevisão se submetem ao ritmo da temporalidade quotidiana*”; e a espacial, pois aquilo que se vê no pequeno ecrã encontra a sua âncora na vida de todos os dias. “*A neotelevisão*”, sustentam (1990: 15), “*já não é uma instituição que se inscreve no prolongamento da escola ou da família, mas um espaço integrado no quotidiano*”. Para Casetti e Odin, a programação televisiva constitui-se hoje enquanto espaço de interação social no qual o enunciador (realizador, produtor ou apresentador) e o enunciatário (audiência) estão conscientes dos seus papéis e conhecem as regras e os fins que presidem a determinado “*encontro*”. Isso mesmo Erving Goffman (1993) já havia assinalado, quando estudou a actuação do indivíduo na vida quotidiana e falou do aspecto ritual da vida de todos os dias. Privilegiando a via semiótica, a teorização de Casetti acaba frequentemente por tocar em aspectos que promovem uma certa sinergia com enfoques de domínios sociológicos. Ao referir a televisão como espaço de convívio, de troca de sentidos, de obediência a certas regras de apresentação, Casetti mais parece falar da reatualização de formas de vida, da ampliação dos rituais quotidianos, da aprendizagem de modelos de comportamento, temas a que, por exemplo, a corrente do interaccionismo simbólico prestou particular atenção.

O cultivo de contínuos laços afectivos com o telespectador é outro dos traços deste modelo de TV que anseia captar uma audiência que o telecomando e a proliferação de novos canais tornam cada vez mais nómada ou flutuante. Segundo Casetti e Odin (1990: 12), “*o centro à volta do qual tudo gira já não é o apresentador (o porta-voz da instituição), mas o espectador na sua dupla identidade de telespectador e de convidado das emissões*”. O *talk show* e o *reality show* são os programas principais deste novo modelo onde o discurso institucional cede lugar ao discurso individual, tornando-se a televisão uma espécie de prolongamento das conversas interpessoais. Se o aparecimento da TV privada fixa indubitavelmente uma outra etapa na vida do audiovisual, há quem considere os novos formatos que apareceram nos anos 90 um marco a partir do qual as mudanças se tornam mais expressivas. François Jost (2001: 60) refere o facto de essas emissões terem feito desaparecer os especialistas, cedendo o seu lugar ao cidadão comum em cuja vida a televisão interfere. Mais do que mediador, o pequeno ecrã conquista um papel de actor, procurando permanentemente um poder sobre múltiplas realidades: dos convidados dos programas, dos factos noticiosos que mediatiza, dos acontecimentos que as suas câmaras acabam por provocar... Com base em vários trabalhos empíricos que incidiam sobre os *reality shows*, Dominique Mehl fala do audiovisual dominado pela “*palavra profana na cena pública*” (1996: 8), a partir da qual surgiu aquilo que designa como a “*televisão relacional*” (1996: 196). Aquele que está dentro do ecrã funcionaria como uma espécie de *alter-ego* do público televisivo. Emissor e receptor participam, deste modo, num narcisismo colectivo em que um faz reflectir no outro a sua própria imagem. Se o enunciador prevê um *spectator in scaena*, o enunciatário

reserva no espaço onde recebe as mensagens um lugar privilegiado para um interlocutor com o qual pensa manter uma prática dialógica. Essa ilusão é acentuada por várias estratégias. Por exemplo, por aquilo que Eliseo Véron (1983) designa como eixo Y-Y (*yeux-yeux*): ao olhar o telespectador olhos-nos-olhos, os actores televisivos, nomeadamente os apresentadores de emissões que se detêm no mundo referencial, falam mais *para* as audiências do que *com* os convidados que estão no *plateau*, instituindo com aquela “*comunidade invisível*” um contacto comunicativo implicativo. Nessa tecelagem conversacional, a figura ausente (audiências) torna-se mais importante do que os indivíduos presentes (convidados). A partir de um lugar objectivamente delimitado, constrói-se uma linha que prolonga até ao infinito o espaço onde se desenrola o programa, vista por muitos como um fio mais ilusório do que real. Rodríguez Ferrándiz (2001: 176), por exemplo, traça um retrato devastador deste modelo televisivo:

“É um fluxo asemântico de imagens que se harmoniza connosco só ao nível da estimulação epidérmica e pulsional, que nos convida a participar numa farsa de comunicação e de sociabilidade que, em todo o caso, se representa a si mesma e a nós como num espelho duplo, vertiginoso e claustrofóbico.”

Convém, no entanto, sermos cautelosos quando confrontados com afirmações que parecem retirar do centro da mensagem televisiva o sujeito enunciativo, nomeadamente o apresentador, para aí colocar a figura especular do sujeito enunciatário ou, por outras palavras, o cidadão comum, que representa o destinatário construído pelo discurso televisivo. Tal não significa o desvanecimento daqueles que apresentam um programa. Pelo contrário. Se com a abertura do espectro televisivo ao sector privado emergem outras lógicas de produção, delas também resultou a acentuada visibilidade dos apresentadores com um estatuto de vedeta que ultrapassa largamente a projecção pública dos convidados, reunindo um capital simbólico muito disputado pelas estações televisivas⁸⁹. Se essas figuras deixaram de ser vistas como o porta-voz da instituição que as emprega, passaram a congregar em si uma considerável consagração que tende, na opinião de Lochard e Boyer (1995: 31), a exacerbar-se com a corrida às audiências. Como bem sublinham Negri, Signorelli e De Berti (1990), “*não é por acaso que já não nos perguntamos que programa difundirá um canal, mas que emissão conduzirá determinado apresentador*”. Uma emissão não vale apenas pelos seus conteúdos, mas adquire um valor importante pelo apresentador escolhido. Tal como nas interações do quotidiano, também o telespectador cultiva uma relação mais próxima com o emissor em quem confia e em relação ao qual nutre um certo apreço. Daí que esta “*neotelevisão*” tenha feito surgir apresentadores cujas formas de comunicação se tornam cada vez mais privadas e banais. Eles estão do outro lado do ecrã, mas o telespectador percepção-os com a familiaridade adoptada com aqueles que bem conhece e com quem conversa na vida de todos os dias. Esses protagonistas das emissões televisivas acentuam a proximidade não apenas através do nível e do tom da linguagem verbal, mas também pela linguagem silenciosa que adoptam.

⁸⁹ Vários trabalhos de Dominique Pasquier e Chalvon-Demersey dão conta desta evolução da TV dos “*realizadores*” para a TV dominada pelos “*animadores*”. Cf. “*Les mises de sel: auteurs et scénaristes de télévision*”, “*Sociologie du Travail*”, XXXV 4/93, Dunod.

Habitualmente, lembra Edward T. Hall (1994: 20), “*o que as pessoas fazem é mais importante do que aquilo que dizem*”. Assim é em televisão. Ao olharem directamente para a câmara, os apresentadores procuram, nesse gesto que privilegia a emoção, estreitar o contacto com as audiências. É também cultivando uma relação emotiva que o telespectador se relaciona com o pequeno ecrã, construindo-se esta através daquilo que os dispositivos sensoriais apreendem e que a mente dos indivíduos elabora a partir dos dados retidos pelos sentidos. Este segundo processo poderá acontecer de forma não-consciente, à semelhança de certos indutores de emoção com os quais nos deparamos sem deles racionalizarmos a respectiva presença. Mais do que falar em apresentador, o termo mais adequado seria *mediador*. A ele pede-se, por um lado, que ligue os actores que constituem a cena televisiva; por outro, que seja um intermediário entre o ecrã e o telespectador, vivendo-se, assim, uma espécie de dramaturgia colectiva. Estas novas exigências requerem outras competências para aquele que assume a condução de um programa. Já não basta saber do que fala, há que ser capaz de operar essa mediação da forma mais natural e espontânea possíveis, não esquecendo que a respectiva presença pode implicar o cumprimento de vários contratos ou promessas de comunicação, como veremos mais à frente. Nessa relação de proximidade, o apresentador, para além de manter um contacto permanente com o telespectador, estabelece com aqueles que o vêem uma ligação didáctica, na medida em que a sua *performance* e a daqueles que ele coloca no ar orientam a acção e o conhecimento do mundo dos receptores. Todavia, isso não implica a ressurreição de modelos passados.

Ao fazer do convívio com a audiência o seu vector estruturante, a “*neotelevisão*” inviabiliza a ligação pedagógica de tipo unidireccional que a “*paleotelevisão*” mantinha com os telespectadores, instalando progressivamente uma relação de convivialidade, possível porque a relação passou a ser (pretensamente) bidireccional. Já não há um *eu* que fala para um *tu* como acontecia no regime pedagógico inaugurado pela TV da era do monopólio, mas um *nós* constituído por “*duas vontades convergentes que se exprimem como vontade comum*” (Negri *et al*, 1990). O que está dentro do ecrã assume o papel de duplo catódico do telespectador, tornando possível a crença de que a troca dos lugares é possível. O actor televisivo deixa de ser o herói que cada um aspirava para se tornar num ser igual ao telespectador que progressivamente vai assimilando a ideia de que cada um é herói não de um feito inacessível, mas de algo que possui: a sua própria vida.

1.3. Da “pós-neotelevisão”

São vários os investigadores que vêem nos novos *reality shows* o surgimento de uma outra fase na comunicação televisiva. Pela nossa parte, aceitamos as teses dos que apontam para uma reconfiguração do audiovisual, mas defendemos que não se trata de uma mudança substancial. Daí termos optado pela expressão “pós-neotelevisão” que herda parte do nome da fase anterior assim como dela recebe os principais traços.

No início do século XXI, Eliseo Veron (2001) veio acrescentar uma nova fase à dupla periodização proposta por Umberto Eco e retomada por Francesco Casetti e Roger Odin, dando outra leitura dos conceitos apresentados por esses investigadores. Apesar de não manifestar um desacordo relativamente às designações de “paleotelevisão” e de “neotelevisão”, Veron revela alguma cautela no que diz respeito às características que quer Eco quer Casetti e Odin lhes atribuem. Na sua perspectiva, a TV generalista foi, desde sempre, construída a partir do “*contacto*” que se dá através da relação do olhar, recusando, por isso, as visões de Eco que vê aí a singularidade da “*neo-TV*” e as de Casetti e Odin que associam à “*paleo-TV*” determinados “*contratos de comunicação*” como vectores distintivos. Para Eliseo Veron, o que permite diferenciar as etapas da televisão generalista “*são os interpretantes que caracterizam os contratos de comunicação*”. Assim, na fase inicial, o interpretante fundamental era fornecido por um “*contexto sócio-institucional extra televisivo*” que se identificava com o Estado-Nação, sendo o contrato de comunicação consubstanciado não pela transparência, mas pela metáfora da “*janela*”. Ao interpretante-nação correspondia, ao nível da recepção, um interpretante-cidadão que absorvia o que lhe era proposto pela grelha televisiva construída segundo uma lógica que escapava ao próprio *medium*. Na segunda fase, a televisão afasta-se do plano político, tornando-se a instituição ela própria o interpretante, resultando daqui uma visibilidade crescente das estratégias enunciativas: emergência de emissões do tipo *talk shows*, encurtamento dos programas... A passagem do século trouxe, na opinião de Eliseo Veron, um novo modo de encarar a enunciação televisiva. Aqui, o interpretante dominante consiste, na sua perspectiva, “*numa configuração complexa de colectivos definidos como exteriores à instituição televisão, atribuídos ao mundo não-mediatizado do destinatário*”, representando os novos “*reality shows*” (tipo *Big Brother*) os programas de base deste novo contexto de mudança de paradigma. Pela primeira vez na sua história, a TV integraria no ecrã o processo de mediatização do qual ela é a fonte e o principal actor, concedendo à realidade extra mediática quotidiana, na qual se movimentam os receptores, um espaço estratégico tão importante como aquele que se encontra dentro do pequeno ecrã. Nas palavras de Eliseo Veron, este tipo de programa “*coloca em cena uma semiótica do laço social quotidiano extra mediático*” através do qual se completa aquilo que o programador planeou. Nesta fase, a programação fica em aberto, dando-se aos telespectadores o poder de decidirem o desfecho dos programas. Veron pensa que esta será a última etapa da TV generalista.

Percorrendo outros caminhos, François Jost também vê no surgimento dos chamados “*programas da vida real*” a emergência de uma nova fase da televisão. A eles dedica um livro que intitula *L’Empire du Loft*, escrevendo aí que esse tipo de emissão “*aparece na convergência de três modos: o da autenticidade, aberto pelos reality shows; o ficcional das sitcoms; e o lúdico*” (Jost, 2002: 70). Detendo-se no *Loft Story*, o formato mais conhecido como *Big Brother*, o investigador toma-o como paradigma da “*transformação gradual de esquemas existentes, uma importação de procedimentos experimentados, uma vitrina da diversidade de programas*”. Em resumo: “*Loft é um catálogo de todos os sucessos televisivos da última década*” (2002: 105), mas com efeitos que nenhuma outra emissão havia alcançado. Afirmando que “*o programa é ele próprio a publicidade*”, Jost (2002: 130) vê nos novos códigos estruturantes desse formato o esbatimento da última fronteira que separava o campo publicitário dos programas televisivos. A sua posição marcadamente semiótica é influenciada pelas apreciações de natureza sociológica e cognitiva de Serge Tisseron, que, no ano anterior, havia publicado *L’Intimité Surexposée*. Nesse livro, o psicanalista (2001: 76) assinala a passagem para um novo período da história da intimidade. Para trás ficavam duas etapas distintas: a primeira, onde “*a individualidade e a interioridade apareceram como um luxo dos privilegiados enquanto a maioria tinha de seguir a exigência do grupo*”; e a segunda, onde se “*exaltou a individualidade de um grande número de pessoas*”. Actualmente, a intimidade situar-se-ia onde cada um quer que ela esteja. Poucos meses antes da publicação desse livro, a investigadora Dominique Mehl reafirmara-nos exactamente isso numa entrevista que publicámos na revista “*Jornalistas e Jornalismo*”⁹⁰ (2001). Seria este um outro modo de viver o dia-a-dia, mas essa alteração comportamental tem também profundas influências no modo como a televisão organiza a sua comunicação, certamente porque também houve a tal mudança de interpretante de que fala Veron, adquirindo o quotidiano extra mediático maior força. Se numa primeira época o Estado criava através do pequeno ecrã a janela por onde pretendia fazer olhar os telespectadores; se num segundo momento a televisão reorganizava a realidade com códigos que eram os seus, fazendo a audiência acreditar estar perante um espelho daquilo que era; actualmente seriam os próprios telespectadores a levar para dentro do ecrã aquilo que são e como a sua identidade é uma construção cada vez mais instável a televisão deixaria de controlar a sua própria enunciação.

Tisseron não persegue os caminhos semióticos de Veron, mas deixa igualmente pistas interessantes para quem pensa a televisão a partir de uma semiótica da significação. Diz-nos ele que, “*depois de ter sido vigiada pelo olhar do outro, depois de ter sido fixada na superfície dos espelhos e das fotografias, a representação do eu organiza-se à volta de referências não-visuais*” (2001: 96). Os espelhos continuam a existir e cada vez em maior número, mas as aparências que neles se reflectem já não são as principais vias onde cada um estrutura a sua identidade. Acompanhando os comportamentos dos participantes do *Loft*, o

⁹⁰ Confrontada com o que entende hoje por vida privada, a investigadora francesa afirmava o seguinte: “*Cada um deve definir o que reserva para si próprio, o que guarda no espaço privado e o que mostra aos outros através do debate público*”.

psicanalista afirma que há agora uma sensibilidade a uma dimensão da interioridade que escapa à visibilidade, situando-se ao nível da interpretação pessoal dos acontecimentos. Se, por um lado, se reconhece que “os participantes não podem esconder a sua aparência”, que é, aliás, exacerbada pela presença permanente de câmaras no local que os alberga, por outro percebe-se que esses concorrentes “dão mais importância à possibilidade de esconder as suas emoções e pensamentos” (Tisseron, 2001: 73). Com um dispositivo vocacionado para a *transparência* daquilo que acontece em determinado espaço, a essência desse formato falha no essencial: se ser conhecido é ter a ilusão de poder multiplicar os espelhos da sua identidade, cada um ordena a sua biografia pessoal a outro nível, situado para lá do visível e que este formato apenas consegue controlar uma vez por semana, quando a ilusão da imagem é substituída pela força da palavra com um programa especial que se aproxima de um *talk show*. Como sublinha Eva Aladro (2000), quando saem da *Casa*, os concorrentes do *Big Brother* são confrontados com uma entrevista para contarem o que aconteceu dentro de um espaço permanentemente vigiado por câmaras. Parecendo que tudo é transparente e a visibilidade é absoluta, os telespectadores não viram tudo. “Na realidade, não viram”, assegura a investigadora. Paralelamente ao jogo entre as imagens e palavras⁹¹, Aladro também partilha a opinião daqueles que tomam essas *novelas da vida real* como uma nova fase do audiovisual. A investigadora espanhola fala no “começo de uma televisão baseada na complexidade do ser humano”, constituindo-se este tipo de formato como um espaço que “proporciona novas possibilidades de discussão colectiva sobre as relações sociais”, nomeadamente sobre comportamentos aparentemente anódinos. Tal como acontece no quotidiano⁹². Para Eduardo Cintra Torres (2002), essa nova fase da televisão seria propícia a uma espécie de “ritos de passagem da sociedade do espectáculo”.

Esta mudança no modo como as pessoas se relacionam com o audiovisual implica a renovação dos códigos de enunciação televisiva. Que no início deste século ainda estarão por descobrir. Centrado no formato que analisa, Tisseron diz que “o dispositivo desta emissão encoraja a ilusão de tudo ver e tudo compreender numa espécie de confusão que mistura olhar e pensamento, de si próprio e do outro” (2001: 39). Centrando o seu trabalho no audiovisual, Gérard Imbert (2003) retoma este ponto de vista para sublinhar o regime de “hiper-visibilidade” que a TV instaurou na passagem para o século XXI e que é fundador de uma “hiper-realidade”. Não interessa compreender, importa, acima de tudo, ver. Ver em permanência. Ver o *in-visível*, o *inter-dictum*. É este o modelo do *Big Brother*, mas poder-se-ia aplicar a mesma constatação a outros géneros televisivos, nomeadamente aos programas de informação que multiplicam exaustivamente

⁹¹ Em torno das imagens das *novelas da vida real*, há uma interação contínua, incluindo-se nessa “conversa” os telespectadores, a quem são proporcionados múltiplos acessos de “diálogo”: televoto, mensagens de *email*, *chats*...

⁹² É também como uma metáfora da vida de todos os dias que Michel Maffesoli encara os novos *reality shows*. Todos nós existimos pelo e sob o olhar de alguém e é isso que estrutura os formatos tipo *Big Brother*. Referindo-se à versão francesa do *Grande Irmão*, o sociólogo defende que o programa “põe em cena a ‘perda’ do indivíduo racional numa entidade que o ultrapassa” (2003: 101). Na sua perspectiva, “o sufocamento suscitado pela partilha dos afectos e a obscenidade que isso induz são instrutivos. Eles lembram simplesmente que o ‘plural’ na natureza humana é uma realidade empírica de antiga memória” (2003: 102).

ângulos de visão, esquecendo que, mais do que mostrar múltiplas realidades, interessaria também explicar aquilo que se dá a ver. E essa tarefa não pode ser apenas cumprida pelas imagens. Há uma dimensão da inteligibilidade que cabe à palavra e que nenhuma imagem é capaz de substituir. Não significa isso que se ignorem as potencialidades da imagem. Nem faria sentido. Há até quem, através dela, trace a evolução da comunicação televisiva, como é o caso de François Jost. “*Da imagem-espírito dos anos 50 passa-se para a imagem-corpo dos nossos magazines da actualidade*”, escreve em *La Télévision du Quotidien* (2001: 74). Esta mudança mistura-se com outras de idêntica natureza: “*A câmara já não é um pássaro que desliza na superfície do mundo, mas um peixe que emerge no meio daqueles de quem capta a vida*” (2001: 74). Faltará aqui a referência a uma terceira etapa, apenas aludida na conclusão do livro, quando o autor enfatiza a actual necessidade (de quem produz e de quem vê televisão) de “*tocar o vivido*”. Na sua perspectiva, é aí que a imagem “*encontra o seu pleno valor de índice*”. No ano seguinte, no livro dedicado ao *Loft*, há outro espaço para falar num novo patamar da comunicação televisiva: aquele que é inaugurado por programas que misturam imagens reais e fictícias, que apagam as últimas fronteiras que (ainda) separavam os programas da publicidade. Será esta a última etapa da TV generalista? Não para François Jost, que fixa o ponto a partir do qual os raciocínios devem ser desenvolvidos (2002: 145-6):

“Para imaginar que programas serão os do futuro, é suficiente perguntar quais serão amanhã os anunciantes que pesarão mais (na grelha) e imaginar as fórmulas que se casariam melhor com o universo dos seus produtos e com as diferentes camadas industriais sobre as quais reinam.”

Mais do que a indicação de um vector estruturante da organização da televisão dos próximos tempos, François Jost, que nos habituámos a acompanhar na sua aproximação à comunicação televisiva por meio dos caminhos da semiótica, lembra aqui a impossibilidade de separar diferentes domínios de análise. Este não é, de facto, o primeiro momento em que sentimos que a Semiótica, a Sociologia, a Economia Política, entre outras disciplinas, não se revelam suficientes para, de forma isolada, reflectirem a complexidade da comunicação audiovisual, um meio com uma gramática idiossincrática, mas que se estrutura com componentes diversas, exteriores ao campo televisivo.

Dos trabalhos apontados ressalta a ideia de que, no início do século XXI, a enunciação televisiva é substancialmente diferente daquela que foi construída na segunda metade do século XX. Porque se alteraram os actores enunciadore, porque os actores enunciatários descobriram novas formas de identidade, porque há outros enunciados. Tudo isto configura uma nova semântica do discurso televisivo. No nosso caso, procuraremos analisar em que medida os programas de informação semanal dos canais generalistas reflectem, ou não, essas mudanças. Terão desaparecido todas as marcas da “*paleotelevisão*” que impunha à audiência uma comunicação vertical e paternalista? A TV terá sido conquistada pelo “*interpretante-telespectador*” ou manterá ainda espaços de autonomia que garantem o controlo em relação àquilo que mediatiza?

2. Modos de organização: a constituição de uma grelha televisiva nos canais generalistas

Ao contrário dos signos linguísticos que se formam e agrupam segundo regras bem definidas, as emissões televisivas apresentam um funcionamento que se torna cada vez mais complexo, mas em relação ao qual julgamos possível destacar elementos que condicionam a sua conjugação. Neste ponto, teremos como referência os canais generalistas que absorvem sobretudo os traços da “*neotelevisão*” e da “*pós-neotelevisão*”. Enveredando por uma abordagem de índole sintáctica – centrada, acima de tudo, nos processos que condicionam a articulação de constituintes de uma entidade mais global –, seria de esperar que partíssemos de pequenas unidades de significação, os programas. Não será esse o nosso caminho. A base a partir da qual desenvolveremos a nossa reflexão será a da programação, da qual procuraremos apurar a natureza e as regras fixadas nos micro-textos que a integram. Não pretendemos apresentar uma sintaxe exhaustiva do texto global televisivo, porque, como veremos, essa área da semiótica será aqui alvo de substanciais amputações. Interessa-nos, sobretudo, explorar os princípios básicos que regem a construção da oferta televisiva num contexto concorrencial, a fim de percebermos até que ponto aquilo que é dado a ver pode ser tributário de regras de funcionamento que se situam ao nível da estruturação do respectivo “*macrotexto*”.

Antes de nos determos na formação do segmento global da oferta televisiva, centrar-nos-emos no conceito de programação televisiva que cumpre várias funções: confere uma identidade aos canais, orienta os produtores de conteúdos, permite uma compreensão global da grelha, fornece mapas de referência às audiências.... Se, por um lado, exhibe um *continuum* de emissões, por outro, aperta a oferta televisiva numa determinada malha que confere a cada programa um sentido para lá daquilo que intrinsecamente significa. Referimo-nos a um conceito complexo que tem merecido a atenção de vários investigadores, principalmente depois do aparecimento das estações privadas, momento a partir do qual o audiovisual passou por alterações a todos os níveis: semântico, sintáctico e pragmático. Destacaremos neste ponto algumas das propostas teóricas que nos parecem significativas: as de Raymond Williams, de Cebrian Herreros, de Nora Riza, de Gonzalez Requena, de Jean-Pierre Esquenazi e as de Guy Lochard e Henri Boyer.

Analisado o conceito de programação, exploraremos as regras de formação que determinam a organização das proposições ou, por outras palavras, das emissões televisivas, tendo como base os canais generalistas que emitem em sinal aberto. Referimo-nos, pois, ao trabalho inerente à construção de uma grelha. Quais os factores que a condicionam? Que critérios estão presentes na sua constituição? Quais as fases por que passa? Quais os elementos que a compõem? Procuraremos sublinhar alguns elementos que ajudem a responder a este tipo de questões, sublinhando desde já que se trata aqui de um texto aberto.

Nenhum programador segue estritamente as regras que havia adoptado anteriormente: porque os hábitos e os gostos do público se alteram; porque o Panorama Audiovisual está em permanente mutação; porque um canal deve renovar a sua oferta e, conseqüentemente, os seus métodos de trabalho. E porque, como veremos, uma grelha de programação é afectada por todas estas variáveis, tornando-se, por isso, difícil fixar um quadro de acção imutável. Todavia, há elementos que se constituem como referência e é, sobretudo, para eles que chamaremos a atenção.

2.1. O conceito de programação televisiva

No modelo televisivo a que Umberto Eco (1985) chamou “*paleotelevisão*”, o fluxo televisivo integrava um conjunto de programas, apresentando cada um deles um contrato de comunicação preciso, resultante de uma clara delimitação de conteúdos (informação, ficção, emissões culturais) e de uma divisão específica de públicos (programas para as crianças, para os aficionados do desporto automóvel, para os amantes da natureza...). As emissões eram definidas em função das três grandes finalidades comunicativas da actividade televisiva: distrair, informar e educar. Conseqüentemente, havia “*o momento do espectáculo, dedicado ao divertimento; o da informação ao longo do qual ficávamos a saber as notícias; e o de aprendizagem onde (nos) enriquecíamos*” (Negri *et al*, s/d). Estipulava-se, assim, um tempo específico para os públicos se divertirem, para se informarem e para se educarem. Os próprios nomes dos programas ajudavam o telespectador a operar essa diferenciação, orientando-o para consumos específicos. Ao contrário daquilo que se passa hoje, nessa altura uma emissão nunca era comprada/planeada para uma determinada franja horária. Produzia-se primeiro e procedia-se à sua inclusão na grelha depois. Neste contexto, há uma sintaxe mais fácil de delimitar. Cada emissão assumia um carácter distintivo, sem reunir em si regras de combinação. A frase que constituía circunscrevia-se a si própria, sem existir grande preocupação de remeter para contextos mais vastos. Esse contexto fechou-se com o surgimento de um panorama audiovisual onde operavam vários canais de televisão e que Eco designou como “*neotelevisão*” e que, no início do século XXI, evoluiu para aquilo que se pode considerar a “*pós-neotelevisão*”.

Os trabalhos de Raymond Williams constituem um marco pioneiro nos estudos académicos contemporâneos sobre a programação televisiva. Ao analisar pormenorizadamente a articulação das emissões informativas de vários canais britânicos e norte-americanos, este sociólogo fez notar a emergência de uma nova forma de comunicação televisiva que explicou no seu livro *Television, Technology and Cultural Form*, publicado em 1974. Segundo Williams, a organização da oferta televisiva não segue uma lógica estática, ou seja, uma mera distribuição e ordenação de programas descontínuos, mas um “*fluxo planificado*” (1975: 86-

96), assumindo-se o pequeno ecrã como uma ininterrupta sucessão de imagens pensada a um nível superior, o que caracteriza a radiodifusão como tecnologia e, simultaneamente, como forma cultural. A televisão deixa de valer pelos programas singulares que transmite para readquirir o seu valor através da soma de todos eles, ou seja, pelo contínuo fluxo de imagens e sons cuja lógica, na sua opinião, escapa ao telespectador. Isto significa que uma análise isolada dos programas sem ter em conta pelo menos a franja horária em que eles são transmitidos ver-se-á empobrecida. Ao optarmos por um estudo desse tipo, estaríamos ao nível daquilo que Williams denomina “*análise de médio alcance*” (estudo da estruturação de determinadas unidades programáticas do fluxo televisivo). Talvez possamos estranhar o tempo durante o qual esta investigação se desenvolveu, mas é preciso prestar atenção às coordenadas espaciais onde ela assentou. Raymond Williams centrou o seu estudo na realidade britânica e norte-americana, ou seja, num panorama audiovisual onde operavam vários canais: em Inglaterra o primeiro canal privado (ITV) surgiu em 1954 concorrendo com a BBC, cujas primeiras emissões se iniciaram a 2 de Novembro de 1936; nos EUA a televisão nasceu ligada ao sector privado, registando-se, de imediato, um número considerável de canais em concorrência aberta uns com os outros. Num quadro em que existem várias estações televisivas à procura de audiência, exige-se um cuidado acrescido com a oferta televisiva, o que não acontece quando existe somente um operador que detém a exclusividade da actividade televisiva. Por isso, em terreno europeu onde genericamente a TV surgiu como monopólio do sector público, os estudos à volta da programação apenas se desenvolveram com o advento das televisões privadas, fenómeno com alguma flexibilidade temporal consoante os países em causa. Num contexto audiovisual tido como concorrencial, a oferta televisiva absorve grande parte das preocupações de quem dirige um canal de TV e, conseqüentemente, a problematização deste conceito não pode ser ignorada pelos investigadores.

Em Itália, Nora Rizza (1990: 17-55), através de entrevistas com programadores italianos, procurou analisar os factores que subjazem à prática diária da construção de uma grelha, retomando o termo “*palimpsesto*” para falar da programação televisiva, definindo-o como a disposição sucessória de uma série de programas, num certo período temporal, segundo uma determinada lógica. Parece-nos uma recuperação conceptual bem conseguida. Tal como outrora os manuscritos em pergaminho eram tidos como material caro, também os programas televisivos implicam custos avultados. À semelhança dos copistas medievais que raspavam o pergaminho para nele escreverem de novo, também os programadores televisivos vão apagando da grelha alguns programas para nela introduzirem novas emissões. Tal como antigamente era possível fazer reaparecer em parte os primitivos caracteres, uma análise cuidadosa de uma grelha televisiva permite encontrar indícios daquilo que foram as opções tomadas noutras épocas. Rizza centra a sua análise no processo de construção da grelha, acreditando que dessa opção resultam elementos que dificilmente se tornariam visíveis se apenas se tivesse em conta a oferta televisiva que chega ao telespectador. Combinando informações técnicas do trabalho do programador com outras relacionadas com as rotinas de produção, a

autora conclui que a natureza do “*palimpsesto*” televisivo está condicionada por factores tão diversos como os recursos económicos da estação, a audiência prevista, a imagem e a identidade do canal, a oferta da concorrência, a possibilidade de produção ou a aquisição dos conteúdos. A sua função é maximizar a audiência, ou seja, organizar a programação de forma a que um programa se dirija a um determinado público (*target*) e o satisfaça. Perceber a sintaxe de um canal é, seguindo este ponto de vista, conhecer os elementos que a determinam e que se situam tanto no interior do dispositivo televisivo como naquilo que lhe é exterior. São eles que constituem as regras de combinação dos micro-elementos (as emissões) que dão corpo ao macrotexto televisivo (a grelha). Casetti e Odin juntam outros elementos que ajudam a perceber a organização da oferta televisiva num contexto de concorrência. Na sua perspectiva, a “*contaminação e o sincretismo*” são o princípio organizador de uma grelha em que a “*estrutura sintagmática tende para o fluxo contínuo*” (1990: 16-17). Os autores falam mesmo de programas *omnibus* onde cabem a informação, a ficção, o espectáculo, a publicidade, provocando a impressão de “*uma emissão proteiforme, mas única*”. Isso não implica a negação de programas com marcas distintivas. Pelo contrário. No entanto, essas emissões integram-se numa lógica de fluxo, caracterizando-se por uma “*hiper-fragmentação*” (Casetti *et al*, 1990: 18), que permite a integração de vários micro-segmentos. Esta evolução que se deu no modo de entender a programação não se deve apenas à multiplicação de canais de televisão. Não foram somente factores tecnológicos a causa das modificações ocorridas, mas também mutações económicas, políticas, sociais e culturais. A valorização de certas franjas horárias, por exemplo, não pode ser encarada apenas como uma iniciativa unidireccional do programador, mas deve ser lida à luz das modificações das formas de vida (emprego e lazer). Atendendo à disponibilidade que as pessoas têm para ver televisão, os programadores vão procurando otimizar as audiências disponíveis.

Em Espanha, Mariano Cebrian Herreros foi um dos primeiros académicos a estudar o fenómeno da programação, dedicando a esta problemática dois capítulos do seu livro *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*, editado pela primeira vez em 1978⁹³. Em *Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación* publicado duas décadas depois, Cebrian Herreros (1998: 429) afirma que “*a competitividade (entre as estações) levou ao desenvolvimento de estratégias tão complexas que se chega a falar de engenharia de programação*”. Por seu lado, Jesus González Requena (1995) encara a programação como um “*macrodiscurso*”, capaz de integrar no seu interior todos os sistemas semióticos, actualizados acústica e visualmente. Uma grelha televisiva seria uma unidade discursiva superior às unidades que contém, com a capacidade de submeter tudo o que alberga à sua lógica, procedendo não raras vezes à fragmentação de subunidades com alguma violência⁹⁴. A introdução do conceito de discurso no

⁹³ Os capítulos intitulam-se “*La especificidad de la continuidad programática*” e “*La programación como obra unitaria*”.

⁹⁴ Os filmes e as séries sofrem frequentemente cortes não previstos pelas respectivas filmagens para darem lugar a intervalos publicitários.

âmbito da programação permite, de acordo com Requena (1995: 27), não só “*descobrir em todo o processo de comunicação âmbitos de significação que escapam à consciência e vontade dos seus agentes*”, como também “*analisar em profundidade o papel estrutural desempenhado pela televisão na cultura de massas*”. Essa influência não resultaria apenas da actuação isolada de certos programas, saindo antes de um discurso de ordem superior, de efeitos psicológicos, ideológicos e sociais manifestos. Ao olhar uma grelha televisiva à luz de uma significação global e de uma lógica genérica de construção, ultrapassa-se a oferta em si, havendo uma implicação de todos os indivíduos afectados por ela, ou seja, os diversos públicos. Se, por um lado, a audiência se vê confrontada com informação que espartilha a grelha em emissões específicas (atenda-se, por exemplo, à programação anunciada pelos jornais e revistas especializadas; aos intervalos entre as emissões que pontuam o final de determinado programa; aos genéricos de abertura dos programas...), por outro lado, as pessoas servem-se frequentemente da expressão “*ver televisão*”, evidenciando, através dela, que entendem essa acção na sua generalidade.

Esta ideia de encarar a grelha como integradora de dois níveis aparentemente contraditórios – o da continuidade e o da fragmentação – é adoptada por outros teóricos. Em França, Jean-Pierre Esquenazi refere-se ao fluxo televisivo como a “*edificação de uma continuidade por hiper-fragmentação*” (1996: 63). Se se reconhece que cada programa impõe momentaneamente a sua velocidade, também se sublinha que cada fragmento da programação integra uma macrodiscursividade que garante a identidade do canal e que, por outro lado, assegura à televisão o papel de se constituir como “*uma instituição que regula o conjunto dos seus actos discursivos*” (1996: 28). A oferta televisiva como uma realidade composta por elementos específicos (os programas) inseridos num macrodiscurso global (a grelha) é uma perspectiva adoptada por vários teóricos. “*Um lugar de construção de um discurso global associando diferentes componentes*” é a definição que Guy Lochard e Henri Boyer (1995: 95) apresentam para a programação, sublinhando, no entanto, que esse não é o modo como o telespectador apreende a grelha televisiva, encarando-a, antes, como “*uma sucessão de enunciados autónomos, portadores de significações e valores independentes*” (1995: 97). A forma como se processa a recepção das mensagens televisivas não corresponde àquilo que se passa no momento da sua inserção numa grelha. A este nível, cada uma das emissões adquire o seu valor através das relações estabelecidas com os restantes componentes, formando um todo que se pretende equilibrado e, ao mesmo tempo, diversificado, dependendo essa diversidade da natureza (temática ou generalista) do canal.

Das propostas referidas, sai uma ideia de programação televisiva entendida em termos de “*macrodiscurso*”. Sublinhe-se que os investigadores apontados desenvolveram o seu trabalho tendo como referência um Panorama Audiovisual pluralista, composto por canais privados e de serviço público. Neste novo quadro, os programas deixaram de ser unidades autónomas para se converterem em fragmentos que adquirem o seu valor de acordo com a franja horária que ocupam e com o canal que integram. Enquanto na

“*paleo-TV*” as emissões estavam separadas umas das outras por sinais de pontuação que as isolavam, na “*neo-TV*” promovem-se marcas de conjunção que assinalam uma certa interdependência entre elas. Os programas já não são apresentados em sucessão, mas em sobreposição. Ao contrário daquilo que se passava em regime de monopólio, os conteúdos não cabem nos chamados géneros clássicos, surgindo conceitos que reflectem o esbatimento entre as fronteiras da informação e do entretenimento. A passagem do século exacerbou estas tendências, particularmente depois do aparecimento de *reality shows* tipo *Big Brother*. A partir daí, o audiovisual adquiriu novas configurações e, por isso, alguns investigadores falam de uma nova etapa na comunicação televisiva. Com novos sentidos e outros modos de organização.

A estreia do *Big Brother* e de programas similares trouxe para o pequeno ecrã um outro modo de composição de uma grelha televisiva. Integrando um conjunto de géneros televisivos até então com existência distinta (novela, concurso, *docu show*, *talk show*...), esse formato ocupa um segmento substancial da programação, na medida em que apresenta diferentes edições ao longo do dia, uma prerrogativa intrínseca aos noticiários e às transmissões desportivas. Todavia, vai mais além, constituindo-se como uma espécie de “*mini-grelha*” que serpenteia por toda a grelha. María Dolores Cáceres (2002) vê nesses distintos espaços designados pelo nome de *Big Brother* “*uma estratégia mediática que consiste em circunscrever o que o programa quer contar (o conteúdo) aos formatos pré-fixados para dar conta dele*”. Na sua perspectiva, “*não é a realidade que marca a estratégia comunicativa, mas uma estrutura prévia que impõe as suas exigências ao conteúdo*”. Este ponto de vista obriga a uma certa ponderação das teses daqueles que parecem querer devolver à instância de recepção todo o controlo da programação televisiva. É certo que este tipo de programas tem nos telespectadores um actante imprescindível para o seu desenvolvimento, mas o pólo mais importante desse processo continua a ser de quem decide a oferta televisiva de um canal. É a esse nível que se cria aquilo que María Dolores Cáceres diz ser “*uma realidade de segundo grau poderosa, diante da qual todas as demais devem render-se: a do próprio medium e das suas exigências*”. Hoje, mais do que no passado, a forma é criadora de conteúdo, estando agora concentrada naqueles que gerem os elementos constituintes de uma grelha de TV. Porque o enredo de cada *novela da vida real* também entra em programas no canal, há uma pontuação de estreita coordenação entre as emissões, submetendo-se, assim, parte da oferta televisiva à lógica destes novos *reality shows*.

Para além da criação de emissões próprias ou da incorporação em emissões existentes no canal de televisão, os novos *reality shows* promovem a convergência e a integração de diferentes sistemas de difusão, nomeadamente da Internet e do telefone. Tendo como referência o *Big Brother*, Mariano Cebrian Herreros (2004: 287) afirma o seguinte:

“(Esse formato) desaparecerá, mas permanecerá a sua inovação programadora, a sua estratégia integradora e convergente de canais. Virão novos temas e novos formatos, mas ficará o contributo de uma concepção televisiva nova que consiste em passar da ideia de um programa para a criação de uma diversidade de programas e canais, bem como para a criação de um vínculo com os outros media. (...) A inovação não diz respeito à técnica, mas à programação, aos conteúdos, que é o que realmente atrai a audiência.”

Em Portugal, evidenciam-se sinais disto no primeiro quinquénio do século XXI, período em que o horário nobre dos canais generalistas portugueses muda substancialmente, nomeadamente no sector privado. É certo que este segmento continua a abrir com o noticiário das 20h00, mas, a partir daí, há poucas semelhanças com a programação dos anos 90. O telejornal torna-se mais extenso, integrando no seu alinhamento géneros televisivos que, até então, configuravam emissões autónomas (debates, comentários políticos, grandes reportagens e entrevistas); os novos *reality shows* formam a tal *mini-grelha* que condicionava a restante franja nocturna; as novelas (portuguesas e brasileiras) são emitidas em bloco pela noite dentro; a informação semanal cede espaço a conteúdos de entretenimento que tendem a homogeneizar serões televisivos cada vez mais dilatados. Entre cada um destes momentos não há diferenças substanciais: se a informação se constrói com elementos fictícios⁹⁵, a ficção desenvolve-se com marcas visíveis do real. Essa diluição de fronteiras está dentro e fora do ecrã: também a vida pública se mistura com o espaço privado e a intimidade é exposta como se de um assunto social se tratasse, havendo, como já assinalámos, quem aponte um novo conceito: “*extimidade*” (Tisseron, 2001).

Convém, no entanto, ter alguma precaução ao adoptar incondicionalmente a ideia de que a televisão actual se constrói em termos de permanentes contaminações. Os trabalhos desenvolvidos por Daniel Dayan e Elihu Katz em torno daquilo a que chamam “*Media Events*” (*ME*), para além de fazerem periclitarem as teses daqueles que identificam a “*paleotelevisão*” com a era do monopólio e a “*neotelevisão*” com o tempo da desregulamentação televisiva, ressuscitam uma construção do macrotexto televisivo que poderíamos julgar ultrapassada. A sua investigação das cerimónias televisivas reactualiza um modelo televisivo que muitos consideravam ter desaparecido, mostrando que o fluxo que caracteriza a programação televisiva actual pode ser interrompido com emissões que criam diferentes lógicas de produção e de recepção. *A História em Directo: os acontecimentos mediáticos* (1999) é um livro através do qual Dayan e Katz desenham outros contornos para a televisão do fim do século XX, colocando simultaneamente em causa parte da teorização sobre a “*neo-TV*”. Sem negar a existência do fluxo, os investigadores têm o mérito de sublinhar, através de exemplos, a existência de acontecimentos com capacidade de o interromper, criando momentos com fronteiras de géneros que julgávamos esbatidas com o desaparecimento da “*paleotelevisão*”. Das suas análises a certos *ME*, resulta uma semiótica específica que evidencia algumas diferenças relativamente à oferta televisiva própria de uma grelha concebida como *fluxo*. Ao acompanharmos o estudo de Dayan e de Katz, verificamos que os *ME* colocam os conteúdos televisivos noutra patamar de produção e de recepção. A

⁹⁵ Charaudeau e Ghiglione (2000: 31) falam deste fenómeno através do termo “*realização*”, uma mistura de realidade e ficção.

nível sintáctico, promovem uma ruptura na rotina de programação, monopolizando espaços nobres da grelha; a nível semântico, fixam a “*grandiosidade de um acontecimento*” (1999: 25), pontuando novas etapas; a nível pragmático, a interrupção da sequência da televisão “*pára o curso normal do dia-a-dia*”, congregando diante do ecrã “*enormes audiências*”⁹⁶ (1999: 25-27).

Embora o trabalho de Dayan e de Katz obrigue a ponderar momentos particulares da programação televisiva, há que reconhecer que esses investigadores falam de acontecimentos especiais que introduzem uma espécie de excepção à regra. Tal como reafirmam vários trabalhos desenvolvidos em torno da programação, poderemos dizer que a enunciação televisiva se constrói sobretudo em termos de fluxo. Assim, qualquer análise que tome as emissões como objecto de estudo exige a ponderação da estrutura global da grelha ou, pelo menos, da lógica de construção que lhe está subjacente. Não é por acaso que uma estação de televisão, assim como um jornal ou uma rádio, têm uma linha editorial. É ela que assegura uma certa coesão da oferta dos conteúdos e uma determinada orientação ao nível da recepção. É também através dela que se implanta a identidade de uma empresa mediática. Ainda que a nossa atenção se concentre num determinado tipo de programação (a informação semanal), iremos, no desenvolvimento do estudo empírico, prestar particular atenção aos traços que caracterizam o macrodiscurso que constitui uma grelha televisiva.

Apreendidas a complexidade do conceito de programação e a forma como a televisão com ele se relacionou no regime de monopólio e no tempo posterior à desregulamentação, detemo-nos agora em alguns dos elementos que intervêm na construção desse macrodiscurso. A nossa referência continuará a ser os canais generalistas que operam em sinal aberto num panorama audiovisual onde coabitam os sectores público e privado.

⁹⁶ É essa possibilidade de contágio através das imagens televisivas que ajuda a legitimar a capacidade que a televisão tem em fazer partilhar aquilo que transmite por parte de um colectivo. É certo que a integração defendida por Dayan e Katz reúne alguns traços pré-modernos (a ideia de comunhão, a apologia da cerimónia, a defesa da magia doméstica), mas importa também não esquecer que esse estudo realça o poder do emissor, neste caso da televisão, para fazer ver realidades que um olhar singular não pode reter, ao contrário das câmaras de TV, que reúnem, em imagens sucessivas, múltiplos campos de visão.

2.2. Factores implicados na delimitação de uma grelha televisiva

É através da oferta ordenada numa grelha televisiva que se exprime a idiosincrasia de um canal. Todavia, os programas e a programação constroem de modo diverso a identidade de uma estação de TV. Jost e Leblanc (1994: 37) sublinham a diferença: “*Enquanto os primeiros propõem ao público diversos conteúdos ou formas identificáveis com os géneros, a segunda impõe-lhe que os receba a horas do dia e a momentos precisos da semana*”. É curioso o facto de a lei impor às estações públicas e privadas algumas obrigações ao nível dos programas, mas ser omissa quanto à composição de uma grelha. Nessa tarefa de engenharia, que é a dos programadores, os responsáveis pela oferta televisiva têm uma ampla margem de manobra legal. O que não lhes retira a exigência de múltiplos conhecimentos. Convocando meios de natureza diversificada (financeiros, técnicos, artísticos...) e o “saber-fazer” de um colectivo de pessoas, a construção de uma grelha é um trabalho complexo. Àqueles que nela estão envolvidos exige-se o domínio de variados campos sociais e o acompanhamento de diversificados estudos quantitativos e qualitativos relacionados com o público receptor (medição das audiências, estudos das atitudes, índices de apreciação, análise das motivações, registo das reacções imediatas, estudo dos estilos de vida...). Alguns dos critérios a ter em conta na construção de uma grelha televisiva comercial são idênticos àqueles a adoptar numa estação pública, já que ambas dispõem de bens escassos: as audiências televisivas que urge captar e os recursos económicos que convém não desperdiçar.

Numa tentativa de delimitar algumas linhas de actuação dos responsáveis pela programação televisiva, seguimos aqui a proposta de José Ángel Cortès (1999), que estabelece como ponto de partida para esse trabalho o que chama a “*filosofia de programação*” e a “*linha editorial*” a respeitar pela grelha. Esta etapa será a base a partir da qual se desenvolvem as “*estratégias*” e as “*táticas*”, ou seja, as formas e os modos de actuação. As duas primeiras correspondem a um grau mais teórico, as duas últimas assumem uma componente mais prática.

Criar uma “*filosofia da programação*” significa delimitar “*a actividade da empresa, os seus fins, os meios com que conta e o espírito dos seus accionistas, as suas expectativas e os prazos marcados para alcançá-los*” (Cortès, 1999: 95-96). A partir daqui, torna-se possível estabelecer uma “*linha editorial*”, através da qual se estabelece uma oferta mais pormenorizada. Enquanto a “*filosofia da programação*” fixa os aspectos que consolidam o projecto, a “*linha editorial*” determina os critérios a seguir. Ainda que esse processo se construa através de traços distintivos que asseguram a idiosincrasia do operador, não se pense que se trata de uma actividade isolada. Nesta fase, emerge uma plêiade de questões que obriga os responsáveis por uma grelha televisiva a atender a uma multiplicidade de variáveis: a factores internos (potencialidades e limitações do canal) e externos (normas legais que orientam a actividade televisiva, moral

vigente numa sociedade, nível económico do país...); a elementos situados a montante (mercado de produção de conteúdos...) e a jusante da programação (conhecimento daquilo que se passa ao nível da recepção). Este complexo trabalho desenvolve-se tendo subjacentes dois conceitos-chave: as *audiências* e os *recursos financeiros*.

Eric Macé (2000) encara o trabalho de programação televisiva como uma “*arte*”⁹⁷ que se desenvolve em duas dimensões. A primeira é a dimensão temporal da grelha que, na sua perspectiva, deve ser ajustada ao “*metabolismo sócio-temporal dos indivíduos segundo a sua idade, sexo, actividade e local de residência*”. Independentemente da especificidade que um projecto possa reunir, qualquer canal ambiciona, nos dias de hoje, promover “*encontros*” (Lochard e Boyer, 1995: 95) com aquele que se convencionou ser o seu público, criando, para isso, emissões diárias fixas e programas semanais diferentes em cada dia. Por outras palavras: mistura-se uma grelha horizontal com uma grelha vertical. Para que esses encontros se tornem possíveis, é necessário que a oferta se adapte aos ritmos da audiência para a qual foi pensada⁹⁸. Tomando como fio condutor o público disponível, a programação submete-se aos ritmos fisiológicos, psicológicos e sociais dos respectivos telespectadores. Como cada país tem o seu ritmo, a oferta televisiva acaba por reflectir os modos de vida da sociedade onde está integrada. Trata-se, acima de tudo, de uma relação de espelho para ambas as partes. Isso significa que os sinais que pontuam a oferta televisiva não devem ser procurados apenas no seu interior. Nesta relação dicotómica entre a televisão e a sociedade, o meio televisivo não só desenvolve uma programação em harmonia com o tempo social dos indivíduos como também contribui para recriar o ritmo diário dos telespectadores, como lembra Bustamante (1999: 94). James Lull (*apud* Lacalle, 2001: 36) designa essa prática como “*usos reguladores*”⁹⁹, ou seja, como atitudes que reconhecem na TV um espelho modelar do quotidiano. A segunda dimensão a que se refere Macé é de cariz cultural, devendo o pequeno ecrã reflectir os gostos das classes que maioritariamente constituem o seu público. De acordo com Macé, “*a lógica da programação da TV reenvia para a questão do ‘popular’ contemporâneo e para o papel da televisão como mediação entre esta experiência social e o mundo social e culturalmente construído*”. O que comanda a programação televisiva é o que aparece como comum, legítimo e aceitável pela maioria das pessoas num determinado momento. Certos programas são colocados na grelha pensando-se que são capazes de, por si, fazer permanecer a audiência fiel ao canal. São as emissões-chave que, numa estação generalista, devem

⁹⁷ Comungando do mesmo ponto de vista quanto ao trabalho do programador, Guy Lochard e Henri Boyer (1995: 95) preferem falar não de arte, mas de “*técnica de planificação*”.

⁹⁸ De nada serve, por exemplo, apresentar uma programação infantil num horário em que as crianças não estejam disponíveis para a ver.

⁹⁹ No que concerne ao comportamento das audiências televisivas, James Lull distingue “*usos estruturais do texto*” dos “*usos de relação*”. Os primeiros compreendem os “*usos ambientais*” (quando a televisão se circunscreve a um barulho de fundo ou a fazer companhia a quem a vê) e os “*usos reguladores*” (quando a televisão ajuda a estruturar os ritmos diários). Os segundos integram os “*usos sociais práticos*”, ou seja, facilitam a comunicação com o ambiente social, contribuindo para a criação de sentimentos de pertença ou de exclusão.

corresponder àquilo a que os americanos chamam *less objectionable program*, ou seja, a produtos passíveis de reunir uma baixa objecção do público. Daí que a oferta televisiva não deva ser nem muito progressista, nem demasiado conservadora. Segundo Macé, será “*fundamentalmente conformista*”, mas sempre em consonância com os ritmos sociais das audiências.

Para lá dos ritmos e da natureza da oferta televisiva, o sucesso de uma grelha é tributário do tipo de programação das estações concorrentes. Convém, portanto, definir o tipo de relacionamento que um canal desenvolverá com os seus congéneres ao nível da programação. Tendo apenas em conta os canais de serviço público, Yves Achille (1994) criou uma tipologia de orientação das respectivas grelhas, que poderá ser estendida aos operadores privados e que compreende as seguintes categorias:

- *Imobilismo*: adoptada quando os canais não têm meios para se confrontar com os seus congéneres ou quando a concorrência não exige uma mudança de estratégia¹⁰⁰.
- *Confronto*: utilizada quando um canal concorre directamente com outro, batendo-se por ultrapassá-lo no seu próprio terreno¹⁰¹.
- *Oposição*: pressupõe a delimitação específica da oferta televisiva, devendo, porém, evitar-se a construção de uma grelha de minorias, quando está em causa uma estação de natureza generalista¹⁰².
- *Identificação*: traduz-se numa cópia dos modelos dos outros canais¹⁰³.

Não pensamos que a oferta televisiva de determinado canal adopte cada um destes modelos de forma pura. Em diferentes momentos do dia, um programador pode optar por um confronto directo, aconselhável quando se está convicto de que a respectiva oferta é melhor do que a da estação rival; pela coexistência complementar, em que cada programa procura captar públicos distintos que convivem sem dificuldade; ou pela busca de alternativas, evitando conflitos em termos de captação de *targets*.

A engenharia de programação que se desenvolve em busca de audiências legitima-se pela necessidade de capitalizar recursos financeiros (publicidade, patrocínios, indemnizações compensatórias no caso da TV pública...). Na verdade, os números constituem um elemento não-despiciendo em televisão, quer ela seja privada ou de serviço público. Números que contabilizam espectadores, programas e, sobretudo, a disponibilidade financeira, já que é a partir dela que se gerem os recursos para a construção de uma grelha. Giuseppe Richen (1991: 38) encara este último elemento como o critério mais importante no trabalho do programador. A necessidade acrescida de conteúdos, resultante do alargamento do número de estações e das horas de emissão, exige cuidadosos métodos de produção que não deixam grande margem de manobra aos

¹⁰⁰ Esta opção é ditada a maior parte das vezes por restrições financeiras.

¹⁰¹ Este será um caminho que um operador público não deve trilhar devido a ser apoiado por subvenções estatais.

¹⁰² Esta será a possibilidade mais razoável a desenvolver por um programador de um canal público.

¹⁰³ Sendo uma conduta a evitar, há que a relativizar quando estiverem em causa programas de qualidade e de interesse público.

criadores. Nesta economia de mercado, os formatos adquirem uma importância acrescida. Porque os custos de produção são cada vez mais elevados, a emissão de conteúdos já testados noutros países garante alguma segurança aos programadores que recorrem cada vez mais aos mercados internacionais do audiovisual não só para vender os seus produtos, mas sobretudo para adquirir ideias desenvolvidas noutras estações estrangeiras. Mais do que a qualidade da emissão, interessa criar um produto rentável, que agrade aos telespectadores. Impõe-se progressivamente aquilo a que Dominique Mehl, num artigo publicado na revista “*Sociologie du Travail*”, chamou a “*ideologia da programação*”. Entra-se, assim, na “*era do marketing*” (Lochard, 1995: 27-29), transformando-se os programas em produtos que são vendidos aos anunciantes pelo preço do número de telespectadores que consome determinada emissão (Bustamante, 1999). A publicidade assume-se, principalmente no sector privado de TV, como um importante sustentáculo financeiro de estações que são, acima de tudo, empresas que visam o lucro. Tal significa que os programas devem ser pensados não só tendo em conta o seu potencial para reunir o mais alto índice de audiências, mas também em função do grau concorrencial com a oferta dos canais rivais. Daí que a sedução se tenha tornado o *leitmotiv* de todas as emissões, tal como acontece em muitas outras manifestações sociais/culturais¹⁰⁴.

Fixadas a filosofia e a linha editorial da programação, o trabalho do programador entra numa fase mais prática. É aqui que se desenham as “*estratégias*” (modo de actuação) e as “*táticas*” (formas de concretização) que são alvo de condicionamentos diversos: da imagem do canal; da oferta da concorrência; da posição no mercado (audiências e publicidade); da disponibilidade financeira; dos custos das emissões; dos programas disponíveis (contratos, produtos adquiridos...); das diferentes possibilidades de produção¹⁰⁵; da natureza de determinado material¹⁰⁶; da análise do rendimento dos programas análogos que já passaram em antena... Tudo isto deve ser ponderado, depois de terem sido acordadas respostas a algumas questões. Por exemplo: a que aspiramos? (luta pela liderança, pelo equilíbrio das contas...); qual a nossa expectativa de audiência? (*share*); a que público queremos dirigir-nos? (ao grande público, a *targets* específicos...).

Na verdade, não é fácil reunir grandes audiências à volta de um programa, sendo ainda mais difícil conseguir que os telespectadores prestem atenção àquilo que é transmitido. A audimetria nada diz sobre o grau de satisfação proporcionado por um programa televisivo, nem acerca das actividades desenvolvidas paralelamente ao acto de ver televisão, nem tão-pouco sobre os modos de interpretação e de discussão do conteúdo dos programas. Sabe-se, no entanto, que os telespectadores constituem um “*mau público*”, uma

¹⁰⁴ Segundo Lipovetsky (1983: 17-27), a sedução espalha-se em todas as manifestações sociais, desde a linguagem (“*Já não há surdos, cegos, coxos; estamos no tempo dos que ouvem mal, dos invisuais; as criadas são empregadas domésticas; os proletários, parceiros sociais; o aborto, uma interrupção voluntária da gravidez*”) até ao consumo (“*com a ultra-simplificação das opções que a abundância torna possível*”).

¹⁰⁵ Um programa pode ter uma produção própria, uma produção externa ou uma produção independente.

¹⁰⁶ Um produto televisivo pode ser perecível, não-perecível ou reciclável. Há, pois, que diferenciar os chamados *programas de fluxo* (produtos que apenas podem ser difundidos uma vez, como os telejornais) dos chamados *programas de stock* (produtos criados com alguma antecedência à sua difusão e que podem ser retransmitidos).

qualificação que Eric Macé (2000) argumenta com os seguintes epítetos: “*É distraído, distante, lunático, apaixonado, indiferente e inscrito num contexto doméstico, conjugal e familiar complexo que interfere permanentemente com os programas televisivos*”. Independentemente do modelo de grelha escolhido, o fim de qualquer programador é estabelecer uma relação fiel com o telespectador. Por isso, cada programa deve ser pensado tendo em conta vários tipos de valor (Cortès, 1999: 115):

- *Intrínseco*;
- *Posicional*: estabelecer uma determinada relação com o programa que o antecede ou lhe sucede;
- *Estratégico ou de contraste*: resulta do confronto com os programas emitidos no mesmo horário nos canais rivais;
- *Económico*: a optimização dos custos por franjas horárias¹⁰⁷.

Referimo-nos, neste contexto, ao trabalho inerente à preparação da oferta televisiva, sendo possível pormenorizar mais as estratégias e as táticas de um programador em função de quatro vectores: a *estrutura da grelha*, a *localização dos programas*, a *natureza dos formatos* e o *tipo de caracteres* (Cortès, 1999: 219-255).

No que diz respeito à *estrutura da grelha*, os responsáveis pela programação podem adoptar as seguintes estratégias, delineando a partir delas táticas diversas:

- *Stunting*: caracteriza-se por mudanças frequentes, normalmente feitas à última hora com o objectivo de ultrapassar as audiências da concorrência. As táticas podem ir desde a inclusão de filmes de grande sucesso de bilheteira até à substituição de programas isolados por séries de popularidade testada ou à criação de um novo formato.
- *Stripping*¹⁰⁸: consiste em programar diariamente o mesmo produto, procurando-se, assim, assegurar a fidelização da audiência. Esta estratégia é muito comum no período do *day time*, havendo, no entanto, o perigo de esgotar rapidamente uma série.
- *Checkerboarding*¹⁰⁹: é uma estratégia idêntica à anterior, diferenciando-se pelo facto de se programarem para cada dia emissões de séries diferentes dirigidas ao mesmo *target*. É uma estratégia própria da programação horizontal, adoptada em horário nobre durante os dias úteis da semana, estando generalizada a ideia de que nessa franja o espectador médio procura diariamente uma certa variedade.

¹⁰⁷ Daí que em franjas com uma audiência potencial mais reduzida, como a do *day time*, se aposte numa construção horizontal da grelha: emite-se diariamente à mesma hora o mesmo tipo de programa. Para além de fidelizar mais facilmente os telespectadores, o trabalho de pré-produção e de produção é facilitado.

¹⁰⁸ Este termo procede das tradicionais historietas cómicas dos jornais onde, em várias vinhetas, se desenrola horizontalmente uma história. Os anglo-saxónicos chamam a essas tiras *comic strips*.

¹⁰⁹ Este termo refere-se a um jogo num tabuleiro de damas onde se joga horizontalmente ora em quadrados brancos ora em quadrados pretos. Muda-se a cor, permanece a configuração.

Em termos de *localização dos programas* na grelha, há designações específicas para os diferentes modos de actuar que podem ser concretizados nas seguintes estratégias:

- *Blocking*: cria-se um bloco com dois programas similares, vocacionados para o mesmo *target*, com o fim de rentabilizar a audiência de ambos¹¹⁰.
- *Lead-in*: aplica-se aos chamados *programas de acesso* (emissões que abrem franjas horárias), cujas audiências se pretendem transferir para o programa seguinte. Uma das táticas é a de se programarem *comédias de situação*, já que são de curta duração e de amplo *target*.
- *Hammock*¹¹¹: coloca-se um programa no meio de outros bastante populares, ancorando-o, assim, a emissões de confirmada eficácia.
- *Tent Poling*¹¹²: é uma estratégia parecida com a anterior, mas aqui é o produto de eficácia já testada que se desloca para o meio de outros mais débeis em termos de popularidade. É a sua força que condicionará a implantação daqueles que se pretendem “segurar”.
- *Duplex*: programam-se dois episódios sucessivos da mesma série, sendo isso aconselhável com programas de audiência garantida.
- *Bridging*: antecipa-se o começo de uma emissão para uns minutos antes do horário do programa dos canais da concorrência.
- *Terra por descobrir*: é a exploração de certas franjas abandonadas pelos canais concorrentes.

As *estratégias de formato* relacionam-se com o conteúdo/formato do programa, podendo ser:

- *Special*: são emissões únicas, programadas para datas/eventos especiais¹¹³ que podem ter resultados surpreendentes que ultrapassam o registo do dia, impondo uma certa imagem à estação que as transmite.
- *Blockbuster*: são programas que congregam o grande público. Exemplo: películas de grande sucesso de bilheteira.
- *Long Form*: integram programas de longa duração dirigidos ao grande público que, num momento ou outro, é agarrado por este tipo de emissão.
- *Loss leader*: procede-se a uma planificação que é pouco condicionada pelo *share* a alcançar.
- *Warehousing*: implica a compra dos direitos de programas, sem haver ainda um espaço na grelha para essas emissões.
- *Clipping*: procura-se criar uma certa conexão entre os programas para evitar a perda de audiência inerente ao fim de uma emissão, ora fazendo eclipsar os genéricos e as fichas técnicas para contrariar o *zapping*, ora aproveitando esses espaços para autopromoções dos programas subsequentes¹¹⁴.
- *Praça-forte*: liga-se a franjas horárias bem implantadas em termos de audiência, sendo inúteis os esforços da concorrência para neutralizar essa popularidade.

¹¹⁰ Não se deve confundir este bloco de programas diferenciados com os chamados *programas-contentores*.

¹¹¹ Esta estratégia também é conhecida pelo nome de *sandwich programming*.

¹¹² Este termo refere-se ao mastro central onde se apoiam os paus de uma tenda.

¹¹³ Cf. trabalho de E. Katz e D. Dayan (1999) *A História em Directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra: Minerva.

¹¹⁴ Este modelo de conexão entre os programas, importado dos EUA, crê ser melhor fazer intervalos publicitários no interior das emissões do que no final desses programas.

As *estratégias de caracteres* dizem respeito aos actores responsáveis das emissões, repartindo-se entre:

- *Crossover*: transferem-se rostos que se tornaram populares em determinado programa para outro que necessita de algum reforço.
- *Spinoff*: aplica-se à ficção, quando, por exemplo, se entrega o protagonismo de uma série a uma personagem secundária de uma outra, mas que congregou grande simpatia junto do público.
- *Golpe baixo*: parodiam-se rostos ou programas da concorrência. Para isso, realizam-se paródias desse programa ou de algumas das suas personagens¹¹⁵.
- *Mudança de canal*: contratam-se os profissionais mais populares dos canais concorrentes.

Porque uma grelha de programação se desenrola num tempo e espaço sociais específicos, estas duas coordenadas constituem parte integrante do trabalho do programador para quem a *estação do ano*, a *semana* e o *dia* são três elementos temporais fulcrais em qualquer grelha. Em televisão, o ano é repartido em temporadas, sendo a mais importante a que se inicia em Setembro, altura a partir da qual os telespectadores têm mais disponibilidade para ver TV. Os meses de Dezembro e de Janeiro, para além de serem um tempo de alto consumo televisivo, são também alturas propícias para se fazerem alterações, nomeadamente em emissões que se revelaram um *flop* em termos audimétricos. Todavia, uma grelha de programação é pensada em função da semana. É a partir de uma construção que atende aos sete dias que se avalia a homogeneidade das franjas das quais devem sair um equilíbrio e um ritmo capazes de federar audiências. É através da oferta semanal que se torna possível esboçar um retrato das grelha aos níveis vertical e horizontal. O primeiro diz respeito a um modo de programação que introduz em cada dia novos programas nas diferentes franjas horárias¹¹⁶; o segundo caracteriza-se por uma certa invariabilidade diária, sendo aconselhável em segmentos em que a audiência tem um comportamento similar. Porque o consumo de televisão está dependente dos ritmos laborais do grande público, as estatísticas sobre as actividades diárias da população são um instrumento importante para controlar os índices de audiência de determinada franja. Ao inscrever-se sob o fundo da vida quotidiana, uma grelha sofre inevitavelmente variações na medida em que os telespectadores não vivem da mesma maneira ao longo do dia. Por outro lado, os dias úteis não podem ser encarados da mesma forma que os dias festivos.

Embora o dia seja a base de qualquer trabalho de planificação, o programador ainda o decompõe naquilo que se designa como *franjas horárias*, ou seja, blocos homogéneos em termos de comportamento das audiências. Esta prática foi copiada da cultura americana da televisão comercial que vê nas chamadas *day parts* uma divisão adequada para o mercado de publicidade. Seguindo Cortès (1999: 124), “*é mais fácil para*

¹¹⁵ Por vezes, esta opção tem o efeito contrário, granjeando ainda mais público para os alvos parodiados.

¹¹⁶ Caracterizando-se por uma oferta singular em cada dia, este modo de programar é mais específico do *prime time*.

os publicitários, na hora de vender os espaços, fazê-lo por franjas, umas mais amplas do que outras, cujo denominador comum é uma audiência potencialmente homogénea”. O dia é, assim, dividido em quatro momentos principais: o *day time*, o *access time*, o *prime time* e o *second time*. Em termos globais e no que diz respeito aos canais generalistas, o chamado *day time* corresponde à programação que inicia o dia e que termina ao final da tarde, apresentando conteúdos dirigidos a públicos específicos que, a essas horas, têm disponibilidade para ver televisão. A mesma lógica preside ao último momento, o do *second time*. Quanto ao *access time*, o período antes da hora do jantar, a programação é pensada de modo a agregar progressivamente o chamado *grande público*, arrastando-o até ao *prime time*, o segmento mais importante por ser aquele que reúne o maior número de pessoas. Na verdade, é pelas audiências em horário nocturno que as estações televisivas conquistam a sua popularidade/notoriedade. Percebe-se, pois, que este período seja o que requer mais atenção do programador. Cortès (1999: 140-142) enuncia aquelas que julga serem as qualidades que os produtos nele introduzidos devem comportar:

- *Oferta nítida*: os conteúdos têm de ser facilmente reconhecidos pelo público, o que não lhes subtrai traços de alguma originalidade. Apesar de haver lugar a alterações correctivas, as mudanças (de horário, de nome ou de formato) são sempre arriscadas. O nome do programa deve ser atractivo, sugestivo e de fácil memorização. Não é aconselhável designar a emissão com o dia da semana, pois pode haver necessidade de alterar o dia da respectiva difusão.
- *Oferta harmónica*: ao adoptar uma programação vertical, o programador é obrigado a pensar numa oferta diversificada e que apresente alguma harmonia ao longo da semana. A opção por um tipo de programa num determinado dia deverá articular-se com o ritmo quotidiano do público-alvo. A filosofia e linha editorial da estação exercem, neste contexto, grande influência. Estamos aqui ao nível da harmonia interna.
- *Oferta diferencial*: em regime concorrencial, a oferta valoriza-se no confronto com a dos concorrentes. Assim, a combinação dos programas deve atender à programação das outras estações televisivas e à sua forma de se relacionar com a audiência. Escolhidos os programas de *prime-time*, há que saber colocar aqueles de maior peso no horário mais apropriado, tendo em conta a respectiva concorrência e solidez da programação. Neste segmento horário, atende-se particularmente a programas que tenham um papel acumulador de audiência, transmitindo esse valor ao programa seguinte.

Porque em horário nocturno a televisão generalista congrega um público mais diversificado do que em qualquer um dos outros segmentos, uma grelha de programação deve estar apta a acolher mais alguém a qualquer momento. Se, por um lado, o ritmo das emissões parece veloz a fim de dissuadir o público a

mudar de canal¹¹⁷, por outro a evolução dos conteúdos deve ser mais aparente do que real, para permitir a integração de um número crescente de pessoas. Negri, Signorelli e De Berti elegem as metáforas do “grande salão” e do “bar” para essa forma de acolhimento: “*Todos os dias, a determinada hora, podemos encontrar alguém com quem possamos trocar frases e passar um bocado de tempo. Pode ser a mesma pessoa ou pessoas novas*”. Mais do que uma entrada pontual, pretende-se fazer desse consumo um hábito que integre o quotidiano do maior número de telespectadores. À noite como em qualquer outro momento do dia. Para isso, a “neo-TV” e a “pós-neotelevisão” adoptam uma sedução contínua de modo a manter os seus clientes, ou seja, as audiências em frente do pequeno ecrã. Quando a referência de sucesso se traduz em índices de audiências, tudo parece resumir-se àquilo a que Francesco Casetti e Roger Odin (1990: 22) chamam “*time budget*”, ou seja, o que interessa é o tempo que se gasta a ver determinada emissão.

Para lá das opções a tomar, há uma variável que exige um cuidado particular: a imagem do canal. Como vimos, uma grelha constitui-se hoje como um macrodiscurso. Operando em regime concorrencial, quer do ponto de vista económico, quer do ponto de vista simbólico, uma estação de televisão conquista a sua singularidade pela projecção de uma certa idiossincrasia que, para ser eficaz, deve estender-se a toda a grelha. Apesar de ver programas específicos, o público constrói uma imagem genérica das estações de televisão, sendo muitas vezes a partir dela que sintoniza, ou não, determinada emissão. Sendo os conteúdos cada vez mais uniformes, os canais televisivos poderão encontrar traços distintivos através da imagem que projectam para o exterior. Por isso, paralelamente à preparação de uma grelha, um programador deverá desenvolver um trabalho apurado ao nível da imagem. Num regime de concorrência, os diferentes canais televisivos têm de ser facilmente identificáveis. Os rostos dos apresentadores, as autopromoções, a força identificativa do logótipo, a peculiaridade dos cenários, a qualidade da imagem são indícios não-negligenciáveis num mercado concorrencial onde cada um quer ser diferente, e mais atractivo, em relação aos seus congéneres. A imagem do canal e a implantação da sua grelha junto do público, principalmente em horário nobre, provocam um efeito de arrastamento em termos de audiências. Assim, o *share* de uma emissão não está apenas ligado ao respectivo conteúdo, mas também ao canal onde se integra. Guy Lochard e Henri Boyer (1995: 98) falam, a esse respeito, da “*mais-valia imaginária*” que uma estação de TV reúne, a partir da qual consegue atrair audiência para os seus programas que deixam, desse modo, de ter um valor intrínseco para se valorizarem segundo a imagem que um canal capitaliza junto do público. Centrando-se na mediatização dos atentados do “11 de Setembro”, François Jost (2002: 11) interroga-se sobre as razões pelas quais os telespectadores franceses se concentraram massivamente na TF1, quando as imagens e as informações eram similares em todos os canais que mediatizavam esse acontecimento, concluindo pela

¹¹⁷ Numa tentativa de combater o *zapping* durante os intervalos publicitários, a estação norte-americana NBC criou, no último trimestre de 2003, os chamados *One Minute Movies*: pequenos filmes que em apenas um minuto contam atractivas histórias e que eram inseridos, em horário nocturno, nas interrupções que os programas faziam para a publicidade.

existência de factores contextuais, principalmente a identidade da estação, que agem sobre a audiência para lá do conteúdo do programa.

Referimo-nos ao trabalho de programação invocando três fases: a política de programação, as estratégias e as táticas. Convém sublinhar que cada um desses patamares está condicionado por aquilo que foi pensado no patamar anterior, o que significa que o insucesso de um programa deve ser avaliado em função não (apenas) dos respectivos conteúdos, mas deste tríplice planeamento que obedece à política delineada, às estratégias pensadas e às táticas escolhidas. Quando a actuação não se revela eficaz, é aconselhável alterar as estratégias ou as táticas, o que não implica necessariamente uma mudança ao nível da política, já que isso pressuporia não só uma nova configuração da grelha, mas um redimensionamento dos critérios empresariais pensados para determinado canal. Se há mudanças a fazer nos outros patamares, é recomendável proceder de forma a não tornar a grelha irreconhecível pelo público. Carlo Freccero, o programador mais conhecido dos canais italianos de Berlusconi, num texto publicado na revista *“MédiasPouvoirs”* (1988), defende que *“a experimentação é perigosa”*, mas reconhece que *“é preciso proceder a certas mudanças da grelha, utilizando material novo e material já testado”*. Desta prática resulta, na sua opinião, *“uma espécie de maneirismo da televisão”*, devido precisamente à recuperação e à re-posição de conteúdos experimentados noutras alturas.

É na ordem da heterogeneidade que a construção do macrodiscurso televisivo é feita. A linearidade, que é a lógica que seguem os canais generalistas, preenche-se de elementos que se relacionam uns com os outros segundo regras que saem quer do interior de um canal de TV, quer do universo que lhe é exterior. Ainda que factores extrínsecos à televisão exerçam uma influência assinalável, o audiovisual apresenta, como vimos, uma gramática própria que, com o tempo, tem vindo a complexificar-se. Hoje a engenharia de programação pressupõe o domínio de mais variantes do que no passado. Hoje uma grelha televisiva exige mais processos de marcação do que aqueles adoptados nos primeiros tempos do audiovisual. Hoje, mais do que nunca, a sintaxe de um programa, ou seja, a conjugação das suas unidades de significação, apenas pode ser percebida quando conhecidas as regras por que se rege o macrotexto onde se integra.

3. Modos de relacionamento: dos contratos às promessas de comunicação

A comunicação televisiva não se circunscreve a uma simples transmissão de significados intrínsecos ao programa difundido. O texto que o programa configura é sempre influenciado por um contexto do qual se ressentem e em relação ao qual também exerce influência. Estamos aqui ao nível da pragmática. Tendo como referência o signo linguístico, António Fidalgo (1999) lembra que, enquanto a semântica correlaciona os veículos sógnicos com outros objectos e a sintaxe determina relações sógnicas entre esses mesmos veículos, a pragmática estabelece ao nível dos intérpretes condições para que algo se torne um signo. Tendo em conta que a nossa referência não é o signo linguístico, mas o discurso televisivo, haverá alguns ajustamentos a fazer. Partindo do pressuposto de que num processo semiótico existem, para além do enunciador do texto, dois sujeitos activos no processo enunciativo (o sujeito enunciatário e o sujeito receptor empírico, que, no caso da televisão, poderão ser identificados com o público para o qual uma emissão é pensada e com a audiência que capta), discutiremos aqui a possibilidade de a enunciação televisiva controlar as leituras previstas. Há os que defendem essa hipótese, falando em “*contratos*”¹¹⁸; outros, mais cautelosos, preferem falar em “*promessas*”; outros ainda, mais radicais, reivindicando a liberdade do receptor, declaram o direito de subverter a significação que o texto havia desenhado. Referiremos, neste ponto, estudos que integram um dos três posicionamentos, pretendendo através deles pensar até que ponto a oferta televisiva é, por si só, capaz de construir significados sociais que, de certa forma, acabam por influenciar quem com ela se relaciona.

3.1. Os limites da (des)codificação dos programas televisivos

Centrando-se na dimensão comunicativa da televisão e seguindo uma perspectiva semio-pragmática, Francesco Casetti e Roger Odin (1990: 10) sustentam a existência de “*contratos*” ou “*pactos*”, definindo estes como “*o processo através do qual os espectadores são convidados a efectuar um conjunto estruturado de operações de produção de sentido*”. Num círculo em que enunciadores e enunciatários se influenciam mutuamente, estes investigadores reconhecem maior poder à instância de produção onde se estabelece aquilo que designam como “*pactos de comunicação*”. Que vão mudando com o desenvolvimento da televisão, mantendo, no entanto, os mesmos propósitos: não só impõem o tipo de relacionamento que o espectador deveria adoptar em relação ao texto televisivo, mas sobretudo as configurações que um programa teria de apresentar a fim de não se desviar da idiosincrasia do “*macrotexto*”, entendendo por este conceito tanto o

¹¹⁸ Quando falarmos em “*contratos*”, queremos, com este conceito, significar “*contratos de comunicação*”, enfatizando, conseqüentemente, a instância enunciativa. Atendendo de modo particular ao receptor, Eliseo Veron opta por falar em “*contratos de leitura*” que cada produto mediático impõe desde a produção de sentido até ao respectivo consumo, sendo esse processo que permitirá, na sua perspectiva, “*a circulação social de significações*” (“*Quand lire c’est faire: l’annonciation dans le discours de la presse écrite*”).

género ao qual uma emissão pertence como a identidade do canal no qual se integra. Percorrendo a literatura centrada na programação televisiva, são muitos os investigadores que adoptam o conceito de “*contrato*” ou de “*pacto*” para falar da relação entre a TV e o público. Uma opção que reúne alguns traços pertinentes, mas que apresenta limitações, nomeadamente na fase da “*pós-neotelevisão*”.

Definindo a “*paleotelevisão*” como uma “*instituição*”, Casetti e Odin (1990) concordam com a fórmula de Missika e Wolton (1983: 128), para quem os telespectadores se constituiriam como “*uma turma de alunos cujos mestres seriam os profissionais da televisão*”. São três os traços apontados para caracterizar a comunicação prevista nessas emissões televisivas: tudo assenta na transmissão de saberes, numa separação clara de papéis dos diferentes actores envolvidos num programa e numa permanente postura pedagógica que se estende a todos os conteúdos independentemente dos géneros em que se integram¹¹⁹. Este panorama altera-se com o aparecimento dos canais privados e com a consequente instalação de um regime concorrencial. De acordo com Casetti e Odin, essa “*mudança conduz a mudanças no posicionamento do espectador*” (1990: 9), o que significa que não é propriamente na malha tecida no momento da recepção dos produtos mediáticos que se procuram os vectores estruturantes dos “*contratos*”, mas no interior do pequeno ecrã. É aí, no lugar onde se constrói a enunciação, que se situa grande parte da compreensão daquilo que, em determinado momento, caracteriza a comunicação televisiva.

Num artigo escrito em 1988, período em que vários países da Europa faziam a transição do monopólio televisivo para um panorama audiovisual onde coabitavam canais públicos e privados, Casetti propõe quatro “*pactos comunicativos*” para a televisão: os “*de hospitalidade*”, “*de comércio*”, “*de aprendizagem*” e “*do espectáculo*”, aos quais corresponderiam os seguintes modelos de TV: “*de animação e serviço*”, “*de serviço e comércio*”, “*de informação*” e “*de divertimento*”¹²⁰ (in Jost, 1997). Não é uma tipologia exaustiva, mas nela encontram-se os principais sinais resultantes da evolução da programação televisiva e uma chamada de atenção para o facto de nenhum desses “*pactos*” excluir os outros. Em 1990 no artigo que escreve com Odin, Casetti emenda a proposta, dizendo que a passagem para um outro modelo televisivo impôs uma nova forma de relacionamento com o espectador, já não feito por rígidos “*contratos*”, mas por um “*contacto*” permanente através do qual se pretende fazer vibrar, por meio de diversas formas sensoriais, aquele que assiste a uma emissão televisiva. Na verdade, a “*neotelevisão*” inaugura um modelo diferente e, consequentemente, outro tipo de relacionamento com as audiências: a convivialidade. Neste quadro, o discurso deixa de ser institucional para assumir um registo individual; a relação dentro e fora do ecrã já não se caracteriza pela hierarquização estatutária dos actores, mas pela proximidade de todos aqueles

¹¹⁹ Casetti e Odin (1990: 20) defendem que, se o objectivo era fazer coincidir a compreensão do telespectador com aquilo que havia sido previsto pelos responsáveis pela enunciação do programa, nada garantia que o processo de construção de sentido fosse idêntico na produção e na recepção das mensagens mediáticas.

¹²⁰ Casetti refere também papéis, acções, espaços e tempos específicos que seriam configurados por cada um destes modelos. Teria sido aconselhável explorar mais essas particularidades.

que, em diferentes graus, uma emissão envolve. Desta evolução não se retiram grandes entusiasmos, mas reconhece-se, pelo menos, a impossibilidade de caracterizar a comunicação televisiva através de um único “*pacto*”, quando se procura estabelecer um contacto com uma audiência heterogénea.

Minimizando as visões mais cépticas de Casetti e Odin sobre a “*neotelevisão*”, Negri, Signorelli e De Berti (1990) seguem-nos na adopção do conceito de “*pactos comunicativos*” para falar da relação que a TV mantém com o respectivo público. Em todos os “*pactos*” que referem, os autores italianos evidenciam a relação permanente entre a enunciação televisiva e a vida diária dos telespectadores. Se a TV toma o quotidiano como modelo, constitui-se também como modelo para o quotidiano. Ao retirar da realidade os ingredientes para as suas emissões, a televisão reordena-a através de planos precisos de funcionamento. A esta operação, “*que consiste em transformar em regra um comportamento observado*”, Negri, Signorelli e De Berti chamam “*gramaticalização do quotidiano*”. Procurando uma morfologia para a vida do dia-a-dia, estes investigadores apresentam aqueles que julgam ser os “*universos da vida quotidiana*”, cada um marcado por um espaço, tempo e interacção específicas. A tipologia encontrada alicerça-se no espaço encarado como instrumento criador de um agir ritualizado¹²¹. Assim, teríamos os “*locais de encontro*”, aos quais se ligariam um tempo livre e uma interacção de amizade; os “*locais comerciais e promocionais*”, marcados pelo tempo de trabalho e por uma acção ritual valorizadora das mercadorias; os “*locais de reunião*”, preenchidos com um tempo dedicado à formação e uma acção social destinada à construção do saber; e os “*locais de festa*”, caracterizados por um tempo livre que se repeteria ciclicamente. Estes universos encontrariam no meio televisivo palcos próprios através dos quais se poderia construir “*pactos*” particulares. Aliás, Casetti já os tinha assinalado de forma muito similar. Lochard e Soulages apresentam uma classificação igualmente próxima. Ancorados naquilo que consideram ser os objectivos accionais da televisão – “*fazer saber*”, “*fazer compreender*”, “*fazer agradar*”, “*fazer fazer*” – estes investigadores (1998: 99) estipulam quatro “*contratos*” possíveis na comunicação televisiva: os de “*informação*”, de “*explicação*”, de “*divertimento*” e de “*assistência*”, admitindo que cada um deles pode coabitar com os demais¹²². Analisando programas específicos, muitos daqueles que estudam o audiovisual assinalam a sobreposição de vários “*contratos*” no interior do mesmo acto de comunicação mediática. Num trabalho colectivo sobre debates televisivos de natureza cultural, Patrick Charaudeau (1991: 12), um dos nomes que em França se evidenciam na investigação da comunicação televisiva, defende que “*frequentemente os contratos cruzam-se, sobrepõem-se e encaixam-se uns com os outros e isso acontece no interior de uma mesma situação dita global que parece única*”.

¹²¹ Podemos, deste modo, compreender por que certos formatos têm sucesso garantido em certos países e passam despercebidos ou são sujeitos a profundas adaptações noutros. Apresentando um tempo, um espaço e um agir idiossincrático, cada universo do quotidiano apresenta-se, de certa forma, avesso à desterritorialização. Comportamentos idênticos têm significações diferentes, segundo a situação temporal e espacial do momento.

¹²² Olhando para a oferta televisiva, é visível a crescente contaminação entre diferentes “*contratos*”. Por exemplo, uma emissão de variedades pode instituir com o telespectador um “*pacto do espectáculo*”, mas a sua concepção pode visar atrair o mais alto índice de audiência (“*pacto comercial*”). Para isso, há que criar com o receptor um contacto permanente (“*pacto de hospitalidade*”) através do qual passa sempre alguma informação (“*pacto de aprendizagem*”).

Jean-Marc Vernier (*apud* Sfez, 1993: 105-106) é outro dos investigadores que persegue o conceito do “contrato” para falar da comunicação televisiva, percorrendo, no entanto, um caminho particular: os “regimes de visibilidade” impostos pela imagem televisiva ao longo do tempo. É através desses diferentes tipos de olhar que traça uma linha diacrónica da evolução da televisão e, nesse percurso, vai encontrando “contratos” específicos. O primeiro regime seria aquilo que designa como “imagem-profundidade” que, nas suas palavras, pressupõe “a existência de um real a ser mostrado” e fixa “um contrato de comunicação assente numa objectividade”. Subjacente a este modo de ver televisão, está uma crença de que “há um real que pode ser agarrado pela televisão”. Essa possibilidade de dar a ver e visionar a verdade das coisas corresponderia, segundo Vernier, ao “símbolo de uma época em que a televisão podia fazer crer que era uma janela para o mundo”. A esta ordem de imagens, sucede a “imagem-superfície” que corresponde à televisão dos “rituais” que cria um “contrato do espectáculo”. Já não estamos no plano da verdade, mas do verosímil. Deixa-se para trás a ideia de que o real pode ser agarrado directamente, para se sublinhar o trabalho de “mediação” feita pelo pequeno ecrã. Este modelo é, na perspectiva de Vernier, o da “construção da realidade”. O último dos regimes de visibilidade é o da “imagem-fragmento”, vazia de sentido, mas criando “intensidade e sensação” que se cumprem ao nível visual. Nesse “fluxo de imagens aleatórias”, selar-se-ia um “contrato energético e pulsativo”, produto de programas que seguem a lógica do *clip*. Aí, a palavra de ordem é, como sublinha Vernier, a “velocidade” que nos deixaria reféns da imagem que vamos ver em seguida e nos provocaria uma amnésia do que foi visto.

Embora a classificação dos autores que propõem “pactos” ou “contratos comunicativos” específicos proporcione uma taxinomia útil para nos abeirarmos da oferta televisiva, parece-nos excessivo tomar imponderadamente todas essas propostas. Desde logo, convém interrogar se “contrato” será a melhor designação para falar do elo entre televisão e público. Será que ambas as partes, a que produz e a que recebe os produtos mediáticos, têm a mesma possibilidade de acção? Casetti, por exemplo, acautelou-se dessa crítica, ao lembrar que o receptor através dos índices de audiência ou da opinião publicada em jornais manifesta a sua reacção às mensagens emitidas. Numa fase posterior, a da “pós-neotelevisão”, procura-se mesmo transformar a audiência num actante fundamental para a comunicação televisiva. No entanto, como lembra María Dolores Cáceres, esse poder da instância receptora é sempre controlado pela instância produtora, o que significa que ambos os pólos não estão num plano de igualdade, embora reconheçamos um certo nível de conversação entre ambos, uma possibilidade, aliás, defendida por Gianfranco Bettetini para quem um programa televisivo apresenta um universo semiótico que se procura fazer chegar ao espectador, mas também um projecto de relação comunicativa que o investigador diz ser “uma produção simbólica, imaterial e fantasmagórica, mas dotada de uma elevada carga de ilusão” (1996: 33). González Requena prefere falar em “simulacro da comunicação” (1995: 51), na medida em que o sujeito da enunciação textual de um programa televisivo é incapaz de permutar o seu lugar com o dos telespectadores. De facto, assim é.

Aceitando (de forma forçada, teríamos de reconhecer) uma paridade de poder entre as instâncias de produção e de recepção, será que o telespectador é a tal ponto disciplinado que cumpriria o “contrato” previsto pelos responsáveis dos programas? Os “*Estudos Culturais*” – desenvolvidos com a inauguração do *Centre of Contemporary Cultural Studies*, em 1964, na Universidade de Birmingham – ajudam a responder a esta questão¹²³. Ao contrário da Escola de Frankfurt, mais concentrada em reflexões teóricas, os investigadores que seguem esta linha de estudos da comunicação, ao valorizarem a dimensão empírica do seu trabalho, trouxeram novas perspectivas não só às mensagens mediáticas, mas também aos contextos socioculturais de quem as produz e recebe. A par de fornecerem um mapeamento da vida interna do discurso, os “*Estudos Culturais*” vieram travar o crescente pessimismo quanto à incapacidade dos receptores para agirem sobre os conteúdos das mensagens dos meios de comunicação de massa.

Um dos mais conhecidos representantes desta Escola é Stuart Hall¹²⁴, em cuja obra encontramos várias alusões à televisão e, com elas, o alerta para a importância que a semiótica pode ter no estudo da estrutura comunicativa do meio televisivo, como, aliás, o próprio demonstrou em vários escritos. Um trabalho de referência é certamente “*Encoding/Decoding in Television Discourse*”, publicado pela primeira vez em 1973, no qual analisa o conceito de signo televisivo¹²⁵. Partindo do signo icónico de Peirce, Hall lembra que, apesar de a realidade existir fora da linguagem, a primeira é sempre alvo da mediatização da segunda. Segundo Hall, a mensagem televisiva não é o conjunto de significados separados, mas um texto a ser analisado como um todo. Outro dos conceitos que este texto aborda é o de “*mapas de significação*”, que resultam da forma como cada cultura codifica os seus signos, que, por sua vez, servem de orientação aos sistemas de descodificação. Isso significa que esses “*mapas*” condicionam não só os processos de produção, mas também os de recepção. Tendo isto em conta, qualquer investigação em televisão não pode deter-se apenas nas mensagens, mas deve também atender aos mapas culturais e sociais que intervêm no processo produtivo e interpretativo dos conteúdos televisivos. Neste contexto, o investigador reconhece aos telespectadores um papel activo na construção de significados da mensagem que recebem¹²⁶, podendo mesmo, durante esse processo, contrariar aquilo que foi pensado pelo enunciador do texto televisivo. Segundo Hall, os receptores têm a possibilidade de optar por diferentes tipos de leitura de um texto:

- a “*preferida*”: coincide com o que havia pensado o respectivo produtor e corresponde a modos de ver hegemónicos,
- a “*negociada*”: mistura elementos de oposição e adaptação,

¹²³ No entendimento dos investigadores que integram esta Escola, a cultura é a base dos processos de (re)produção social. Dentro desta, os meios de comunicação social têm um papel preponderante. A eles, é reconhecida a função de assegurarem a coesão e a manutenção do *statu quo*, participando também na (re)produção da estrutura social.

¹²⁴ Hall foi o segundo director do *Centre of Contemporary Cultural Studies*, depois de Richard Hoggart (que aí esteve entre 1964 e 1968).

¹²⁵ Este trabalho veio abrir portas ao aparecimento de uma corrente de estudos dos *media* centrada nas audiências.

¹²⁶ Esta posição é semelhante à usada por Peter Berger e Thomas Luckmann no seu livro *Construção Social da Realidade*, cujo título reflecte a teoria segundo a qual a linguagem é vista como um dos principais instrumentos na produção de significados.

- a de “oposição”: contraria o que havia sido pensado pelo sujeito enunciador¹²⁷.

A audiência é receptor e, simultaneamente, fonte da mensagem, na medida em que, segundo Hall, os esquemas de produção são influenciados pelas imagens que a televisão constrói do seu público. Esta ênfase na capacidade da audiência para interpretar os conteúdos mediáticos veio, de certa forma, travar a crença nos efeitos ideológicos dos *media*, impondo indirectamente algumas precauções às posições daqueles que reivindicavam para o audiovisual a capacidade de estabelecer um determinado “*contrato de comunicação*” com os telespectadores.

Para além da impossibilidade de um programa integrar apenas um único “*contrato*”, julgamos que a sua eficácia plena é difícil de alcançar, como demonstram os estudos de recepção que incidem sobre a polissemia do texto televisivo e sobre os múltiplos usos que dele se podem fazer¹²⁸. Outros trabalhos acrescentam a influência que o ambiente familiar pode ter na recepção das mensagens televisivas, nomeadamente entre os mais novos. Não havendo duas famílias iguais, a conclusão será fácil de tirar. Como assinala Rodríguez Ferrándiz (2001: 159), “*o discurso dos media não urbaniza um terreno baldio, (antes) encontra resistências e inércias que interferem com a sua hegemonia*”. Em Portugal, um estudo de Manuel Pinto (2000), que incidiu na relação das crianças com a televisão, demonstrou precisamente que o contexto de recepção, que se enche de múltiplas influências, condiciona substancialmente a leitura que se faz dos programas televisivos. No entanto, como também se reconhece, isso não permite falar de um poder ilimitado no que diz respeito à capacidade que o público poderá ter na (re)construção das mensagens televisivas. Ellis Cashmore (1998: 71) defende que, “*por mais sedutor que possa ser considerar os telespectadores como criadores conscientes de significados em vez de dóceis cabeças de vento que absorvem qualquer coisa que apareça na tela, isso também pode ser romântico de mais*”. Concordamos. Aliás, um número significativo de investigações que reconhece alguma liberdade de leitura aos receptores das mensagens mediáticas assinala, por outro lado, pontos de contacto entre aquilo que prevê o enunciador e aquilo que segue o enunciatário, o que, de certa forma, confere alguma pertinência ao conceito de “*contrato*” ou “*pacto comunicativo*”.

No artigo “*The politics of polysemy. Television news, everyday consciousness and political action*”, Klaus Bruhn Jensen (1990: 57-77), centrando a sua investigação no estudo dos diferentes significados do texto noticioso a partir da perspectiva da recepção, notou que os enunciatários podem “*ultrapassar*” os significados pensados pelo enunciador, mas, ainda assim, a sua conclusão foi a de que, “*mesmo que a produção social do significado seja vista como um processo em que a definição dominante da realidade pode ser desafiada e revista, o resultado desse processo é determinado pelos quadros de referência históricos e institucionais da comunicação*” (1990: 73-4). Segundo Jensen, ainda que as audiências possam

¹²⁷ Este tipo de leitura coloca em causa a defesa dos “*limites de interpretação*” de que fala Umberto Eco.

¹²⁸ Cf. Livingstone, Sonia (1998). *Making sense of television: the psychology of audience interpretation*. Londres: Routledge.

retirar diferentes significados dos programas, há sempre um sentido que “*está limitado pela definição social dos géneros*” (1990: 74). Na sua perspectiva, são os géneros televisivos que definem os “*supertemas*” – ou as “*macroposições*” na designação de van Dijk – que se constituem, por seu lado, como um procedimento interpretativo que, de certa forma, condiciona os sentidos de quem recebe essas mensagens. Birgitta Hoijer (1990: 29-55) serve-se de um conceito próximo de “*supertema*” para se referir aos mecanismos que asseguram uma certa estabilidade interpretativa. A investigadora fala em “*esquema geral*” que cada um alberga na sua memória e que corresponde a significados convencionais de códigos partilhados. Seriam estes que assegurariam uma certa coincidência interpretativa entre diferentes telespectadores. Seguindo esta proposta, quem vê um programa não terá uma absoluta liberdade de interpretação e quem o produz vê-se obrigado a actuar dentro dos limites de leitura intrínsecos a um determinado género e conhecidos por parte dos respectivos receptores. Se seguíssemos Sonia Livingstone (1990: 72-85), para quem “*quanto mais ‘aberto’ for um programa, mais os espectadores podem estar envolvidos na construção do seu significado e mais ampliado pode ser o seu interesse tanto cognitiva quanto emocionalmente*” (1990: 72), poderíamos olhar a fixação prévia do sentido do texto como um elemento empobrecedor da comunicação televisiva, nomeadamente em relação ao envolvimento do respectivo público. Não construiremos tal raciocínio. Por natureza, os programas de informação não são desenvolvidos segundo um esquema de narração em aberto. As próprias regras de construção jornalística procuram mesmo neutralizar essa tendência. Isso não significa que os envolvimentos cognitivo e emocional sejam insignificantes. Pelo contrário.

Se a descodificação pode, de certa forma, ser calculada ao nível da codificação, pode também acontecer o processo inverso: a prevista descodificação pode condicionar a codificação. Em *Media, Power, Politics*, David Paletz e Robert Entman (*apud* Cashmore, 1998: 217) referem-se a isto, apresentando o exemplo de uma eventual peça de um noticiário. A reportagem centrar-se-ia numa casa de massagens. Poder-se-ia enquadrá-la à volta de subtemas como os de “*relacionamentos sexuais, uso de droga, crime organizado e doenças venéreas*”, mas poder-se-ia também optar por uma perspectiva à volta de vectores como “*boa saúde, satisfação sexual ou empreendimento livre*”. Sendo esta segunda opção aceitável, ela não iria ao encontro das expectativas que o telespectador tem quando vê um noticiário. Assim, não é apenas a instância receptora que sente constrangimentos. Também ao nível de quem produz mensagens existem limites na codificação.

Destes diferentes posicionamentos teóricos, salientam-se vantagens e inconvenientes relativamente à adopção do conceito de “*contratos*” para caracterizar a comunicação televisiva. Pela nossa parte, apresentamos outra proposta terminológica que consideramos estar mais em consonância com os recentes rumos dos canais generalistas.

3.2. Um outro modo de encarar o macrodiscurso televisivo

No início do século XXI, a enunciação televisiva é substancialmente diferente daquela que foi construída na segunda metade do século XX. François Jost (2001: 166-167) vê na emergência dos novos *reality shows* nas grelhas televisivas um sinal de mudança nas relações que a televisão estabelece com o seu público que se tornam (aparentemente) mais interactivas, mas também acrescenta que existe nesse tipo de programação uma progressiva passagem da promessa de *reality* para o *show*, acentuada por estratégias de ficção e de simulação a que cada formato recorre a fim de criar um (ilusório) “efeito do real”. Centrado em programas tipo *Big Brother*, Eliseo Veron (2001) considera que o envolvimento do público nesse tipo de programação inaugura uma nova etapa no percurso da televisão generalista. Eva Aladro (2000) é outra das investigadores que responsabilizam esses formatos pela implantação de uma outra fase no audiovisual a que chamaria “televigilância”, construída a partir de um triângulo composto pelo “público”, pelos “participantes dos programas” e pelos “criadores da situação televisiva”, sendo comum a todos eles o traço do “poder de observação”. Significa isso que a comunicação televisiva se constrói dentro e fora do pequeno ecrã, sem haver aí espaço para “contratos” previamente estabelecidos. Ao contrário de Veron, Aladro tenta equilibrar a força de cada um dos três ângulos. Se o “interpretante-telespectador” está dotado de capacidade para escutar, opinar e decidir o rumo dos programas televisivos, os participantes das emissões actuam uns sobre os outros, construindo um enredo que se pretende autêntico, apesar de existir nisso um importante trabalho aos níveis da pós-produção, realização e edição de imagens que condiciona aquilo que se vê. Todos vigiam todos, sendo o pequeno ecrã uma espécie de ponto de encontro entre esses diferentes actores. Como se cada um precisasse de imagens construídas pelo outro para continuar o seu quotidiano. Tal como acontece na vida real. Aqui, a participação do receptor é controlada pela instância de produção, que estabelece com ele uma relação cujos contornos estão previamente delineados.

Atendendo ao poder dos receptores sobre a leitura/produção do texto e ao controlo que certos emissores têm sobre a enunciação televisiva, alguns investigadores preferem fazer assentar a comunicação televisiva numa “promessa” de relação com o mundo. Parece-nos um acerto pertinente. Se, por um lado, não se aprisiona o público em sentidos previamente delimitados, por outro, também não se concede um poder ilimitado à leitura do texto televisivo. Na verdade, há sempre aquilo a que Hans Robert Jauss (1993) chama um “horizonte de expectativa”, desenhado pela natureza do *medium* e por convenções de género dos respectivos conteúdos que impõem uma isotopia paradigmática que o telespectador deve respeitar, a fim de não desvirtuar a intencionalidade subjacente a determinado processo de comunicação.

Ainda em plena fase da “*neotelevisão*”, François Jost (1997) adoptou o termo “*promessa*” para falar da relação que um programa televisivo estabelece com a respectiva audiência. Se o emissor impõe uma determinada semântica ao texto audiovisual através de meios paratextuais ou epitextuais, criando no receptor determinadas expectativas, nada garante que este as concretize. A substituição do conceito de “*contrato*” pelo de “*promessa*” implica que se deixe para trás uma convenção que estende os mesmos direitos e deveres às duas partes, passando-se a um acto unilateral que apenas envolve locutor. “*Algumas promessas apenas se fazem a nós próprios*”, lembra Jost (1997). E, por vezes, não as cumprimos, poder-se-ia acrescentar. O investigador francês é mais radical, sublinhando que “*um programa pode dizer uma coisa e fazer outra*”. A autopromoção pode seduzir o público para referências que o respectivo formato não concretiza; o genérico pode criar na audiência um horizonte de expectativa que o programa não satisfaz; o apresentador pode indicar uma direcção que o desenvolvimento da emissão contraria. São situações que não devem constituir uma prática generalizada, como vimos quando abordámos o trabalho inerente à construção de uma grelha de programas. Todavia, estes casos não deixam de reflectir a impossibilidade de a televisão selar com o telespectador um “*contrato*” onde as partes envolvidas têm igual poder de intervenção.

Para perceber melhor esta proposta de Jost, convém que sigamos sucintamente as suas teses, marcadamente de natureza semiótica, no que diz respeito à comunicação televisiva. Na sua perspectiva, as emissões dos canais generalistas de TV perseguem “*três grandes modos de enunciação que definem a atitude ou intenção daquele que cria um documento e daquilo que o espectador pode esperar*”: o de “*autenticidade*”, o “*ficcional*” e o “*lúdico*”¹²⁹. No primeiro, integram-se emissões que contêm asserções verdadeiras sobre o nosso mundo e que fornecem elementos para melhorar o conhecimento da realidade, o que implica conteúdos verificáveis e a presença de indivíduos cuja autoridade não é contestada. No modo ficcional, o autor dispõe de toda a liberdade para falsear a realidade, sendo esse acto aprovado e reconhecido pela instância de recepção. O modo lúdico admite marcas dos dois modos anteriores, colocando no ecrã quer o autêntico, quer o faz-de-conta. Se a instância que produz um programa tem uma responsabilidade substancial na definição de uma determinada promessa consubstanciada num modo de enunciação, os telespectadores podem torná-la possível ou enveredar por uma margem de interpretação que lhes permita uma certa subversão do propósito inicial. Refira-se também que esta visão dos programas televisivos não pretende etiquetar com um só rótulo cada programa, admitindo-se que os três modos podem coabitar em momentos específicos na mesma emissão, apesar de haver sempre um que sobressai. Os programas informativos, por exemplo, incorporam, a maior parte do tempo, o modo de autenticidade na medida em que são fundados na afirmação de uma realidade que se avalia em função do eixo verdadeiro/falso. Isto não

¹²⁹ Num artigo que intitula “*Quand y a-t-il énonciation télévisuelle?*” (in Bourdon *et al.*, 1998), Jost diz que estes três modos de enunciação foram inspirados em J.R. Searle (*Sens et Expression*. Paris: Minuit, 1982) que fala em *enunciado da realidade* (asserção literal e séria), *enunciado de ficção* (asserção literal, mas não-séria) e *enunciado figural* (asserção séria, mas não-literal).

implica que a informação exclua marcas do modo ficcional. Esta é, aliás, uma das características do jornalismo de hoje. No entanto, que não se confundam ficção e procedimentos ficcionais. Enquanto o primeiro está banido da informação, o segundo encontra nela um terreno cada vez mais alargado¹³⁰. O meio e o formato através dos quais a mensagem é transmitida também constituem vectores importantes na consolidação da “promessa”. No caso dos programas informativos, o modo de autenticidade fortalece-se não porque as imagens e o discurso se assemelham ao nosso mundo, mas porque os conteúdos são difundidos por uma tecnologia que designamos de comunicação e estão inseridos em géneros televisivos que nos habituamos a ver com um traço do real. Um texto jornalístico é sempre encarado como “efeito do real”, na tradição da ideologia literária realista do século XIX que toma a mimese do verdadeiro como seu ideal. Gloria Awad (1995: 223-4) fala de uma “nova verosimilhança” imposta pelo jornalismo de massas através da qual se “pretende chegar a uma ‘plenitude referencial’ que faz recuar o seu objecto original, o real”, para criar “um lugar de produção de sentido” (1995: 241). O *fazer saber* da informação persegue sempre um *fazer crer*.

Duas noções ficaram aqui sublinhadas: as de “contrato” e as de “promessa” de comunicação. Preferimos a segunda, que fomos buscar a um investigador que percorre essencialmente caminhos da Semiologia. Não é esse o nosso percurso, mas apreciamos o desvio que François Jost fez para conferir à recepção televisiva a possibilidade de ler os respectivos textos como um processo que se expande e que abrange novas possibilidades de significação. “Uma leitura centrífuga”, classificaria Robert Scholes (1991: 23). Não, principalmente se a referência forem os programas de informação. Em relação a esses géneros de programação, o público beneficiará se optar, antes, por uma leitura centrípeta que concebe o texto de acordo com uma intenção original que se identifica com aquilo que se pretende *fazer saber* e *fazer compreender*, sem implicar limites opressores do significado. Todavia, também não pressupõe total liberdade de interpretações, pois há um mínimo denominador comum a cumprir, mas, a esse nível, preferimos pensar que não se sela qualquer “contrato” que obrigue as audiências a permanecerem reféns de propósitos fixados ao nível da instância de produção.

¹³⁰ Apoiando-se num artigo de Christian Metz (“*Trucage et cinéma*”, *Essais sur la signification au cinéma*, Tome 2, Paris, Klincksieck, 1972), François Jost (2001: 84-86) apresenta três tipos de procedimentos, dois deles com aplicação frequente em programas informativos. Referimo-nos aos procedimentos “*imperceptíveis*”, que são manipulações da imagem e do som que o espectador não distingue (utilização dos duplos, maquilhagem, cenários virtuais...), e aos procedimentos “*visíveis*”, que operam ao nível da enunciação narrativa, podendo também marcar limites de sequências ou emissões (deformações, rotações do ecrã...).

A reter

Situando-nos no nível não-sígnico da enunciação, percorremos três fases da televisão: a dos primórdios, concebida como unidireccional, determinada por uma ordem superior e rígida nas formas de comunicação que criava; a dos tempos posteriores à desregulamentação, centrada na própria enunciação, mediatizando um quotidiano que incorporava na ordem que é a sua e procurando um relacionamento de convivialidade com a respectiva audiência; a dos primeiros anos do século XXI, mais vocacionada para o público a quem concede a responsabilidade da enunciação, preocupada em tocar o vivido dos actores sociais, mas com um problema (ainda) em aberto: conseguir construir uma inteligibilidade com as “*imagens-fragmento*” que a estruturam. Disto ressaltam-nos duas questões: serão esses três universos semânticos não-signícos da enunciação incompatíveis entre si ou coabitarão na TV da actualidade? Aceitando ver dentro do pequeno ecrã marcas que permitam falar numa terceira fase da TV, importa reflectir acerca dos caminhos para onde as audiências levam o discurso televisivo, pois o desenho desse lugar devolve-nos hoje a configuração de uma esfera pública que importa reactualizar.

Reunindo em si determinadas significações, o macrotexto televisivo que a grelha de programação configura é, ele próprio, uma construção complexa, que integra vários elementos. No segundo ponto deste capítulo, apresentámos alguns deles, não ambicionando, com isso, elaborar uma sintaxe exaustiva. O nosso propósito era menos ambicioso: apenas pretendíamos identificar alguns factores causais inerentes à combinação dos micro-elementos de uma grelha, ou seja, dos programas. Como vimos, são múltiplos os caminhos que uma estação televisiva pode seguir, resultando dessas opções uma identidade global que importa conhecer. Não basta, pois, atender a determinado programa. Importa, sobretudo, perceber as regras seguidas para a combinação dos respectivos elementos constituintes. É na desconstrução dessa engenharia de programação que podemos encontrar a idiossincrasia de um canal de TV e os actores a quem será legítimo atribuir responsabilidades pelo desenho de sociedade que o pequeno ecrã reflecte.

A significação do macrodiscurso televisivo completa-se ao nível da respectiva recepção. Não é nosso propósito explorar os possíveis caminhos onde se situam os receptores no momento na decodificação dos textos. No entanto, parece-nos importante a ponderação daquilo que os programas prevêm como uma certa orientação da audiência. Para lá da opção entre as noções de “*contratos*” ou de “*promessas*”, a análise daquilo que um programa ou segmento de programação estipulam como intenções comunicativas constitui um elemento importante não só para o rumo que o respectivo público deve seguir, mas também para a percepção daquilo que são os pressupostos de determinada emissão. Como vimos, será impossível integrar um programa num único “*contrato*” ou “*promessa*” de comunicação, mas nele evidencia-se um conjunto de marcas que tornam um registo mais visível e significativo do que outro. Explorar esses sinais será certamente uma maneira de aperfeiçoar o desenho feito por determinado formato. Por outro lado, esse trabalho arrastará consigo o conhecimento daquilo que um programa solicita ao telespectador. Empurrá-lo-á para o lado mais lúdico da realidade? Preocupar-se-á em informá-lo acerca daquilo que de mais importante se passa? Estimulá-lo-á a adoptar uma atitude crítica em relação àquilo que vê? Quais serão os contornos que a TV pensa que o seu público poderá continuar a esboçar a partir das suas emissões? Da resposta a essas questões poderemos retirar pistas para situar a televisão na sociedade actual.

Capítulo 4: A informação televisiva como espelho e reconstrução da realidade

A televisão é um meio de abertura da sociedade a ela própria, mas, porque tem de dar forma, de atribuir sentido e de colocar em cena aquilo que transmite, acaba por ser, acima de tudo, uma instância simbólica que apresenta um desenho específico da realidade. Se, por um lado, o cidadão comum se relaciona com a informação televisiva através de uma ideia próxima da verdade e da objectividade, por outro, quem estuda o audiovisual sabe que este *medium* é uma “*instituição geradora de discursos sociais*”, retomando aqui a expressão usada por González Requena (1995).

Sem negar o esforço que a TV faz para se aproximar do real, mas reconhecendo igualmente a componente espectacular intrínseca a este *medium*, vamos, neste capítulo, conciliar estas vertentes numa dimensão que pensamos ser comum a ambas, embora apresente graus diferenciados: a construção social da realidade que a informação televisiva promove através dos seus programas de informação, nomeadamente naqueles que se desenvolvem através da conversação em estúdio. Esse “*mundo comum*” que os programas informativos constroem implica a conjunção de dois lados: a responsabilidade social inerente ao campo da informação e o espectáculo que é idiossincrático à TV. A consecução de cada um deles é, como veremos, tributária de escolhas permanentes, que, por seu lado, contribuem para uma determinada produção mediática da realidade.

Integrando um primeiro ponto, a responsabilidade social da informação será pensada em função de três problemáticas:

- a definição do conceito “*interesse informativo*”,
- a discussão acerca do modo como os jornalistas podem incorporar no seu trabalho as emoções daqueles com quem falam e daquilo que é intrínseco aos assuntos que abordam,
- a fixação do que é comum e do que é específico à informação da TV pública em comparação com a da TV privada.

O segundo ponto centrar-se-á na reflexão do espectacular, que será ponderado a partir de quatro interrogações:

- A informação televisiva reflecte a sociedade ou engendra um território?
- O *plateau* de um programa informativo é um palco de encenação?
- A informação televisiva dirige-se aos sentidos ou ao pensamento?
- Os programas de informação circunscrevem-se ao valor de troca?

1. A informação enquanto campo de responsabilidade social

A informação como produtora e reprodutora de conhecimento exige uma maior responsabilização do jornalista. Estamos aqui perante uma ideia próxima da *doutrina da responsabilidade social*, elaborada no pós-guerra, especialmente no contexto cultural anglo-americano, caracterizado por um certo *laissez-faire* (Nerone: 2002). De acordo com Mário Mesquita (2003: 270), haveria ali “*um clima de forte criticismo perante uma comunicação social cujo comportamento era considerado subserviente às grandes empresas e aos anunciantes, resistente à mudança social, superficial e sensacionalista, contrário à moral pública e desrespeitador da intimidade da vida privada*”. Nesse contexto, criava-se um novo enquadramento para o campo da informação jornalística, apelando para a responsabilidade do jornalista perante a sociedade em geral e o respectivo público em particular, o que implicava a apologia de outros valores profissionais (autonomia, independência...) e outros desafios para a profissão (incremento do debate político, defesa dos direitos individuais...)

Identificar a informação com a responsabilidade social inerente a determinada configuração da realidade implica falar desse campo em termos de *saber*, minimizando as teses que vêm no discurso jornalístico uma forte instância de *poder*. Mário Mesquita (2003: 72) coloca esta questão em termos bastante assertivos:

“A invocação do jornalismo enquanto poder conduz a resultados perversos do ponto de vista da afirmação da legitimidade da presença do jornalista no espaço público. Se os media fossem considerados poder – em plano idêntico aos poderes republicanos de Montesquieu – então a intervenção do jornalista no espaço público teria de ser encarada noutros termos, colocando-se inevitavelmente as questões da representatividade e mandato.”

Esta concepção do campo informativo enquanto espaço de *saber* e de construção social da realidade não subtrai responsabilidades aos produtores de informação. Pelo contrário: conforma renovadas atitudes profissionais e a criação de “*mapas*” pertinentes para os respectivos públicos.

As problemáticas que discutiremos neste ponto correspondem a tópicos distintos, mas cada uma a seu modo contribui para transformar a informação num espaço propício ao exercício da cidadania, com ressonância na vida dos respectivos receptores e respeitador dos valores individuais daqueles que são alvo de mediatização, através dos quais se reconfiguram as relações sociais que são exteriores ao pequeno ecrã.

1.1. O interesse informativo

Na informação jornalística, estabelece-se, por vezes, uma oposição entre *interesse* e *importância*, associando-se ao primeiro conceito uma ideia de lúdico, de invasão de privacidade ou de trivial e ao segundo questões mais sérias, de índole pública e estruturantes daquilo que configura a sociedade. Por outro lado, também é costume opor *interesse público* ao *interesse do público*, querendo significar com a primeira designação aquilo que importa saber e com a segunda aquilo que agrada às audiências, circunscrevendo-se a um certo *voyeurismo*. Haverá certamente temáticas mais importantes do que outras; haverá igualmente tópicos que suscitam mais a atenção do público, sem, no entanto, terem uma repercussão significativa na vida de cada um, estando ali apenas ao serviço da distração daquele que os consome; haverá ainda tópicos que nunca deveriam integrar uma agenda noticiosa, principalmente na forma que adquire a respectiva mediatização. Todavia, as relações de oposição entre *importante* e *interessante* são atravessadas por uma certa simplificação que, por vezes, carece de fundamento. No livro intitulado *Por qué Interesan las Noticias*, o investigador Juan Ramón Muñoz-Torres manifesta discordância relativamente à oposição dos termos *interesse* e *importância*, na medida em que, na sua opinião, se separa o que, de facto, está unido: “É preciso violentar a sinonímia que existe etimologicamente entre *interessar* e *importar*. *Importância* e *interesse* partilham o mesmo campo semântico” (2002: 87). Recuemos, pois, à raiz etimológica desses conceitos. “*Interesse*” deriva por substantivação do verbo *interessar*, ou, em latim, *interesse*, que significa “*estar entre, participar, importar*”. *Importante* tem a sua origem no verbo latino *importāre*, que quer dizer “*trazer para dentro, introduzir, suscitar*”. Ambos os vocábulos significam aquilo que não nos é indiferente, que nos mantém atentos a qualquer coisa, que nos envolve e suscita vontade de saber. Seguiremos essa etimologia e tomaremos o *interesse informativo* em associação com aquilo que é *importante*, que importa saber.

E o que importa saber, quando falamos em informação televisiva dos canais generalistas? Tudo, poderíamos afirmar. A vida de todos os dias, o que afecta o cidadão comum e as elites ou, por outras palavras, as maiorias e as minorias, o que está próximo e o que permanece distante, o que é familiar e o que é estranho. Seria este um projecto condenado, à partida. Não há tempo, nem espaço na grelha para tudo, nem tão-pouco um programa é capaz de albergar tal diversidade, mesmo os noticiários diários. É preciso, pois, estabelecer prioridades: seleccionar. Nesse processo de *gatekeeping*¹³¹, os “*valores-notícia*”, ou seja, as qualidades que reúne o acontecimento constituem um importante instrumento de selecção que, no entanto, não actuam de forma isolada. A natureza do *medium*, os avanços tecnológicos, a disponibilidade financeira, a política editorial, o formato e o público-alvo constituem vectores que condicionam a hierarquia dos “*valores-notícia*” a ter em conta quando se decide o tema e os convidados de determinada emissão televisiva. Das tipologias que se conhecem, o *interesse* está sempre presente, ora de forma explícita, ora subjacente a cada

¹³¹ Cf. White, David Manning (1993). “O ‘gatekeeper’. Uma análise de casos na selecção de notícias”. In Nelson Traquina (org). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja.

critério de noticiabilidade. Constituindo a primeira tentativa para identificar de forma sistemática os factores que influenciam o fluxo de informação noticiosa (*news-worthiness*), Galtung e Ruge (1965) enumeram doze “valores-notícia”¹³²: frequência, amplitude do evento, clareza, significância, consonância, inesperado, continuidade, composição, referência a nações de elite, referência a pessoas de elite, personalização, negatividade (*in* Traquina, 2002: 179). Desta proposta, não consta o conceito de *interesse*, mas em cada um dos “valores-notícia” enunciado está implícita a preocupação de colocar os consumidores de informação *entre* aquilo que se diz, em provocar neles um desejo de conhecimento daquilo que é alvo de mediatização. A componente finalista é, aliás, um traço distintivo da noção de *interesse*. “*O que interessa interessa a alguém para*”, sublinha Muñoz-Torres (2002). De certa forma, esta interpretação retira os temas que apenas cultivam o *voyeurismo* das audiências do campo semântico do *interesse*. Uma emissão que publicite a dor dos convidados, que explore a vida privada de figuras públicas, que ceda a palavra apenas a uma das partes envolvidas num conflito, interessa a alguém para quê? Se a resposta não ultrapassar a mera distração (que frequentemente faz perder o sentido da realidade), não estaremos a falar de informação, nem tão-pouco de interesse informativo.

Poder-se-ia, pois, perguntar quem define o interesse informativo? Os promotores, os construtores ou os consumidores de informação¹³³? Os três, mas em diferentes graus. Quem se constitui como fonte de informação ou como interlocutor privilegiado em determinada temática pode, através de canais variados, tornar-se frequentemente notícia e, como isso, adquirir uma visibilidade mediática que lhe permita entrar no processo circular de informação que os *media* potenciam¹³⁴. Os produtores da informação, dispendo de uma liberdade controlada por constrangimentos diversos (enquadramentos legais, conjunturas económicas, evoluções tecnológicas, condicionalismos organizacionais, rotinas profissionais, etc.), também delimitam aquilo que pode ter interesse converter em informação jornalística dentro de determinado género (entrevista, debate...). O público, ao consumir certos produtos informativos, está, de certa forma, a apoiar e a reforçar as escolhas feitas. Esta tríplice funciona como parte integrante de um processo que apenas faz sentido com a conjugação de cada uma das partes. Neste contexto, seguimos de forma particular uma delas: a instância produtora de informação, ou seja, quem decide o que é e como é mediatizado. Este actante é, aliás, destacado por alguns investigadores dos *media*. Daniel Cornu, por exemplo, afirma o seguinte (1999: 275):

“*A realidade do mundo, tal como os media a apresentam, constrói-se mais nas salas de redacção do que no terreno, mais por colectividades do que por indivíduos. Construção e reconstrução da realidade.*”¹³⁵

¹³² Há outras propostas no que diz respeito aos “valores-notícia”. Cf. Fishman, Gans, Hartley, Wolf, McQuail ou Rodrigo Alsina.

¹³³ Socorremo-nos aqui dos três vectores usados por Molotch e Lester para falar da construção noticiosa (*in* Traquina, 1993).

¹³⁴ A propósito do crescente poder de iniciativa dos promotores da informação, o investigador luso-brasileiro Carlos Chaparro fala em “*revolução (ou institucionalização) das fontes*”.

¹³⁵ A ênfase nas estruturas que suportam o trabalho informativo é seguida pela teoria organizacional que faz o contraponto à teoria de acção pessoal. Aí desvaloriza-se a acção individual para se destacar o poder das organizações. Um dos principais apologistas dessa teoria é Warren Breed, cujo artigo “*Controlo social na redacção: uma análise funcional*” é uma referência para este tipo de enfoque.

Quem trabalha em informação não é um mero observador passivo daquilo que se passa, mas um participante activo na construção da realidade. Poderíamos aqui lembrar as teorias do *agenda-setting* ou da *espiral do silêncio* a que já aludimos no Capítulo 1 para afirmar que tudo o que os *media* tratam, nomeadamente a televisão, tem repercussões importantes nos indivíduos, em particular, e na sociedade em geral. Ao fazer de um campo social objecto de sucessivos debates e ao ignorar outros, um programa de televisão está a colocar em público determinados tópicos e agentes sociais e a atirar para a margem outros assuntos e interlocutores. Esse processo de escolha não termina com a formação dos *plateaux* de informação. Quem conduz a emissão televisiva procederá a novas escolhas: a quem dá a palavra mais vezes, que perguntas coloca, como exerce o princípio do contraditório, como gere a interacção entre os diferentes convidados... Dessas decisões resultará um desenho específico daquilo que é mediatizado e que afectará, em graus variados, a geografia da vida social. Castelló Mayo, invocando as teses de Joshua Meyrowitz¹³⁶ (1985), fala, a esse respeito, em “*efeitos ecológicos*” intrínsecos a essa produção mediática da realidade social (2004: 19-28). Significa isso que o processo de *gatekeeping* tem repercussões significativas quer no espaço público, quer no espaço privado, o que implica responsabilidades acrescidas para quem está incumbido de, por um lado, escolher temas e convidados e, por outro, de conduzir determinado programa de informação.

Em todo o processo informativo, o público-alvo é (ou deveria ser) uma referência daquilo que se faz. Se a instância receptora é o fundamento da actividade dos jornalistas, é preciso que ela demonstre *inter-esse* por aquilo que se mediatiza, ou seja, que esteja *entre* aquilo que é alvo de tratamento informativo. Os profissionais da informação tendem a pensar que o seu trabalho tem relevância, corresponde a necessidades sociais, reúne interesse. No caso dos canais generalistas de televisão, que dispõem de um amplo e heterogéneo público-alvo, coloca-se a seguinte pergunta: como se conhece aquilo que interessa aos telespectadores? O que sabem os jornalistas daqueles para quem o seu trabalho se dirige? Poder-se-ia contrapor os estudos de audiências que contabilizam o número de pessoas que assiste a determinada emissão e que exploram ainda alguns elementos acerca do perfil desses telespectadores (idade, profissão, origem...). Serão esses dados muito redutores: o conhecimento quantitativo nada diz acerca do modo como as audiências se relacionam com os produtos mediáticos. Na ausência de estudos qualitativos, os jornalistas que trabalham em televisão sabem muito pouco acerca daqueles que vêem televisão. Neste contexto, que tipo de relacionamento se mantém entre essas duas instâncias? Rodrigo Alsina (1989: 161-162) alude a um “*modelo autista*”, em que prevalece apenas aquilo que o jornalista pensa ser importante/interessante. Não sendo tão radical, Denis McQuail fala em “*imagens da audiência*” que os jornalistas constroem como extensões do seu próprio mundo (1992b: 86). É célebre a expressão “*olfacto do jornalista*” não só para descobrir as notícias, mas também para saber distinguir o que é interessante. No livro *Cartas a um Jovem Jornalista*, Juan Luis Cebrián (1998: 14) define assim as qualidades de um bom jornalista:

¹³⁶ A referência aí é a seguinte obra: *No Sense of Place: The impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.

“Uma das principais condições é a curiosidade. Os filósofos chamavam a isso capacidade de assombro, que implica uma certa ingenuidade de espírito, um amor ao novo, um estar disposto a deixar-se surpreender cada manhã (...) O bom dos jornalistas, dos jornalistas assim sem mais nada, é que se interessam por tudo.”

Cebrián fala de qualidades intrínsecas a uma comunidade profissional, omitindo aí um pólo não-negligenciável dessa procura do surpreendente, do interessante: o público. As competências de um jornalista ultrapassam, assim, a necessidade de se conhecer, de facto, o que é relevante para os receptores. Como lembra Warren Breed (*in* Traquina, 1993), a cultura da redacção dos *media* coloca os jornalistas na partilha de códigos comuns, apreendidos por osmose, através dos quais se distingue o que pode constituir informação relevante numa determinada empresa mediática, sem, no entanto, se estabelecerem elos efectivos com as comunidades receptoras. Em todo o processo informativo, o público está presente de forma latente naquilo que se faz (é preciso satisfazê-lo), mas consubstanciado numa certa imagem abstracta. O paradoxo ao nível da expressão pretende aqui reflectir a natureza contraditória desse relacionamento. Poder-se-ia dizer que quem produz informação e quem a consome partilham entre si o mesmo “*horizonte social cognitivo*”. É verdade, mas esse espaço social e cultural que poderá ser comum a produtores e consumidores da informação não garante que o interesse dos primeiros coincida com o dos segundos, até porque à classe jornalística estão subjacentes outros universos com constrangimentos que o público, a maior parte das vezes, ignora: a concorrência entre as empresas mediáticas, uma cultura profissional que compete pelo *furo jornalístico*, os constrangimentos inerentes ao formato de determinado programa televisivo, etc.

Afirmando que os jornalistas exercem sobre a realidade “*um efeito ecrã que, ao mesmo tempo que enfatiza e focaliza, também remete, no mesmo passo, ao silêncio ou à penumbra e impede a apreensão da realidade social*”, Manuel Pinto (2000c: 37) defende ser fundamental integrar nesse processo a instância receptora, para a qual reivindica funções mais activas. Os cidadãos, na sua perspectiva, deveriam assumir novas formas de participação. Para isso, seria preciso desenvolver uma educação para os *media* e para a cidadania que, em Portugal, continua ainda por fomentar. Só assim se promoveria aquilo que subjaz ao conceito de *interesse: estar entre*. Esse movimento de *implicar* o público, de trazer o receptor para dentro daquilo de que se fala, não se coaduna com lógicas unidireccionais, embora se acredite que, por exemplo, o tratamento de temas do quotidiano ou a cedência pontual da palavra ao cidadão comum democratizem os conteúdos televisivos. Essa é uma forma bastante redutora de participação. O interesse informativo evidenciar-se-ia, sobretudo, em estratégias que visassem uma maior e efectiva participação do público, ou seja, em processos bidireccionais que poderiam ser concretizados através de canais diversos (*mails, blogues, fórum virtual, institucionalização da figura do provedor...*), promotores da inclusão dos cidadãos naquilo que é tratado na informação televisiva, nomeadamente em programas feitos ao ritmo semanal, com mais tempo e espaço para implicar os públicos de forma real.

Embora reconheça a actualidade de “valores-notícia” fixados há algumas décadas, Schudson (1991) diz ter havido, nos últimos anos, uma mudança na forma de apresentar os factos: o estilo tornou-se mais intimista e menos formal, enquanto os jornalistas apresentam uma maior agressividade e vontade, pelo menos teórica, de se distanciar das matérias que tratam. Gérard Imbert (2003: 49) acrescenta os novos regimes de visibilidade que a TV tem imposto e que instauram um “saber-mosaico” que trivaliza o saber puramente racional. De facto, no século XXI a enunciação televisiva é diferente daquela que tínhamos num passado ainda recente: o sensível estrutura cada vez mais o discurso informativo, os quadros visuais galgam os discursos mais racionais, feitos através da palavra oral. Funcionando num paradigma que dá primazia ao visível sobre o inteligível (*videopolis*), que privilegia as emoções em detrimento do pensamento, que valoriza o espaço privado em relação ao domínio público, a informação televisiva mover-se-á por outros interesses, mas isso não a desvia da responsabilidade social que lhe está intrínseca. Para além de dar a ver aquilo que se passa, convém de igual forma fazer entender a realidade que mediatiza, ou seja, contextualizar, enquadrar, explicar. Se assim não for, as audiências permanecerão do lado de fora da imagem que se transmite. Neste quadro, os princípios éticos e deontológicos tornar-se-ão mais exigentes; a implicação do público, uma necessidade; e a ecologia das imagens e dos discursos televisivos, um desafio a que os profissionais da televisão, nomeadamente os jornalistas, devem responder de forma positiva. Fazemos aqui referência a uma ética da responsabilidade que deve envolver os profissionais da informação televisiva, mas também os promotores e os consumidores desses programas informativos. É verdade que concedemos amplo destaque aos primeiros e enfatizamos particularmente a necessidade de envolver de forma efectiva os públicos em todo o processo informativo, mas gostaríamos de sublinhar que a intervenção daqueles que participam como fontes/interlocutores dos jornalistas é igualmente fundamental na construção do interesse informativo.

Para o italiano Stefano Rodotà (2000: 211-229), qualquer que seja a evolução das novas tecnologias na sociedade, o aprofundamento da democracia caberá sempre ao cidadão. A sua referência é o universo digital, mas poder-se-ia aplicar o mesmo raciocínio aos conteúdos audiovisuais: quaisquer que sejam as mutações por que passa o discurso televisivo, os telespectadores devem procurar relacionar-se com a informação veiculada pelo pequeno ecrã enquanto cidadãos e não como consumidores. Hoje, o exercício da cidadania será diferente daquele posto em prática num passado recente, mas a sua importância manter-se-á actual. De acordo com Paquete de Oliveira (2000: 147), “vivemos hoje numa dimensão mais alargada e complexa da cidadania que não encurta a responsabilidade do seu exercício, antes a torna mais exigente e actuante”. Se a TV não disponibilizar muitos canais de diálogo com as audiências, estas hoje dispõem de meios para reagir àquilo que (não) lhes é proporcionado (*blogues*, cartas ou... a capacidade de desligar o televisor).

1.2. Os desafios que as emoções colocam aos jornalistas

As emoções são importantes no jornalismo? Os programas de informação televisiva podem incorporar discursos onde se evidencia a componente emocional dos convidados? Será legítimo os jornalistas interpelarem os seus interlocutores centrando-se nas emoções que estes são capazes de verbalizar em relação a determinada temática/situação? A nossa resposta a estas questões é afirmativa, mas pressupõe responsabilidades acrescidas para quem faz informação, principalmente nos meios audiovisuais, onde a exposição das pessoas é maior. Antes de discutir a presença das emoções no campo jornalístico, recordamos o seu lugar nesta “*modernidade tardia*”.

Como já explicámos, o espaço público é hoje atravessado por códigos do domínio privado e a esfera pública é penetrada por estilos de vida que condicionam a forma como gerimos a nossa privacidade. Num mundo em equilíbrio precário, que nos faz movimentar por diferentes campos sociais (da família, do trabalho, do lazer...) que, por seu lado, são modelados por influências diversas e por uma permanente reorganização do tempo e do espaço, cada um a seu modo procura narrativas biográficas coerentes. É isso que constitui aquilo a que Giddens chama “*o projecto reflexivo do self*” (1994: 4), através do qual cada actor social constrói a sua identidade, revelando-se aí uma certa autonomia da acção. Esse processo desenvolve-se através de escolhas intencionais que não subtraem ao indivíduo a sua componente emocional. Giddens não lhe dá particular ênfase, mas também não a desvaloriza. Na obra *Transformações da Intimidade: sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas* (1996b), este sociólogo afirma que as pessoas conhecem-se a si próprias através da apreensão emocional das suas necessidades e aspirações. Aí está um modo particular de inserir as emoções na estruturação social que, com outras variantes, é extensível a vários estudos sociológicos que insistem na progressiva preocupação que o indivíduo manifesta ter consigo próprio.

Fechado num certo individualismo ou procurando estar junto dos outros através de múltiplas “*colas do mundo*”, o actor social sabe que as emoções constituem um elemento presente nas estruturas e processos sociais e, sobretudo, na forma como lida consigo e com aquilo que lhe é exterior. Intrínsecas a cada indivíduo, as emoções têm manifestações diferentes conforme os contextos, as pessoas e também as classes. De acordo com Barbalet, os grupos populares seriam aqueles que manifestariam as suas emoções de forma mais visível (2001: 251). Sabendo-se sem poder em vários campos sociais, o cidadão comum percebe que pode ser protagonista da sua própria vida, reduzindo, por vezes, ao seu *eu* (quase) todo o mundo fenomenal. Esta é, pois, uma situação conjuntural, resultante de certos estilos de vida, mas convém juntar aqui uma perspectiva mais ampla: a que toma as emoções como intrínsecas ao indivíduo e as julga fundamentais para a acção social.

A valorização das emoções como parte fundamental de qualquer comportamento racional é relativamente recente. O passado devolve-nos várias figuras que insistiram, a partir de diferentes campos, na oposição entre o *sentir* e o *pensar*, como que seguindo esta máxima: se existo porque penso, estou perdido porque sinto. Não era isso que caracterizava o herói romântico, cativo do seu lado emocional e esquecido das suas obrigações sociais? Por muito tempo, notou-se uma certa dificuldade em aceitar as emoções como base da razão. No entanto, em determinados períodos, houve quem chamasse a atenção para essa componente da vida individual e social. Foi o caso, por exemplo, de Darwin, James e Freud, que, no século XIX, se detiveram no estudo da emoção, concedendo-lhe um lugar privilegiado no discurso científico¹³⁷. Nesse tempo, sociólogos como Tocqueville, Le Bon, Durkheim, Simmel também reconheciam as emoções como uma variante explicativa com alguma importância no estudo da acção social. Já na primeira metade do século XX, as ciências cognitivas minimizaram a vertente emocional do indivíduo e correntes sociológicas como o funcionalismo enfatizaram as bases racionais da acção social, nomeadamente nos sistemas de acção instrumental.

As emoções viriam a adquirir outro vigor para a compreensão do agir do homem com certas investigações sociológicas e, sobretudo, com pesquisas das Neurociências dos finais do século XX. Barbalet (2001: 39-40) aponta algumas iniciativas que demonstram a crescente importância que as emoções ganharam nos últimos anos entre os sociólogos: em 1984, foi fundada a *International Society for Research on Emotions*; em 1990 criou-se a secção de *Sociologia das Emoções* da Associação Sociológica Americana; em 1990, foi formado o *Grupo de Interesse para a Sociologia da Emoção* dentro da Associação Sociológica Britânica; em 1992 instituiu-se um painel de *Sociologia das Emoções* na Conferência Anual da Associação Sociológica Australiana. O desenho desta área específica da Sociologia consagrada às emoções revela, pois, o crescente interesse da comunidade científica por esta problemática. Mas talvez tivesse sido no campo das Neurociências que as emoções conquistaram maior notoriedade. Aí, António Damásio foi um dos principais impulsionadores de estudos que congregam a racionalidade com a emotividade: no livro *O Erro de Descartes*¹³⁸, o cientista contrariou as teses daqueles que defendiam a separação entre o corpo e a alma; na obra *O Sentimento de Si*¹³⁹ (2000), deteve-se no papel da emoção e do sentimento na construção do “Si”; em *Ao Encontro de Espinosa* (2003) procurou a “*biologia*” dos sentimentos. A valorização conjunta do

¹³⁷ Num ensaio intitulado “*O sentimento da racionalidade*”, William James afirmava que “*a abstracção absurda de um intelecto é idealmente tão inepta quanto é na realidade impossível*” (apud Barbalet, 2001: 73). Apesar de atribuir particular importância à emoção, Freud encarou-a como parte integrante do *id*, algo de instintivo e não como algo que se relaciona com o pensamento.

¹³⁸ Distinguindo a corpo da mente, Descartes identificava as emoções com a parte física do Homem e a razão com o pensamento, não admitindo qualquer relação entre ambos.

¹³⁹ António Damásio distingue “*emoção*” do “*sentimento*”. No livro *Ao Encontro de Espinosa* escreve isto para distingui-las: “*As emoções desenrolam-se no teatro do corpo. Os sentimentos no teatro da mente. As emoções e as várias reacções que as constituem fazem parte dos mecanismos básicos da regulação da vida. Os sentimentos também contribuem para a regulação da vida, mas a um nível mais alto. As emoções e as reacções com elas relacionadas parecem preceder os sentimentos na história da vida e constituir o alicerce dos sentimentos. Os sentimentos, por outro lado, constituem o pano de fundo da mente*” (2003: 44). Neste trabalho, não faremos esta distinção, uma opção tomada, por exemplo, por David le Breton (1998), que, depois de assinalar as diferenças, opta por identificar ambas as realidades como “*emoções*”. Será isso que faremos também.

“emocional” e do “racional” é permanente no trabalho deste cientista. Apresentando as emoções como “curiosas adaptações que fazem parte integrante do mecanismo através do qual os organismos regulam a sua sobrevivência” (2000: 75), Damásio leva em linha de conta o facto de a componente emocional condicionar a regulação homeostática, concluindo, então, que as emoções não só proporcionam fontes de energia como também “estão sempre prontas a evitar a perda de integridade que denuncia a morte” (Damásio, 2000: 76). Outra das suas funções é serem um elemento activo nos processos de raciocínio e de tomada de decisões¹⁴⁰, justificado por Damásio através do “estudo de indivíduos inteiramente racionais no modo de conduzir as suas vidas até ao momento em que, como resultado de uma lesão neurológica em áreas específicas do cérebro, perdem um determinado grupo de emoções e, ao mesmo tempo, perdem a sua capacidade de tomar decisões racionais” (2000: 61). De forma alguma se defende que as emoções se substituem à razão, antes se advoga que constituem um adjuvante em decisões que se julgam racionais, “sobretudo no que diz respeito a assuntos pessoais e sociais que envolvam riscos e conflitos” (Damásio, 2000: 62).

A valorização da componente emocional dos indivíduos é retomada por alguns investigadores sociais, principalmente por aqueles que estudam o quotidiano. Por exemplo, Michel Maffesoli refere, noutros termos, essa urgência em atender aos processos emotivos subjacentes aos actos cognitivos. Na sua perspectiva, há que “levar em linha de conta o aspecto instituinte das coisas mais do que o aspecto instituído”, acrescentando ser necessário “recuperar o que vem de baixo, a sociabilidade que nasce com a componente do afecto que lhe está inerente” (1996: 238). O laço emocional revela-se, assim, como um meio de agarrar melhor o vivido. No livro *O Eterno Instante*, o sociólogo fala na importância de se criar um “pensamento do ventre” (2001: 181), ou seja, uma atitude que tome em consideração as emoções enquanto expressões sociais. A esta posição está subjacente a ideia de que hoje se opera um regresso a outra maneira de nos relacionarmos com a realidade e com os outros. Maffesoli já havia falado na “feminização do mundo” (1996: 153). Como já afirmámos, o sensível deixou de estar acantonado no domínio privado, estruturando cada vez mais um quotidiano assente em afectos postos em jogo na cena pública em busca de novas realidades. Essa “razão sensível” será, segundo Michel Maffesoli (2001: 154), “um dos valores mais prometedores para os decénios vindouros”. É nela que encontramos, segundo este sociólogo, o elo que se estrutura enquanto “cola do mundo” e de que resulta uma certa “viscosidade social”, situada na ordem da experiência vivida e percebida através de diferentes sentidos. Talvez seja pertinente recordar que, do

¹⁴⁰ António Damásio refere três tipos de emoções: “emoções primárias ou universais” (em número de seis – alegria, tristeza, medo, cólera, surpresa ou aversão – detectáveis em termos da sua expressão facial e pela facilidade com que são reconhecidas e pré-organizadas, ou seja, intrínsecas à pessoa); “emoções secundárias” (em número variável, por exemplo, a vergonha, o ciúme, a culpa ou o orgulho... sendo essas emoções modificáveis pela aprendizagem, portanto, sujeitas a um processo de socialização); e “emoções de fundo” (também em número variável – integrando-se aqui, entre outras, o bem-estar, a calma ou a tensão, a harmonia, a discórdia – sendo mais dirigidas para o interior do que para o exterior, e observáveis pelos outros através, por exemplo, da postura corporal, da velocidade e contornos dos nossos movimentos, do grau de contracção dos músculos faciais, do tom de voz ou da prosódia).

ponto de vista etimológico, *consenso* é formado por *cum* + *sensualis*, implicando que a união¹⁴¹ de pessoas à volta de determinada temática se cumpre não por meio de uma abstracção ou racionalidade, mas sobretudo através do sensível. Assim, poder-se-á retirar as emoções da exclusividade do domínio privado, situando-as no espaço público com a mesma vitalidade atribuída à racionalidade. “*Podemos falar de ambiência afectiva*”, arrisca Maffesoli (1993: 66), garantindo que hoje há uma nova ordem social desenhada por uma comunicação através da qual se evidencia um quotidiano feito de agregações, muitas vezes a distância, que reflectem o desejo de viver experiências em conjunto, muitas vezes de forma vicária.

É neste ambiente que o audiovisual conquista a sua importância. Para além de absorver este *air du temps*, a comunicação televisiva, estruturada pela imagem e pelo som, também se revela propícia a eventos expressivos e dinâmicos, estando mais apta a mediatizar sensações do que a dar lugar à exposição de raciocínios lógicos. A expressividade da palavra, sobretudo em televisão, será tanto maior quanto o grau de emotividade que comportar. E é essa preferência que, por vezes, o jornalismo manifesta ter em relação a um discurso acentadamente fático que merece a alguns investigadores reparos de vária ordem, não se diferenciando contextos, pessoas ou formatos. Por exemplo, García Avilés (1999) defende que pela TV apenas se tem acesso àquilo que “*se move, aos sentimentos e às emoções*”, concluindo, desse modo, que “*o visível aprisiona o visível*”. Talvez abundem no jornalismo audiovisual exemplos de uma informação que aproveita as emoções para com elas construir espectáculos degradantes da dignidade humana, mas isso não legitima posições que visam sanear as marcas emotivas do discurso informativo veiculado pela TV, até porque isso seria um exercício condenado ao fracasso e, mesmo que fosse viável, subtrairia à comunicação televisiva grande parte da sua riqueza expressiva.

Se as experiências emocionais dos actores sociais estão cada vez mais disseminadas no espaço público contemporâneo e são reconhecidas como parte integrante da racionalidade do indivíduo, será legítimo (ou possível) expulsá-las do campo da informação, nomeadamente da informação televisiva? A (nossa) resposta é óbvia, considerando inviável qualquer tentativa de opor as emoções à informação ou de atribuir uma carga pejorativa aos traços emotivos da comunicação televisiva, nomeadamente no campo da informação. Determinados assuntos implicam uma interpenetração do afecto e da cognição ou a valorização de uma das partes, sem que haja uma perda de informação. Por isso, antes de condenar a presença das emoções no discurso jornalístico, seria aconselhável interrogar em que medida elas poderão ser uma fonte de conhecimento. Como demonstrou a narratóloga Mieke Bal, razão e emoção são duas componentes

¹⁴¹ Como sublinha na sua dissertação de mestrado Eduardo Cintra Torres (2003), etimologicamente a palavra *emoção* chega ao português no século XVIII (e ao inglês no século XVI) do francês *émotion*, significando um motim popular inesperado, com o mesmo sentido do vocábulo *união*, usado em Fernão Lopes. Em ambos os casos, *émotion* e *união*, está patente o sentido colectivo.

fundamentais que toda a estratégia narrativa deve conseguir misturar (*apud* Masson, 1997: 346). António Damásio (2000: 336) ilustra esta afirmação através do seguinte exemplo:

“Se o leitor tiver alguém que lhe conte duas histórias comparáveis, com igual número de factos e que apenas diferem porque numa delas alguns dos factos têm um elevado conteúdo emocional, o leitor lembrar-se-á de um número muito maior de pormenores da história emotiva do que da outra.”

Estes alertas não constituem uma novidade. Reportando-se ao sofrimento, Aristóteles, na *Retórica*, já sublinhava a importância de o discurso comportar aspectos emocionais, capazes de persuadir acerca da veracidade do mesmo aqueles que o escutam, tornando-o aos seus ouvidos mais compreensível, porque também evidenciando mais autenticidade. Isto faz com que as emoções não devam ser tidas como uma manifestação irracional, mas como algo que ajuda a organizar o pensamento e a integrar a pessoa na complexidade do quotidiano.

Com alguma frequência as emoções são tomadas como sinónimo de sensacionalismo, sendo este quase sempre encarado como elemento perturbador da reflexão¹⁴². É curioso o facto de este conceito se referir a *sensação*, que etimologicamente deriva de *sensu*, significando “*sentido, acção de sentir, faculdade de se aperceber*”. Poder-se-iam definir as *sensações* como um fenómeno fisiológico que produz uma modificação no indivíduo, capaz de desencadear certos afectos, sem, no entanto, com eles se confundir. António Damásio chama às primeiras *emoções* e aos segundos *sentimentos*. Diferentemente da componente afectiva/sentimentos enraizada num tempo dilatado, as *sensações/emoções* são fenómenos que, apesar de intensos, são imediatos e passageiros. Tal como o jornalismo, acrescenta Marc Lits (2001) que, depois de realçar a natureza pontual das *sensações*, afirma isto: “*A informação poderia ser definida como essencialmente sensacional, já que se desenvolve a partir do princípio do imediatismo e da proximidade temporal ao acontecimento*”. Não é no conteúdo daquilo que se conhece que o investigador faz assentar a componente sensacional dos acontecimentos, mas na enunciação que a partir deles é construída, a qual, por seu lado, desenha uma determinada “*promessa*” de comunicação com o público. “*Não há sensação sem relação*”, lembra Lits, que faz emergir o sensacional do discurso mediático “*quando a enunciação se sobrepõe ao enunciado*”, procurando, através disso, chamar a atenção das audiências. Num livro em que trabalha empiricamente a noção de “*sensacionalismo*”, Gloria Awad (1995) identifica o sensacional com “*tudo o que pode produzir uma impressão de surpresa, de interesse ou de emoção*”¹⁴³ (1995: 11). Este campo semântico do surpreendente, do excepcional ou do extraordinário para o qual remete este conceito não coincidirá com alguns “*valores-notícia*” do jornalismo, particularmente do jornalismo televisivo? Com isso nega-se a realidade ou procuram-se, antes, novos ângulos para mediatizar a vida de todos os dias?

¹⁴² Não ignoramos que se promove frequentemente na informação televisiva a manipulação do sensacional, ou seja, a manipulação de factos susceptíveis de empolar *sensações*, mediante processos vários (descontextualizações, repetições, filmagens feitas de grandes planos, estratégias narrativas centradas no registo emocional, etc.).

¹⁴³ A tese de Awad integra uma concepção que encara o jornalismo “*enquanto construção social da realidade*”, por si decomposta em dois níveis: o primeiro actua sobre o *significante* (forma do texto), o segundo opera sobre o *significado* (dramatização do acontecimento).

Definindo o sensacionalismo como uma forma de colocar “*em jogo os sentimentos e o corpo e resgatar os códigos de um público que prefere um relato jornalístico que esteja mais próximo das suas preocupações e do seu quotidiano*”, Stella Martini (1999) afirma que esse registo dificulta a participação dos cidadãos na *res publica*, fazendo, simultaneamente, periclitar os fundamentos da democracia. Depois de sublinhar que um jornalismo assente na sensação se escuda sobretudo na exploração do espaço privado, a investigadora assegura que esse tipo de “*construção da informação apela mais para as representações e supostas expectativas dos públicos do que para a relação entre as agendas da sociedade e as agendas jornalísticas em termos de debate público*”. Não somos partidários de teses que identificam as emoções com o espaço privado e a razão com o espaço público. É certo que a crescente aproximação do jornalismo das modalidades dramáticas da enunciação obriga à discussão do triângulo “*informação-realidade-cidadania*”, mas isso não deve levar à defesa apriorística de que um relato jornalístico assente em sensações nos desvia irreversivelmente de assuntos de interesse público. Talvez o caminho seja o de analisar até que ponto essas representações televisivas são marcadas pelo esforço de compreender, explicar ou debater a actualidade ou se se caracterizam pela irrealdade, banalidade e leviandade.

Informar para a compaixão social será incompatível com uma informação que se dirige à consciência pública? Ao mostrar e ao discutir com os respectivos protagonistas a dor, a barbárie ou a injustiça, a televisão far-nos-á perder o sentido da complexidade da sociedade? Não é assim que pensa Luc Boltanski (1993). Actualizando a visão que Aristóteles deixa, por exemplo, na *Poética* sobre o envolvimento daqueles que assistem a manifestações dolorosas, o autor de *La Souffrance à Distance* refere que a televisão será hoje um meio privilegiado para convocar os cidadãos para um envolvimento em acontecimentos trágicos¹⁴⁴, embora também se reconheça nisso alguns perigos. Em *Olhando o Sofrimento dos Outros* (2003), Susan Sontag apela para uma “*ecologia das imagens*” que são alvo de mediatização. Poder-se-ia acrescentar a urgência de se promover de igual modo uma “*ecologia do discurso mediático*”, porque há imagens, e também palavras, que, em televisão, adquirem tal expressividade que facilmente poderão pôr em causa a dignidade daqueles que lhe dão corpo ou daqueles que são alvo desses discursos. A apologia de um jornalismo rigoroso e intransigente da defesa da dignidade humana não implica a exclusão de certas temáticas do audiovisual. Num artigo em que retrata a mediatização televisiva do funeral do rei Balduino da Bélgica, Philippe Marion (1994) refere precisamente a importância de se atender àquilo a que chama “*emoção mediática*”, que, na sua opinião, “*é suscitada em nós quando está impregnada do espírito específico do meio que a transmite*” (1997: 339-340). O investigador fala, a esse propósito, de uma

¹⁴⁴ Em 1895, Gustave Le Bon, com o livro *Psychologie des Foules*, referia o contágio que um discurso emotivo tem naqueles que o recebem. Em 1901, Gabriel Tarde sublinha também a constituição dessas “*multidões dispersas*” na obra *L’Opinion et la Foule*.

“*mediologia do afecto*”¹⁴⁵ que, nos últimos anos, tem sido objecto de alguns trabalhos académicos. Entre nós, salienta-se o estudo de Eduardo Cintra Torres (2003) sobre a mediatização da “*queda da ponte de Entre-os-Rios*” e do “*11 de Setembro*”, em que demonstrou nem sempre ser possível os jornalistas manterem-se equidistantes daquilo que relatam. Por vezes, o jornalismo pode não só levar a pensar em certos tópicos como também a fazer chorar, porque frequentemente os telespectadores se relacionam com aquilo que vêem através de emoções diferentes, como constatou empiricamente este investigador português.

Tudo isto obriga a uma reflexão sobre o jornalismo, cuja qualidade é muitas vezes aferida pela exclusão de elementos emocionais. Por vezes, tão importante como saber o que alguém pensa sobre determinado assunto é ver/escutar o que diz acerca das vivências que tem de determinada situação. A equação que identifica a informação com a razão e o espectáculo informativo com a emoção revela-se demasiado limitativa. Um programa televisivo que põe em cena uma conversação, nomeadamente um debate ou uma entrevista, necessita de discursos pontuados pelo racional e pelo emocional. Se as relações interpessoais se processam no quotidiano através da troca de palavras, de gestos ou de posturas que reflectem permanentemente as emoções daqueles que aí estão envolvidos, seria possível retirar dos *plateaux* televisivos o que é idiossincrático a esse diálogo entre duas ou mais pessoas? É certo que determinados temas e convidados poderão ser propícios a um discurso mais racional ou emocional, mas isso não implica a exclusão de uma dessas componentes. Frequentemente é isso que acontece, porque se divide aquilo que se debate entre assuntos sérios e lúdicos e os interlocutores entre indivíduos de prestígio social/cultural/ económico e cidadãos comuns onde cabem todos aqueles que são excluídos do primeiro grupo. Ora, convém lembrar que o especialista também é capaz de pontuar o seu *saber sábio* com algumas marcas emotivas e o cidadão comum poderá dizer mais qualquer coisa para além de despejar os seus estados de alma perante uma audiência desconhecida. Talvez o primeiro esteja mais treinado para distinguir códigos públicos e privados e o segundo nunca tenha ouvido falar em tal separação. Para neutralizar estes desequilíbrios, exige-se uma postura atenta a esta problemática por parte de quem modera uma emissão informativa. No entanto, nem sempre os jornalistas estão habilitados para falar com o cidadão comum para além do registo emocional. Na investigação sobre os debates televisivos franceses a que já aludimos, Sébastien Rouquette (2001: 129) afirma que os profissionais da informação não sabem, por exemplo, conversar com um agricultor sobre o respectivo trabalho, centrando-se, por isso, em aspectos particulares que remetem para uma esfera mais privada do que pública e que pouco ajuda a compreender o que está em causa. Quando se trata de interrogar o cidadão comum a propósito de determinada situação/temática, os jornalistas tendem a forçá-lo a expor a sua intimidade. A estafada pergunta *o que sente?* poderia ser poupada, se os profissionais da informação percebessem que mais do que desencadear estados de alma, talvez fosse mais pertinente interpelar esses

¹⁴⁵ O termo “*mediologia*” foi proposto por Régis Debray e diz respeito ao estudo dos sistemas das condições materiais graças aos quais circula uma mensagem.

interlocutores acerca das causas, dos contextos ou das consequências do tópico que se procura compreender, sem com isso obviamente se excluírem as emoções do sujeito do discurso.

Duas pessoas não se emocionam da mesma maneira perante o mesmo facto. Confrontada com determinado dado, a mesma pessoa tem reacções diferentes conforme o lugar onde está. A (as) sincronia com a respectiva situação e a forma como o jornalista a actualiza perante determinadas pessoas desencadeia formas diversas de reagir... Quem fala expressará um grau variável de emotividade conforme aquilo que é, a situação em causa, o tempo que passou após a vivência de determinado acontecimento ou o lugar a partir do qual se desenvolve uma conversa mediática. Afirmando que uma emoção “*é sempre situada e, portanto, tem um contexto*”, Barbalet (2001: 119) sublinha a necessidade de a tomar enquanto “*fenómeno social*”, tributário de determinada situação. Radica aqui o interesse de atender ao modo como a televisão compõe o “palco” que torna possível a emergência de certos estados emocionais. Quem modera a conversa? Quem são os convidados que ocupam os *plateaux*? Como se formulam os tópicos em discussão? Que desenho apresenta o estúdio? Eis algumas questões que têm uma certa influência no comportamento dos convidados e que determinam o desenvolvimento de uma emissão. Barbalet (2001: 121-122) lembra que a emoção surge das relações estruturais da sociedade, constitui-se como base da acção que, por sua vez, afecta a estrutura social, quer reforçando os resultados actuais, quer levando a modificações nas relações entre os actores sociais. É isto que se passa também na TV, o que nos permite perceber melhor os motivos por que a informação televisiva é estruturante do espaço social e por ele estruturada ou, por outras palavras, absorve e reconfigura um espaço público cada vez mais privatizado onde as emoções não apenas se assumem como meios eficazes para desencadear uma acção, mas são, acima de tudo, importantes modos de alterações sociais.

Não podemos, no entanto, ignorar que as emoções são, muitas vezes, incorporadas no jornalismo ao serviço do lúdico, sobretudo em televisão, que parece encontrar aí uma estratégia de sucesso para conquista de dividendos comerciais fáceis. Constituindo-se hoje como uma indústria cultural poderosíssima, o entretenimento contamina cada vez mais a cultura do audiovisual. Todavia, há fronteiras a delimitar, nomeadamente a da informação, mais vulnerável a uma contaminação com conteúdos de diversão. Ao legitimar a presença das emoções no jornalismo, estamos conscientes de que destacamos aqui uma componente do discurso mediático que facilmente poderá resvalar para o desrespeito pela dignidade humana, para a violação da esfera íntima, para a ofensa ao bom nome das pessoas... Por isso, também sublinhamos a urgência de se promover uma ética exigente nos princípios, rigorosa nos métodos e intransigente na respectiva aplicação.

1.3. O que distingue e aproxima os canais privados dos canais de serviço público

Na nossa perspectiva, não há um jornalismo para o serviço público de televisão e um jornalismo para as estações privadas. Mas pode (deve) haver uma informação que será mais específica dos operadores públicos. No que diz respeito ao trabalho que desenvolvem, os jornalistas, trabalhando numa TV pública ou privada, têm as mesmas obrigações e os mesmos direitos: fazem parte da mesma classe com cujos elementos partilham princípios éticos e deontológicos e um quadro legal intrínsecos à profissão. No entanto, uma estação pública e uma estação privada não seguem, pelo menos teoricamente, a mesma engenharia de programação e as mesmas prioridades. No caso português, a RTP está submetida a um Contrato de Concessão de Serviço Público assinado com o Estado e a cláusulas legais específicas fixadas na Constituição da República Portuguesa e na Lei da Televisão que a obrigam a especiais cuidados. Embora estes normativos tenham sido alvo de sucessivos ajustamentos ao longo do tempo, mantiveram-se algumas linhas estruturantes, nomeadamente as que procuram retirar a programação do operador público de uma vertente mais comercial e, no caso da informação, as que impõem uma linha editorial diversificada e promotora de cidadania. Significa isso que a grelha de um canal generalista de serviço público, no que à informação diz respeito, não pode ser saturada de conteúdos de entretenimento, nomeadamente em horário nobre, devendo, antes, ocupar esse segmento com formatos que contextualizem acontecimentos, que promovam o debate social e que ajudem a dar relevância a realidades que permanecem na sombra. Também, dentro de cada formato, as prioridades de alinhamento poderão ser diferentes, embora a esse nível defendamos que as diferenças entre operadores públicos e privados devam ser diminutas. Aceita-se, porém, que no caso dos primeiros haja uma maior atenção ao equilíbrio/diversidade ou identidade nacional, embora aqui as prioridades tenham de ser estabelecidas de acordo com a relevância jornalística.

Percorrendo a vasta literatura sobre o serviço público de televisão, encontram-se algumas idiossincrasias inerentes a esses operadores. Agrupamo-las, aqui, em dois conceitos: os princípios e os valores. No que diz respeito aos primeiros, os principais serão:

- . **Princípio de continuidade:** diz respeito à regularidade de funcionamento esperada de determinada empresa pública (por exemplo: ininterrupta, nos hospitais; de acordo com a grelha anunciada, na TV). Em caso de paralisação da emissão, não é a administração a primeira vítima, mas o telespectador que se vê privado daquilo que quer ver e que ajudou a custear através dos seus impostos.
- . **Princípio de mutabilidade:** impõe à televisão pública uma adaptação constante à sociedade, para satisfazer o melhor possível as exigências dos utilizadores. Se a actividade dos operadores públicos

também passa pelo interesse do público, e como este se encontra em constante mutação, a palavra de ordem é a mudança.

. **Princípio da igualdade:** é uma extensão do princípio jurídico que coloca todos os cidadãos ao mesmo nível perante a lei, impedindo qualquer espécie de discriminação. Proporcionar o acesso gratuito de todos os cidadãos às emissões televisivas implica, para além de uma cobertura integral do território, a criação de dispositivos que permitam, por exemplo, fazer chegar o que se transmite através do som àqueles que não ouvem. A igualdade pode também ser concebida em termos de oportunidade de participação nos canais de comunicação. Isto pressupõe uma atenção equitativa aos valores das maiorias e das minorias. A igualdade será tanto maior quanto maior for a diversidade das emissões.

. **Princípio de neutralidade:** pressupõe que os serviços funcionem com vista a satisfazer o interesse geral, não cedendo a interesses particulares, manifestando-se como um princípio moral. Certos autores consideram a neutralidade como uma exigência do princípio da igualdade, mas, como lembra Jean-François Lachau (1989), o princípio da neutralidade diz respeito aos deveres que os serviços públicos têm para com os seus utilizadores, enquanto o princípio de igualdade tem subjacentes os direitos dos utilizadores face aos serviços públicos.

. **Participação dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos:** é um dos novos princípios invocados por Jean-Marie Pontier (1996: 95), considerado fundamental para uma maior democratização da sociedade.

Jay Blumler e Wolfgang Hoffman-Riem (1992b: 202) fazem coincidir os objectivos da televisão pública com os princípios que a norteiam. Só assim a actividade televisiva consegue desprender-se dos jugos normativos, podendo construir uma programação alicerçada em valores específicos – que Blumler designa como “*vulneráveis*”¹⁴⁶ – cuja apreensão se pretende que aconteça no interior da própria empresa por osmose e não pela força de qualquer legislação. Os princípios, já os conhecemos; apresentamos agora alguns dos valores que os estruturam:

. **Qualidade dos programas:** sobreposta às leis do mercado, a qualidade liga-se intrinsecamente à essência do serviço público de televisão, do qual se espera um contributo importante para a

¹⁴⁶ Termo apresentado pelo académico britânico Jay Blumler (1992: 22-41) para caracterizar os valores orientadores da televisão pública, contrapondo-os aos “*valores económicos*”, considerados estruturantes da televisão privada. Para Blumler, os “*valores vulneráveis*” merecem uma protecção institucionalizada, particularmente no seio da televisão pública.

inovação dos formatos televisivos, para a criatividade, para a capacidade de gerar debates de relevância social e para desenvolver a autenticidade e a riqueza expressivas dos conteúdos emitidos. A ligação da qualidade à promoção dos valores culturais é, com efeito, reiteradamente retomada pelos teóricos que estudam a televisão de serviço público. Para Gianpietro Mazzoleni (1992: 84-91), por exemplo, este valor reflecte-se no cuidado que há em proteger as obras criativas das agressões comerciais, resguardando-as particularmente dos cortes publicitários; no respeito pela dignidade da pessoa; na proibição de publicidade feita a produtos considerados nocivos (tabaco, álcool e drogas); ou na obrigatoriedade de difundir produções nacionais. Alargando o conceito de qualidade a toda a grelha de programação, poder-se-á afirmar que ela se traduz por uma procura constante de inovação. A tentação para repetir fórmulas já testadas é forte, mas os programadores devem correr riscos, fazer coisas novas, surpreender, incutindo no telespectador a ideia de que aquilo que vê é mais do que mero acaso (Broadcasting Research Unit, 1989: 3). Mais importante do que a variedade e a novidade é a não-trivialidade.

. **Diversidade:** Uma programação diversificada nos planos regional, político e cultural é o que se espera dos operadores públicos. Emitindo para um conjunto de cidadãos com modos de vida diferenciados, a televisão de serviço público, mais do que as estações generalistas privadas, tem obrigação de reflectir nas suas emissões realidades multiformes, não apenas aquelas que chegam às maiorias, mas também aquelas que se restringem a grupos minoritários. Ao mesmo tempo que satisfaz os interesses dos membros individuais de uma audiência, uma grelha diversificada promove a coesão entre grupos que habitam espaços físicos distintos e que estruturam o seu quotidiano através de sistemas específicos. Wolfgang Hoffmann-Riem (1992: 49) distingue diferentes dimensões a partir da diversidade:

- uma diversidade orientada para o indivíduo ou grupo, proporcionando-lhes oportunidades de expressão;
- uma diversidade vocacionada para os temas;
- uma diversidade integradora de realidades de diferentes áreas territoriais;
- uma diversidade de formatos.

. **Identidade cultural:** conscientes de que as identidades colectivas atravessam um período de turbulência, os investigadores dos *media* vêem no audiovisual um importante meio para consolidar a identidade cultural de um país. A fim de garantir a preservação deste valor, alguns países impuseram às estações de televisão, com incidência nos canais públicos, um reforço da língua nacional, serviços especiais para cada região e determinadas cotas de programas de produção nacional. Tendo como referência uma economia de TV mista, Jay Blumler e Wolfgang Hoffman-

Riem (1992b: 211) reclamam para os operadores públicos uma atenção às necessidades culturais mais autóctones. Paralelamente à cobertura dos sucessos nacionais, defende-se ser conveniente dar também a conhecer campos menos mediáticos. Por exemplo, o das artes.

. *Distanciamento face às fontes de financiamento*: invocando o exemplo da BBC, Denis McQuail (1992: 102) diz ser necessário o esforço de separar a publicidade dos conteúdos programáticos dos canais públicos de televisão a fim de se conquistar um outro valor considerado fundamental nos operadores públicos: a *autonomia*. Ligado a este valor encontra-se outro: a preocupação em impedir a transformação das emissões da TV pública em produtos comerciais. As consequências de uma excessiva comercialização dos programas televisivos são, segundo Jay Blumler, as seguintes: o entretenimento sobrepor-se-ia à informação, os acontecimentos dramáticos e espectaculares tomariam o lugar do espaço de análise e debate e os responsáveis pela programação orientar-se-iam mais pelo interesse do público do que pela sua missão de promover a cidadania.

Se a conjugação dos princípios com os valores aqui enunciados provocaria já uma plêiade de definições do serviço público de televisão, a ponderação das idiossincrasias do panorama audiovisual de cada país aumenta as possibilidades desse tipo de enunciação. Se não há uma única definição que remeta para a essência de uma informação de serviço público, encontramos várias posições que legitimam a sua especificidade no audiovisual. Centrando-se nos programas de informação dos canais públicos, Cebrian Herreros (1998: 137-138) expõe as seguintes linhas de acção:

- proporcionar uma visão global e contextualizadora dos factos;
- procurar o contraste de fontes diversificadas;
- fazer uma rigorosa depuração dos dados;
- promover o aprofundamento das consequências sociais, políticas e económicas dos factos;
- debater-se por um equilíbrio na cobertura territorial, social e cultural;
- introduzir um enfoque pluralista e imparcial nas opiniões veiculadas.

Não partilhamos com o investigador espanhol todos estes vectores, se isso significar a possibilidade da sua exclusão dos canais privados. No entanto, se isso expressar uma maior atenção por parte do operador público aos programas que emite, então será fácil reunir consenso. Nessa linha, poder-se-ia acrescentar ainda os cuidados a ter ao nível da forma, quer de expressão, quer de conteúdo. Ensaiar novas maneiras de dizer e de ver é o desafio que se coloca a um operador do qual se espera que seja uma referência de excelência para qualquer panorama audiovisual.

Em 2003, o grupo de investigação Mediascópico, coordenado pelo Professor Manuel Pinto, editou um livro intitulado *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público*¹⁴⁷, no qual vários investigadores apresentaram diferentes propostas para pensar o conceito de serviço público¹⁴⁸. Pela nossa parte, apontámos algumas linhas que poderiam ser levadas em conta ao nível da oferta televisiva dos operadores públicos. Nesse capítulo, para além de propostas concretas de programação, referimos um vector que tem sido alvo de alguma desatenção por parte da RTP ao longo dos anos: a ligação efectiva com os cidadãos.

Ouvir aquilo que os portugueses pensam acerca de questões que estão na ordem do dia seria uma forma de a televisão pública fomentar a criação de um espaço público mais interventivo. Essa auscultação alargada não pode ser feita (apenas) nos *plateaux* informativos, mas é possível disponibilizar meios que permitam esse tipo participação. Por exemplo, linhas telefónicas, endereços de correio electrónico, blogues... Cultivando o imaginário da *palavra democratizada*, esses espaços assumir-se-iam como uma espécie de “ágora” onde se desenvolveria uma cidadania do quotidiano. Se a ideia for a de implantar um serviço público orientado por uma lógica de cidadania, tornar-se-ia oportuno que a TV pública portuguesa criasse a figura do provedor do espectador¹⁴⁹ para que o cidadão encontrasse uma instância real de acção através da qual pudesse manifestar-se em relação àquilo que vê. A televisão pública francesa, por exemplo, dispõe de três provedores: dois para a informação e um para a programação. Este último cargo era desempenhado em 2000 por Geneviève Guicheney, uma mulher com larga experiência em televisão. Numa entrevista publicada no n.º 9 da *JJ*, aquela que na altura era provedora da programação da TV pública francesa¹⁵⁰ assegurava-nos que “a existência de um provedor é um sinal de que o serviço público de televisão não é igual às emissões difundidas pelos privados”. No fim da conversa, deixava os seguintes alertas:

“É preciso que os canais públicos manifestem estima pelos seus telespectadores. É preciso que haja alguém que lhes diga: ‘Sim, têm razão e eu vou encarregar-me de resolver o que está mal’. Temos que ser generosos para com os telespectadores, e isso é uma tarefa do serviço público.”

Para além da criação da figura de um provedor, um operador público poderia ter um papel importante na desmistificação do mundo da televisão. Um programa que explicasse os mecanismos de construção da actualidade noticiosa, que mostrasse como se prepara uma emissão e que destapassem alguns truques da ficção seria um espaço privilegiado para promover uma educação para os *media*, particularmente para as imagens televisivas. Porque tudo ver não significa tudo compreender, a TV pública seria o canal mais apto a acolher um formato que ajudasse a ler melhor as emissões televisivas.

¹⁴⁷ Esta obra foi reeditada em 2005 pela Editora Campo das Letras.

¹⁴⁸ Fidalgo, Joaquim “*De que é que se fala quando se fala em serviço público de televisão?*”; Pinto, Manuel “*Pensar e projectar o serviço público com a participação do público*”; Sousa, Helena e Santos, Luís António “*RTP e serviço público: um percurso de inultrapassável dependência e contradição*”; Lopes, Felisbela “*Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação*”; Gonçalves, Helena e Pires, Helena “*A publicidade e o serviço público de televisão (o caso RTP)*”.

¹⁴⁹ Até à data em que escrevemos este texto, a RTP continua sem ter criado a figura do provedor do espectador.

¹⁵⁰ No ano 2000, a provedora da programação da TV francesa recebeu 22 mil mensagens electrónicas e 900 cartas de franceses que exigiam, sobretudo, o respeito da televisão pública para com os telespectadores.

2. A informação televisiva como espaço onde o espectacular tem lugar

Poder-se-ia falar do espectáculo como algo que se desenvolve num espaço e num tempo “extraordinários”, que estabelece uma linha fronteira perceptível entre a realidade e a respectiva representação e que exige uma atenção singular da audiência. Não é bem assim que se concebe este conceito, quando aplicado à televisão. Não nos referimos a transmissões de festas, concertos ou peças de teatro, mas ao modo como determinadas emissões são apresentadas. O espectáculo televisivo não pode ser concebido como qualquer outro espectáculo, na medida em que nele se articulam dois contextos heterogéneos: o *contexto da cena espectacular televisiva* onde se produz uma certa realidade e o *contexto do universo doméstico* onde se recebe a mensagem televisiva. Partindo, por um lado, da raiz etimológica *spectaculum*, que significa tudo o que atrai e prende o olhar, e, por outro, das definições fixadas pelo dicionário que definem o *espectáculo* como “*um conjunto de coisas ou factos que se oferece ao olhar, capaz de provocar reacções*” e o *espectáculo espectacular* como algo que “*fala aos olhos e se impõe à imaginação*”, Dominique Mehl (1992: 85-86) conclui que “*a televisão só pode tornar-se cada vez mais espectacular*”. Não se depreenda que na mente desta socióloga estão apenas os programas de divertimento. Nas suas palavras, “*a informação televisiva é, por essência, espectacular*”, o que, na sua perspectiva, não será uma tendência a condenar, “*se o espectáculo [for] suficientemente rigoroso na mensagem que transmite*”. Num outro trabalho sobre aquilo a que chama a “*televisão da intimidade*”, a investigadora salienta um aspecto fulcral: “*No lugar de colocar em lados opostos o espectáculo e a reflexão, perguntemos se e como o espectáculo incita a pensar*” (1996: 181).

A compreensão da componente espectacular do jornalismo televisivo obriga, antes de tudo, a reconhecer as especificidades narrativas intrínsecas à televisão. No entanto, não é apenas dentro do pequeno ecrã que se encontram marcas dos espectáculos da realidade que emergem em cada cena mediática. Eles estão dentro da televisão, mas também estão fora dela. Como já assinalámos no Capítulo 2, nas últimas décadas houve importantes mutações no redimensionamento das esferas pública e privada, transitando de uma para a outra traços que lhes eram idiossincráticos. As emoções e a racionalidade não se ligam a uma determinada esfera. Sabe-se que a vida pública se caracteriza por uma certa encenação das práticas quotidianas e as vivências privadas por uma maior espontaneidade de manifestações pessoais, mas actualmente o íntimo está cada vez mais em público e o público habita progressivamente os espaços privados. Tal como os rituais, as máscaras, os papéis sociais e as representações, o espectáculo de realidades várias torna-se imanente à vida social, não se confinando a esferas específicas, como a religião ou a política, nem tão-pouco a lugares fechados. Ele está em toda a parte, colonizando o mundo físico e social. Segundo Michel Maffesoli (1990: 204), “*o carácter festivo tende a contaminar todas as manifestações da vida social*”. Subtrairão estas características o poder de informação a emissões pensadas para esse fim? Não seria também pertinente reflectir acerca das mais-valias que essas marcas do espectáculo constituem num programa que pretende ajudar os telespectadores a conhecer melhor a realidade social que os envolve?

2.1. A informação televisiva reflecte a sociedade ou engendra um território?

Hoje vivemos em territórios flutuantes, talvez porque também mudamos permanentemente de espaços. Nesse enraizamento dinâmico que o quotidiano obriga a fazer, muitos dos lugares aos quais nos ligamos constituem-se como entidades mentais. Pertencemos a micromundos, grande parte das vezes sem existência material, através dos quais delineamos uma espécie de geografia imaginária. Michel Maffesoli (1990: 217) considera “*esse travelling incessante através de múltiplos espaços*” uma característica-chave das cidades contemporâneas que se constroem actualmente como “*um lugar vivido com os outros*”. Grande parte das vezes de forma vicária. É também isso que revigora a informação televisiva: nela cabem (quase) todas as cenas. Uma a seguir à outra. Uma diferente da outra. Dela emana uma força imaterial que assegura a importância de estar em conjunto sem ocupar fisicamente o mesmo lugar. O pequeno ecrã torna-se, assim, uma espécie de mapa que tanto precede como engendra um território. Por isso se torna importante conhecer o que aí é dito e silenciado.

Instalando um espaço intermediário entre o domínio público, do qual resultam as temáticas discutidas, e o domínio privado, onde se dá a recepção dos discursos mediáticos, os programas de informação televisiva, nomeadamente os debates e as entrevistas, criam um *espaço outro* que anula o conceito de centro dessas duas esferas. Nesse processo de comunicação, há um ponto de referência a partir do qual uma emissão se desenvolve: o estúdio onde tem lugar a conversação televisiva que cria os contornos para aquilo a que Fernando Pessoa chamou “*mecanismos de outrar*”, ou seja, fixa atmosferas que situam os actores sociais num certo contexto comunicativo que promove, em diferentes graus, a espectacularização intrínseca à TV. Numa tipologia sobre as manifestações do espectacular construída a partir do lugar do olhar do espectador em relação ao seu objecto, Gonzalez Requena (1995: 66-74) enquadra a TV naquilo que designa como “*modelo da cena-fantasma*”¹⁵¹, onde o espaço assume uma configuração concêntrica, pré-determinada pela posição da câmara que prevê antecipadamente o lugar (virtual) do olhar do espectador. Pela sua expansão na sociedade actual, a televisão pode considerar-se uma espécie de fagócito que, ao integrar múltiplos acontecimentos exteriores a si, acaba por impor a sua perspectiva espectacular de organização do espaço. Recriando uma espécie de parlamento, de fórum ou de sala de estar, os programas de informação televisiva instalam territórios que, a partir dali, se submetem ao modo de dizer e de mostrar dos códigos audiovisuais, acabando por formatar um certo olhar que temos sobre a realidade. A este propósito, Gonzalez Requena (1995: 82) fala da “*quotidianização do espectáculo*”.

¹⁵¹ Para além do *modelo da cena-fantasma*, Gonzalez Requena integra o espectacular nos seguintes modelos:

- *Modelo carnavalesco*: a cena é aberta e móvel, acessível a todos os sujeitos. Exemplo: festas populares.

- *Modelo circense*: a cena encontra-se fechada, ocupando um centro em torno do qual se dispõem os espectadores em disposição circular. Exemplo: circo romano, provas desportivas.

- *Modelo da cena italiana*: com o teatro à italiana acede-se a uma nova configuração do espaço espectacular. Abandonam-se o círculo, a elipse e o amplo semicírculo do teatro greco-latino. Mais do que a opção geométrica, importa a revisão da relação posicional entre o espectador e o evento-espectáculo. Se até aqui era o evento-espectáculo que protagonizava a relação espectacular, com a disposição da cena teatral à italiana é o espectador que passa a ocupar o lugar privilegiado, acedendo a um pleno domínio visual do espectáculo.

Esses territórios electrónicos que os programas de informação (re)criam não são zonas inertes, pois tornam possível uma televivência, ou seja, uma partilha de saberes/experiências que se faz a distância, mas em tempo real. Hoje, mais do que ontem, vive-se através da comunhão de imagens e de palavras que nos permitem vibrar em grupo com alguma coisa. Esses discursos colectivos são, segundo Michel Maffesoli (1993: 104-5), “*o que protege e faz nascer o mundo*”. Apesar de reconhecer que no pequeno ecrã “*o telespectador espera encontrar o contacto com as imagens da vida*”, Wunenburger (2000: 49) afirma existir aí uma vivência dos acontecimentos “*de forma mimética ou por procuração*”. Essa realidade discursiva expande-se e revela-se permanentemente disponível porque assume uma imagem descorporizada, mas, ou talvez por causa disso, sedutora. Aquilo de que se fala está lá em representação de alguma coisa, mas muitas vezes vemos/escutamos isso como um prolongamento de nós e do nosso quotidiano. Não devemos, porém, encarar as emissões televisivas, nomeadamente as de informação, apenas como se de um espelho se tratasse, embora frequentemente isso possa acontecer, funcionando a TV como uma espécie de prótese. No entanto, não se olha o outro apenas porque é uma extensão nossa, mas também porque ele pode apontar outros caminhos, revelando-se, desse modo, como um periscópio que abre horizontes que ultrapassam aquilo que os nossos olhos são capazes de ver e os nossos ouvidos de escutar. Daí haver lugar na informação televisiva para um *saber vivido* e para um *saber sábio*. Um e outro são capazes de recriar cenas discursivas que podem ser estruturadas naquilo que Gonzalez Requena (1995: 66-67) diz ser um “*dispositivo de simbologia*” no qual cada um retira um sentido que ajuda a reconstruir o dia-a-dia. Esse tipo de operação exige um público activo, capaz de construir significados que ultrapassam aquilo que se produz na cena televisiva, ou seja, é preciso que a instância de recepção seja capaz de promover uma desterritorialização daquilo que se ouve/vê para, depois, proceder à respectiva reterritorialização em regiões que constituem a identidade de cada um. Essa é a diferença entre públicos activos e audiências passivas (Dayan, 2001).

Poder-se-á interrogar se os programas de informação procuram, na encenação que fazem do mundo, constituir-se como um “*ecrã espelho*” (o mais próximo possível da realidade e do quotidiano das pessoas) ou se promovem uma “*televisão janela*” (que capta o inacessível, que surpreende, que antecipa e que reformata). Existem partidários de ambos os pontos de vista, porque certamente existirão programas que privilegiam uma das duas vertentes, embora numa e noutra haja sempre uma construção social da realidade e, por vezes, uma certa “*ficcionalização*”¹⁵² (Pastoriza; 1997: 29-30). Poderemos abordar esta problemática de outra forma, encarando a televisão ora como uma estrutura estruturada pela sociedade onde se insere (daí a expressão “*televisão espelho*”) e pela lógica dos outros *media* (é aqui que devemos procurar a explicação para a ideia da “*circulação circular da informação*”), ora como uma estrutura estruturante, capaz de impor

¹⁵² As reconstituições de acontecimentos, feitas através de discursos *a posteriori* dos factos e protagonizadas por actores diferentes daqueles que viveram as situações retratadas, são exemplos da inclusão de elementos que adicionam um ponto de vista sobre aquilo que acontece, criando uma *realidade outra* sobre a *realidade primeira*.

um capital simbólico que, em muitos momentos, se assume ao olhar dos telespectadores como um vector de integração no meio social.

Se retomarmos a terminologia de Pissarra Esteves (1998: 159), podemos falar em movimentos “centrípeto” e “centrífugo”. O primeiro dá-se na medida em que a TV se assume como uma estrutura estruturada por outros campos sociais ou, por outras palavras, uma estrutura especular que reflecte o que lhe é exterior. No entanto, como já assinalámos, a entrada do real nesse espelho faz-se acompanhar de uma certa dessacralização daquilo que os diferentes sistemas consagram como só seu. Neste processo de apropriação daquilo que lhe é exterior, sobressai a força de determinismos estruturais específicos da televisão através dos quais se vai construindo uma ritualidade intrínseca ao próprio meio, responsável por uma transformação *daquilo que é, deixa de ser, para, finalmente, passar a ser o que era*, mas com outra filiação. Frequentemente, importa mais o efeito do real do que propriamente o real, exacerbando-se uma ideologia que parece ter tomado conta dos respectivos profissionais: a de tudo mostrar, sem que isso implique ajudar a compreender. Ao centrar-se nas emissões em directo e na mediatização através de múltiplas câmaras, a TV insiste em fazer tudo *trans-parecer*, fomentando no receptor a ilusão de que *ver* é o equivalente a *compreender*, misturando o olhar com o pensamento, o que pode levar à confusão entre a imagem e a realidade. Esta seria uma outra forma de violência que opera ao nível do simbólico. Não falamos de imagens violentas, mas da violência das imagens.

O segundo movimento relaciona-se como o facto de o campo televisivo ser também uma estrutura estruturante. Crítico do poder da televisão, Pierre Bourdieu (1997) reconhece-lhe capacidade de ser um poderoso organizador social, criando permanentemente novos contextos de sociabilidade ao evidenciar aquilo que já existe, mas que a maior parte dos cidadãos sente como ténues manifestações¹⁵³. Seria, porém, importante ponderar se esse centralismo da televisão institui mais dinamismo no espaço público e cria um sistema democrático mais participado ou se usurpa a outras instituições funções específicas, sendo depois incapaz de promover os mesmos ideais e chegar aos mesmos resultados. Para além de mapear campos que lhe são exteriores, o audiovisual ajuda igualmente a reconfigurar as fronteiras do próprio campo jornalístico, instituindo novos lugares para a informação. A este respeito, Bourdieu escreve o seguinte: “*Se nos anos 50, a televisão mal chegava a estar presente no campo jornalístico, com o passar dos tempos a relação inverteu-se por completo*” (1997: 42).

Francisco Iglesias (1993: 9) vê na televisão “*um dos meios de maior repercussão, nas sociedades contemporâneas*”. Aguaded Gómez (2000) caracteriza a TV como um “*ecossistema*” social e cultural ao qual todos estamos vinculados pelo facto de integramos determinada cultura, ainda que não sejamos

¹⁵³ Por exemplo, programas com o formato tipo *Big Brother* ampliaram manifestações psicológicas e sociais da actualidade. O alargamento dos limites da intimidade, a existência de novas relações familiares entre homem e mulher, bem como o advento de novos heróis que deixavam para trás traços de exemplaridade para se constituírem com características de um quotidiano comum a tantos outros, são exemplos reflectidos por este tipo de emissões que reformulavam fora do ecrã novos territórios sociais.

telespectadores assíduos. De acordo com este professor da Universidade de Huelva, “*as mensagens televisivas estão presentes no que dizemos ou deixamos de dizer, no que pensamos, no que fazemos, na forma como nos entretemos e na maneira como nos relacionamos com os outros, e, inclusive, naquilo que sonhamos*”. Estaremos, então, perante um *metamedium* ou um “*epicentro cultural das nossas sociedades*”, como prefere designá-lo Manuel Castells (1999: 359-408). Portanto, perante algo que desenvolve e marca um espaço social.

Poder-se-ia caracterizar essa organização espacial que a televisão impõe à sociedade como a do panóptico sob a forma invertida. No panóptico, o centro vê sem ser visto e a periferia é vista sem ver; na televisão os actores tornam-se visíveis sem ver os telespectadores que, por sua vez, se constituem como uma multidão invisível. Em ambos os lados, há uma visibilidade isoladora que assenta na dissociação ver/ser visto, centrada num local fechado. Promove-se, desse modo, aquilo a que Lacan chama “*identificação imaginária*”: o *eu* desenvolve-se segundo o modelo da imagem do outro. Quando o indivíduo passa pela *fase do espelho*, o seu *eu* constrói-se a partir da imagem do outro com quem se identifica, esperando ser desejado por ele. Neste processo, a visão assume-se como um sentido fundamental para se obter aquilo de que se carece. A relação entre aquele que participa numa emissão televisiva e o respectivo telespectador não poderia ser mais coincidente. Defendendo que a televisão leva a uma certa hipertrofia do nosso olhar, Wunenburger (2000: 50) deixa uma questão: “*A de saber se este medium provoca uma abertura ao mundo a uma esfera nova de imagens, de sons, de ideias que dilata e enriquece o indivíduo*”. Circunscrevendo-nos à informação televisiva, colocamos esta pergunta: que mundos tornam visíveis esses programas àqueles que lhe estendem o seu olhar?

Numa cultura, a nossa, em que a visibilidade é sinónimo de valor, a televisão conquista, de facto, grande importância. Se seguirmos o trabalho de Michel Foucault em *Vigiar e Punir*, constatamos que a noção de poder está estreitamente ligada à visibilidade que este filósofo diz poder assumir dois regimes: o espectacular e o panóptico. O primeiro é identificado com as sociedades pré-modernas, em que o poder se implantava através de manifestações que exigiam o olhar fascinado dos súbditos; no segundo o poder actua a partir da sua invisibilidade, ou seja, vigia e controla sem ser visto. Tendo como referência a televisão e atendendo à concepção assimétrica que o filósofo francês faz do conceito *visibilidade*, Jonathan Crary (1989) arrisca a seguinte afirmação:

“*Suspeito de que Foucault não passava muito tempo a ver televisão nem a pensar nela, porque não seria difícil argumentar que a TV é mais uma forma do aperfeiçoamento da tecnologia panóptica. Nela, a vigilância e o espectáculo não são termos opostos; ambos se fundem num efectivo aparato disciplinário.*”

Perspectivando a TV como panóptico e como espectáculo, Guillermo Elpidio Olivera (1995) recusa ver aí um regime repressivo. Na sua perspectiva, “*as funções de vigilância panóptica específicas da televisão deixam de depender da presença sólida e material de desenhos arquitectónicos para passar a depender de*

dispositivos tecno-electrónicos que iluminam distâncias que não podem ser agarradas por um simples olhar do homem". A circunscção de uma cena mediática a uma "torre central" é, quando falamos da actual comunicação televisiva, impossível na medida em que se configuram aí novos territórios cujo desenho se inicia dentro do pequeno ecrã e se prolonga no contracampo dessa imagem, ou seja, no lugar onde se processa a respectiva recepção. Ao conectar-se permanentemente com o olhar daqueles que se centram na cena mediática, as emissões televisivas alargam as fronteiras da própria televisão. O extradiegético, ou seja, o universo dos telespectadores, mediante um movimento de inversão especular, converte-se num campo interpelado que também estrutura a diegese que a emissão constrói.

2.2. O plateau de um programa informativo é um palco de encenação?

Olhando diacronicamente a sociedade, são muitas as manifestações que encerram em si uma certa encenação: os discursos na ágora grega ou no senado romano, as coroações dos monarcas, as tomadas de posse de cargos de relevância pública, as retóricas políticas no Parlamento moderno, as actuais campanhas eleitorais... Também na vida sincrónica, a de todos os dias, os actores sociais encenam os seus estilos de vida, recriando, cada um à sua maneira, os seus próprios espectáculos que podem ser encarados como um conjunto de técnicas para o controlo do corpo e da atenção de outrem. Na verdade, a teatralidade é intrínseca à vida quotidiana, que, de certa forma, está sob a sombra de Dionísio, o deus actor e criador do teatro, o deus misterioso que se esconde nas sombras da videira, corajosamente errante e portador de máscaras que se alteram com os contextos onde actua e onde deixa a marca do festivo. Do espectáculo.

Estruturados pela imagem e pela palavra dos convidados, os programas de informação televisiva põem em cena interlocutores que expõem pontos de vistas sobre determinadas temáticas cuja *performance* – concretizada no discurso, na retórica do corpo e na encenação inerente a qualquer interacção conversacional – se caracteriza por uma certa componente espectacular. Se deste tipo de emissão se espera o desenho de um universo referencial, convém não esquecer que esse "mundo comum" é traçado por pessoas que sabem que estão a ser vistas por uma vasta audiência. Sendo inevitável a actuação dos corpos numa situação de face a face, isso acentuar-se-á num contexto de comunicação mediada. Experimentando o à-vontade que lhes é possível, esses interlocutores poderão ter o número de rostos que a sua capacidade de recriação e o respectivo contexto de actuação possibilitem. Essa *teatralidade* remete-nos para um regime de máscaras onde se torna inviável a construção de uma identidade linear. Mais do que o dever, o querer, o saber e o poder, a modalidade que aí se salienta é a do parecer através da qual se torna visível uma certa ostentação do *eu* (Nel, 1990: 128), potenciada pela cada vez maior utilização do grande-plano que encurta a distância entre o captado pela câmara e o telespectador, recriando entre enunciador e enunciatário uma intimidade que favorece a emoção. Aqui está um exemplo de como as decisões técnicas implicam posturas ideológicas,

sendo, desse modo, transportadoras de significações que podem alterar aquilo que é dito/dado a ver. Na verdade, a progressiva intervenção dos realizadores nos programas televisivos – através não só do grande-plano, mas da mudança súbita das focalizações – vem acentuando essa *mise en scène* dos participantes, obrigando-os a um maior cuidado no controlo na respectiva apresentação do eu. Tendo como referência as emissões televisivas onde se discute a temática política, Éric Darras (1994) reconhece que em televisão “*particularmente ao nível da cara e do corpo, o actor político deve desenvolver performances que constituem ‘mentiras para si próprio’*”.

Os trabalhos de Erving Goffman, nomeadamente o enfoque dramático da interacção e a noção de “*regiões*”, ajudam a perceber melhor a vertente de construção do discurso televisivo que se pode estender a vários momentos: à concepção do programa, à sua colocação na grelha e à concretização de uma emissão. Em cada um deles, há “*rituais*” específicos, uma ideia particularmente cara a este investigador, que retirou ao “*ritual*” todo o significado místico, tornando-o parte constitutiva da vida diária que ordena actos e gestos corporais. Reflectindo o grau de encenação que o corpo atinge na sociedade, a sociologia goffmaniana salienta os mecanismos de “*apresentação do eu na vida de todos os dias*” que, de certa forma, poderão ser exacerbados em televisão, nomeadamente em programas construídos através da prestação verbal e visual de diferentes interlocutores que interagem uns com os outros num registo que se pretende o mais informativo possível. O quadro referencial que lhes serve de guião não os torna imunes à representação que é, aliás, intrínseca a qualquer comportamento humano. Na sua investigação sobre debates televisivos, nomeadamente de temática política, Noël Nel (1990: 129) ressalta precisamente essa encenação dos corpos e dos discursos que neles se desenvolve, algo considerado inevitável quando o *palco* (o cenário onde decorre a emissão) é iluminado para uma *actuação* (discurso) frente a uma vasta “plateia” (a audiência). Isto percebe-se melhor, se seguirmos alguns elementos da micro-sociologia¹⁵⁴ de Erving Goffman. Acreditando que o estudo da vida do dia-a-dia é parte integrante da análise da reprodução das práticas institucionalizadas, o investigador detém-se na interacção em contextos de co-presença para dela retirar marcas invariáveis no seio de múltiplos e diferenciados “*encontros*”. Do seu estudo, salientam-se a expressividade do tacto, a necessidade de eliminar tensões e a importância de promover a manutenção da confiança – comportamentos que os interlocutores adoptam e que, de certa forma, contribuem para que a interacção social se desenrole sem grandes atropelos, garantindo-se, através disso, a preservação da continuidade social ou, dito de outro modo, a reprodução da sociedade.

Embora integre outras coordenadas, a televisão promove no seu interior aquilo que experimentamos na vida de todos os dias: encontros entre pessoas. Em programas de informação estruturados pela

¹⁵⁴ Esta é, sem dúvida, uma forma concreta de ver a sociedade nas suas múltiplas manifestações. O próprio Goffman não fez qualquer esforço para retirar as suas investigações do plano da micro-sociologia, o que, na nossa opinião, não diminui o seu valor. Não é apenas ao nível macro-sociológico que o estrutural se torna pertinente, ele é-o igualmente em micro-contextos cuja existência é tributária de determinadas propriedades estruturais. Não será nossa opção fazer divisões estritas entre a macro e a micro-sociologias. Cada uma destas abordagens não deverá perder de vista a outra, já que ambas evoluem em permanente compromisso.

conversação, esses contactos mediatizados podem mesmo assumir a intimidade da co-presença não só entre aqueles que estão no *plateau*, mas também entre estes e o público que permanece do lado de cá do ecrã. O apresentador e os convidados falam entre si, mas dirigem-se principalmente ao telespectador que, em casa, se constitui como contracampo da imagem que o pequeno ecrã desenha¹⁵⁵. Embora não haja uma intersecção do espaço e uma sincronização do tempo entre emissor (as emissões) e receptor (audiência), os programas de informação configuram-se como um lugar onde se discutem e fixam algumas linhas do tecido social. O discurso a que dão corpo poderá aproximar-se de uma espécie de parataxe, na medida em que, através dele, se processam correspondências que relacionam pessoas diferentes, lugares afastados e situações aparentemente díspares. Tal como a interação face a face, também esta interação mediada tem os seus rituais que beneficiam ainda do facto de a respectiva recepção se processar no domínio privado do cidadão, um lugar impregnado de práticas rituais. A fim de não romper esses equilíbrios cerimoniais solidificados por redes familiares, as emissões estruturadas sobretudo pela conversação vêm-se obrigadas a sintonizar-se com esse espaço doméstico, ou seja, a sincronizarem os seus rituais com aqueles que se desenvolvem nos lares. Grande parte desse processo dá-se, pois, através da representação.

Não será certamente por acaso que o universo televisivo se enche com um léxico ligado ao teatro. Chamamos *cena* mediática ou *palco* dos acontecimentos àquilo que vemos; usamos o termo *bastidores* para falar daquilo que a imagem não mostra; designamos como *actores* mediáticos os programadores, jornalistas ou mesmo convidados das emissões televisivas. Esta identificação do teatro com a televisão é sustentada por alguns investigadores que encontram muitas semelhanças quer nos processos de produção, quer nos de recepção. Ricardo Kosowski (2002) fala do tempo teatral como a “*imagem do tempo vivido*” e do espaço teatral como a “*imagem do espaço real*”. É também isso que se passa com essas duas coordenadas (espaço e tempo), quando perspectivadas a partir do pequeno ecrã. Há ainda outros pontos de contacto. Kosowski refere-se ao teatro como, por um lado, o “*local onde o público olha uma acção que lhe é apresentada noutra lugar*” e, por outro, “*um ponto de vista sobre um acontecimento*”, uma espécie de ângulo de visão, o que corresponde à essência da informação televisiva.

Fernando Matos Oliveira encara o modelo teatral, que vê presente em todas as manifestações humanas, como fonte potenciadora da sociedade do espectáculo, esse palco universal cujos traços são acentuados pelo dispositivo televisivo através de um processo de reconstrução presente em todos os momentos e com manifestações variadas, embora prevaleça aí uma linha comum a que Goffman chama, no contexto da acção do quotidiano, “*a imagem social*”, ou seja, aquilo que nos situa em determinadas realidades e nos integra mais harmoniosamente no tecido social. Não será também essa vontade de tornar um

¹⁵⁵ Tendo isto em conta, há quem encare a TV como “*um espaço potencialmente aberto para o abismo*” (Olivera, 1995).

canal identificativo e, simultaneamente, orientar o telespectador naquilo que vê a razão pela qual a informação televisiva se norteia por uma determinada política editorial e por uma imagem de marca transversal a todos os programas e que se manifesta nas autopromoções, no tipo de imagem, de realização ou de postura dos apresentadores....? Como já sublinhámos, um canal de TV deve apresentar-se no espaço público de forma diferenciada em relação aos seus congéneres, não deixando, no entanto, de, por um lado, se conformar às regras do seu campo e, por outro, revelar uma certa coesão no trabalho que desenvolve, apesar de se caracterizar sempre por alguma diversidade que é intrínseca a uma grelha televisiva de uma estação generalista¹⁵⁶.

Gostaríamos ainda de reter o facto de Goffman chamar a atenção para a situação social em que se integra a vida quotidiana. Tal como a conversação quotidiana é tributária de circunstâncias sociais que fixam papéis, o mesmo se passa com os programas de informação cujo desenho depende de vários factores: da situação comunicativa delimitada pelo género televisivo, do perfil dos convidados, da gestão dos actos de fala feita pelos apresentadores, do tipo de composição do *plateau* ou do formato da emissão, ou seja, das condições materiais e simbólicas que organizam o tempo, o espaço e a enunciação, três vectores que se influenciam mutuamente. Este último elemento (o formato) assume uma importância fulcral no desenvolvimento da emissão. Mais do que permitir a apresentação de vivências, define posições no interior do universo televisivo. No seu *Cours de Médiologie Générale*, Régis Debray (1991: 195) lembra que “o suporte é o que se vê menos e o que conta mais”. Ao potenciar determinados “actos rituais” e ao impedir outros, o formato ajuda a delinear certas “promessas comunicativas” dentro das quais os actores promovem, em maior ou menor grau, uma certa encenação da realidade. É também por aqui que se constrói a “fachada”, outro conceito caro a Goffman, que, com essa noção, quer significar o meio através do qual o indivíduo afirma as suas qualidades de pessoa. É certo que normas sociais orientam os actores nesta construção da “região frontal”, mas cada um de nós tem uma margem de liberdade ao longo da qual pode negociar a sua actuação. É isso que se passa no interior dos programas de informação televisiva, nomeadamente nos debates, entrevistas, “talk shows” e afins. Tecnologias, práticas de trabalho e modos de discurso ditam uma certa forma de fazer/dizer, mas cada um dos intervenientes tem uma autonomia que lhe permite conferir alguma singularidade àquilo que faz/diz. Nem sempre essa liberdade de acção é percebida ao nível das manifestações. Daí ser importante, na nossa opinião, conhecer a “região de fundo” ou “de bastidores” (Goffman, 1989: 106), ou seja, “o lugar relativo a uma dada representação, onde a impressão incentivada pela encenação é sabiamente contradita como coisa natural (...) É onde se fabrica laboriosamente a capacidade de uma representação expressar além de si mesma (...), é onde as ilusões ou impressões são

¹⁵⁶ Lembra Jean-Pierre Esquenazi (2002: 128) que “uma instituição mediática não se confunde com a imagem discursiva. A realidade económica, social, estrutural deve ser distinguida da sua realidade simbólica”. No entanto, o sociólogo reconhece que, graças a esse capital simbólico, a empresa pode encontrar meios financeiros ou humanos importantes ou remediar o défice de legitimidade.

abertamente construídas". Esta zona, como sublinha Goffman, fica separada da "*região de fachada*", ou seja, do "*lugar onde a representação é executada*" (1989: 102), por "*uma divisão e passagens protegidas*" (1989: 107), inacessíveis ao olhar do público. A diferenciação entre as regiões "*de fachada*" e "*de retaguarda*" nem sempre coincide com a divisão entre opacidade e transparência. É por isso que Anthony Giddens (1987: 186) prefere a distinção entre "*centro*" e "*periferia*", embora essa separação ultrapasse o significado daquilo que Goffman pretendeu retratar. Aqui visa-se identificar não os processos de construção da acção, mas aqueles que controlam os recursos que marcam as diferenças entre os actores sociais.

Um olhar sobre os bastidores dos programas televisivos, nomeadamente daqueles que têm o traço da informação, permite perceber que qualquer emissão está longe de se circunscrever a um contexto referencial que parece estar no centro do palco da conversação. Da preparação até à difusão, uma emissão passa por diferentes etapas, sobressaindo em cada uma delas um trabalho que constrói uma certa encenação da realidade, sendo o referente que se procura tratar absorvido por um contexto comunicativo que controla o discurso televisivo e que instala um certo "*efeito do real*" que não passará de uma representação que se dá a ver em espectáculo. A este propósito, Gonzalez Requena (1995: 91-96) aponta alguns elementos que nos parecem interessantes levar em linha de conta:

- a escolha de participantes em função do rendimento espectacular (atractivo físico, sentido de humor...);
- a integração de convidados que actuam como explícitas inscrições da figura do enunciatário, corporizando aquilo que o discurso televisivo espera do seu consumidor;
- a conversão dos entrevistados em espectadores cenográficos que se vêem obrigados a permanecer como espectadores o resto do programa;
- a vedetização do entrevistado (entrada em cena em termos de revista, participação como actor...);
- os géneros de conteúdos pouco espectaculares são objecto de um tratamento heterodoxo que conduz à sua espectacularização (numa entrevista podem, por exemplo, intercalar-se números musicais para ampliar a estimulação visual nem sempre conseguida pela palavra e pela imagem do entrevistado);
- a tendência para personalizar os programas informativos, concedendo mais destaque ao acto informativo do que ao acto prévio que o motiva, transformando-se o repórter ou o apresentador no protagonista daquele espaço;
- a substituição das reportagens jornalísticas por *docudramas*: reconstrução e dramatização dos acontecimentos reais interpretados por actores.

Diminuindo a complexidade da mensagem e, conseqüentemente, o esforço cognitivo que se exige na respectiva leitura, a estrutura dramática das mensagens televisivas pode acentuar a atenção dos telespectadores e proporcionar uma maior compreensão daquilo que é difundido. A ordem cronológica e o raciocínio causa-efeito são vectores estruturantes deste tipo de relato que provoca a quem a ele assiste uma

curva de atenção ascendente, favorável à criação de uma certa emotividade através da qual se procura a inteligibilidade daquilo que se difunde.

A cerimónia que um programa de informação institui é uma das principais componentes do espectáculo televisivo e é também através dela que cada emissão alcança uma força aglutinante com a audiência, conseguida em grande parte pela sedução inerente a esse tipo de manifestação. Essa função cerimonial está, como sublinha Gérard Imbert num artigo sobre “*figuras arcaicas no discurso pós-moderno*”, “*fortemente vinculada com uma cultura da oralidade*”. À palavra que se diz/ouve, a televisão juntou também a imagem, recompondo uma *cena* que é, acima de tudo, um lugar que se dá a ver/vê. Através da sonoridade e da plasticidade visual, os corpos que aí actuam fazem-no em obediência àquilo que é idiossincrático a cada uma dessas manifestações e em conjugação com determinados contextos de acção. De tudo isto resulta uma certa *forma* de dizer a realidade. Muitos vêm aqui potencialidades para a criação do espectáculo. Haverá certamente. Mas também julgamos importante seguir a sugestão de Michel Maffesoli (1996: 151-2) que alude à “*necessidade de promover um pensamento da forma*”, uma forma da qual a aparência funciona como uma espécie de lapa, e que institui o simbólico de uma sociedade. Como escreve o sociólogo em *Aux Creux des Apparences* (1990: 131), “*a superfície da existência permite uma endoscopia das mais pertinentes*”, na medida em que “*o signo faz sentido, torna-se significação*”. É preciso, pois, procurar na superfície a profundidade que ela esconde, conscientes de que o fundo é sempre tributário de determinada forma.

2.3. A informação televisiva dirige-se aos sentidos ou ao pensamento?

É, sobretudo, através do olhar e do ouvido que acedemos àquilo que a televisão transmite, mas é igualmente no imaginário de cada um que os sentidos e os significados da imagem e do discurso televisivos acontecem. Isto significa que não pode haver nestes dois actos uma contraposição, mas uma continuidade. Concebendo o corpo como o meio que nos situa no mundo, uma espécie de *axis mundi*, a fenomenologia já havia neutralizado oposições como corpo/alma, físico/psíquico, sensível/inteligível. Concordando com estas teses, a proposta de encarar a pele como o limiar entre o que está fora e o que está dentro, mas também como o lugar que permite o contacto a partir do qual a comunicação se torna possível, reúne, na nossa perspectiva, traços pertinentes para pensar a informação televisiva.

Um corpo que se exhibe é, antes de mais, uma superfície cutânea em relação à qual o sujeito que com ele se relaciona experimenta uma série de sensações que podem ser elementos fundamentais da organização da sua identidade. É também o espaço de teatralização somática do *eu* que se expõe e que, através disso, quer dizer alguma coisa a alguém. “*A pele como dispositivo de comunicação e não como protecção faz todo o*

sentido”, defende Derrick de Kerckhove (1997: 128). Aceitando as teses de Didier Anzieu – que intitula sugestivamente um dos seus livros como *Le Moi Peau* –, a pele seria não apenas aquilo que delimita o corpo que temos, mas também aquilo que nele fazemos penetrar, funcionando, à partida, na expressão de Maria Augusta Babo (2001), como uma “*superfície de inscrição*”. Ou uma “*interface da comunicação sensorial*”, como prefere Jean Devèze (2003). Se tivermos em conta que a pele é o primeiro órgão que participa na troca de significados entre os indivíduos, teremos de valorizar as sensações, nomeadamente em enunciados de natureza informativa.

Inscrito num certo determinismo tecnológico, não fosse ele discípulo de McLuhan, – ao qual, aliás, nos referimos no Capítulo 1 – Derrick de Kerckhove oferece-nos um interessante quadro de reflexão acerca do impacto que a comunicação electrónica tem no indivíduo, nomeadamente a nível sensorial. Dando conta de uma experiência a que se submeteu no Laboratório de Análise dos *Media* da Universidade canadiana *Simon Fraser*, sob a direcção de Steven Kline, para testar o impacto produzido no corpo e na mente por certas imagens televisivas, Kerckhove constatou que, apesar de não ter conseguido fazer movimentos de pulso que indicassem aprovação ou reprovação em relação àquilo que passava num ecrã, um aparelho registou várias alterações na condutividade da pele, no ritmo cardíaco e em “*misteriosas*” reacções da testa. “*Enquanto lutava para conseguir exprimir uma opinião*” – escreve em *A Pele da Cultura: uma investigação sobre a nova realidade electrónica* – “*o meu corpo inteiro tinha estado a ouvir e a ver e a reagir instantaneamente*” (1997: 34). Daqui retira a conclusão de que diz já haver suscitado há muito tempo: “*A televisão fala primeiro ao corpo e não à mente*”. O autor, citando o estudo de vários investigadores nesta área, aponta conceitos como o “*colapso do intervalo*”, criado por Edward Slopek¹⁵⁷, ou “*sacudidelas por minuto*”, fixado por Morris Wolfe¹⁵⁸, para referir o modo com a TV “*fala*” prioritariamente aos nossos sentidos. E é isso que a habilita a fazer a audiência vibrar em conjunto, conferindo-lhe uma capacidade de renovar a percepção e conhecimento da realidade¹⁵⁹. Na perspectiva de Kerckhove, as tecnologias seriam extensões das nossas faculdades psicológicas que ampliariam o poder das nossas mentes. No caso da televisão, os órgãos em causa seriam a visão e a audição, funcionando o pequeno ecrã como o lugar onde, fora do nosso corpo, se projecta uma imaginação recriada em público, ganhando, por isso, um estatuto colectivo. A ela nos ligaríamos particularmente através da audição e da visão, que, com as novas tecnologias, adquirem um outro significado. “*Ver*”, afirma Derrick de Kerckhove (1997: 127), “*é desenvolver uma nova precisão e flexibilidade do nosso olhar; é ver por detrás das nossas costas, como vemos à frente dos olhos; é*

¹⁵⁷ Retomando o trabalho desenvolvido pela investigadora alemã dos *media* Hertha Sturm sobre as reacções cognitivas à TV, este comunicólogo da Universidade McGill usa esta expressão para se referir ao facto de a televisão, no seu entender, neutralizar o tempo para o nosso consciente tratar informação, deixando de haver um intervalo de tempo entre o estímulo e a respectiva reacção.

¹⁵⁸ Este crítico dos *media* de Toronto serve-se desta expressão para aludir ao significado da velocidade na sucessão de imagens que a televisão faz passar diante dos nossos olhos, uma estratégia para manter o telespectador preso às emissões, embora havendo o risco de, com isso, se diminuir a intensidade de respostas cognitivas.

¹⁵⁹ Não é certamente em vão que o vocábulo francês *connaissance* (conhecimento) é exactamente composto por *con* + *naissance*, o que implica que, para além de nascermos através do conhecimento, conhecemos juntamente com alguém.

apreender o mundo numa relação frontal, mas num ambiente circundante total". Trata-se de um grande desafio, impossível de realizar se não aliarmos o olhar ao pensamento. Ao contrário do mítico Jano, não possuímos uma visão de 360.º graus. Os nossos olhos apenas nos mostram o que está à nossa frente. Recorda Stephen Bertman (2001: 57) não ser por acaso que o corpo humano está orientado para a frente:

“Os olhos e o nariz estão implantados à frente; os pés e os dedos dos pés apontam para a frente; os joelhos e os cotovelos são articulados de modo a favorecer o movimento frontal. Dos órgãos sensoriais do corpo, só os ouvidos estão implantados de lado, a fim de permitirem apanhar os sons em estereofonia.”

Servindo-se da sugestão do compositor Murray Shafer, o autor da obra *A Pele da Cultura* escreve que *“com os olhos estamos sempre à beira do mundo a olhar para dentro, enquanto com os ouvidos é o mundo que vem até nós e estamos sempre no seu centro”* (1997: 148). Construindo pontos de vista que se situam sempre do lado de fora, mas em frente a nós, a televisão dirige-se prioritariamente ao nosso olhar, incitando os telespectadores a seguirem as respectivas emissões como se estivessem no centro do universo televisivo. Há, neste contexto, dois mundos: aquele que apresenta o pequeno ecrã (de natureza pública) e aquele que pertence a cada telespectador (de índole privada) que se pretende fazer fundir num só, diluindo-se, desse modo, o público e o privado numa realidade psicológica.

Na televisão, a proximidade que os conteúdos fazem instalar em relação à audiência e a componente espectacular que é intrínseca a cada programa, incluindo os de informação, fazem-se a distância daquele que promove as emissões e daquele que as vê. O pequeno ecrã institui momentos que se partilham sem contacto físico entre os co-celebrantes (os telespectadores). Daniel Dayan (1990) fala a este respeito em *“rituais diaspóricos”*. Sublinhámos no Capítulo 1 que a TV pode ser entendida, a vários níveis, como um espaço propício ao rito: pelo carácter repetitivo da sua grelha, pela diversidade de suportes físicos (verbais e visuais), pela forma fortemente codificada das suas mensagens, pela acentuada carga simbólica que tem... Reunindo uma vasta comunidade invisível que se interliga em lugares diferentes pelo acto de ver, a televisão institui-se, através de géneros diversificados, numa cerimónia colectiva. E é, sobretudo, através do audição e da visão – interpeladas, em grande parte, pela função fática – que se torna presente aquilo que parece estar longe. Embora o acontecimento seja re-presentado, o telespectador experimenta relativamente àquilo que vê uma relação de face a face, como se tudo acontecesse nos mesmos termos de um encontro sem mediações. Por vezes, captam-se traços imperceptíveis sem o olhar mediado de uma câmara, havendo aí uma violação das distâncias normais de percepção estabelecidas pela proxemia. A forma intimista de nos relacionarmos com aqueles que estão dentro do ecrã como se estivessem na nossa esfera de acção pessoal leva Wunenburger (2000: 47-48) a qualificar essa comunicação como *“fantasmagórica”*, podendo, na sua perspectiva, tornar-nos incapazes de suportar a alteridade imposta em qualquer processo de sociabilidade. Nas suas palavras, *“a mediatização televisiva, devolvendo-nos uma visão aproximada, generaliza uma visão*

de pseudo-intimidade, que nos fecha cada vez mais à exterioridade (...), que satura o olhar até nos fazer perder o contacto com ele”.

Em programas de informação, nomeadamente em debates, entrevistas e *talk shows*, encontramos *plateaux* que se enchem de convidados que (inter)actuam¹⁶⁰ através de uma troca de palavras. Essa interacção procura, em primeiro lugar, prender o olhar do público, que terá de ser um olhar profano¹⁶¹, a fim de não converter num ritual solene aquilo que se vê, mas em algo que nos é próximo, que é portador de um determinado significado que se introduz em nós através da nossa visão e ganha uma configuração particular através de um acto reflexivo. É também nos sentidos que Jesus Requena busca parte da sua argumentação para pensar o espectáculo. Tacto, gosto e olfacto, vinculados a percepções de territorialidade e de intimidade, são sentidos que, de certa forma, inviabilizam aquilo que se concebe como algo de espectacular, na medida em que necessitam de uma certa distância e de uma impressão de estranhamento. A audição, por seu lado, dá-nos alguma compreensão acerca desse tipo de manifestações e, quando associada à visão, pode aceder em pleno ao espectáculo. Assim, o olhar é o principal vector que nos conduz à cena onde tudo se passa. “*O olhar*”, afirma Requena (1988: 57), “*apresenta-se como o sentido-rei, como aquele através do qual o sujeito se constitui como espectador*”. Embora a sonoridade seja um elemento não despreciando, a plasticidade visual confere sedução ao acto que se dá a ver. Em termos sensoriais, a biografia da humanidade constitui-se como uma história visual. Como recorda Stephen Bertman (2001: 56), “*a nossa compreensão do tempo é condicionada pela nossa percepção do espaço*”, o que significa que “*as nossas atitudes são avivadas não só por determinados objectos que vemos, mas pelo próprio facto de existir a visão*”.

No entanto, o acto de (dar a) ver revela-se apto a fazer recrudescer uma série de ilusões, utilizadas por muitos para sublinhar as limitações da informação televisiva. Gérard Imbert (1999) prefere falar de mitos:

- “*mito da transparência*”: igualar o acto de ver ao acto de entender,
- “*mito da proximidade*”: ver seria equivalente a possuir,
- “*mito do directo*”: ver os factos quando estes acontecem seria um modo de aparentemente abolir a distância enunciativa e narrativa,
- “*mito da intimidade*”.

É certo que aquilo que parece ser uma infinita capacidade da TV para mostrar a realidade poderá beneficiar dos progressos técnicos, mas convém assinalar que a tecnologia é incapaz de fazer ver tudo, nomeadamente o invisível. Às vezes, acredita-se no contrário, devido a um regime de hipervisibilidade que,

¹⁶⁰ É a dinâmica que os interlocutores constroem entre eles que potencia uma relação espectacular. Por isso, falamos em espectáculo televisivo, mas já não pensamos na fotografia ou na pintura como espectáculos.

¹⁶¹ Hoje, ao contrário do passado, o espectáculo já não está apenas associado a manifestações religiosas ou políticas – que solicitam posturas específicas – inscrevendo-se sobretudo no campo dos *media*, principalmente na TV, dando-se aí a sua dessacralização. Por isso, convém que o nosso olhar sobre ele se caracterize pela secularidade.

de acordo com Imbert (1999), se manifesta de diferentes formas: a nível referencial, há uma “*demonstração impudica que não deixa espaço para o silêncio, para o não-dito e para o secreto*”; a nível enunciativo, existe uma inclinação para exibir os bastidores e para fazer uma hipercodificação da realidade. Este quadro remete-nos para um certo cepticismo em relação àquilo que a TV mediatiza, nomeadamente no que diz respeito aos elementos visuais, o que não constitui uma novidade. A desconfiança em relação às imagens é, aliás, muito antiga. Já antes de Platão, Moisés defendera a destruição das imagens, incentivando o povo de Israel a seguir um Deus que, na sua perspectiva, era avesso a qualquer representação. Mas é na descrença platónica das representações que nos habituamos a recolher as raízes dessa incredulidade. No mito da caverna de Platão, evidencia-se uma suspeição relativamente aos poetas, músicos e pintores por estes criarem representações que se pensa que confundem os nossos sentidos. Uma espécie de sombras que ocultam a realidade. Talvez pudéssemos retirar desta ideia uma outra interpretação, encontrada, por exemplo, em Sánchez Noriega (s/d: 40) que fala da imagem como um lugar que cria “*uma nova relação mágica com o mundo*”, que acrescenta alguma coisa a uma realidade cujo acesso directo impede a respectiva sacralização. Rodeados de imagens, habituamo-nos a visualizar o mundo através delas, particularmente através daquelas veiculadas pelo pequeno ecrã a ponto de frequentemente as tornarmos paradigma daquilo que conhecemos. Este processo ajuda a perceber a (falsa) identificação entre *ver* e *compreender*, responsável por um certo apagamento dos conceitos abstractos e do pensamento analítico a favor de formas sensíveis, frequentemente corporizadas em representações e relatos com traços dramáticos que podem criar ilusões referenciais que, em vez de nos aproximar, nos distanciam cada vez mais da realidade.

Referindo-se ao jornalismo televisivo, Omar Rincón (2003) fala de uma informação, a actual, marcada por várias “*síndromas*”: a do “*não dizer*” (“*participa-se nas mensagens televisivas para se ‘deixar ver’ e ‘ser visto’ e não para dizer algo*”), a da “*velocidade*” (“*a lógica televisiva impõe hoje o império dos 50 segundos como temporalidade da informação*”), a do “*dizer em primeiro lugar*” (“*dar uma notícia em primeira mão*”), a das “*simplificações*” (“*quase todos os modelos televisivos de compreensão da realidade constroem estereótipos*”), a do “*esquecimento*” (“*estamos sempre prontos para novas informações que de imediato serão substituídas por novas realidades*”). A isto, acresce a dimensão espectacular que acompanha cada uma destas “*síndromas*”. Vimos anteriormente que a informação televisiva pode ser um espaço onde é possível aceder a uma (parte da) realidade, veiculada através de formas específicas de dizer e de mostrar. “*Hoje*”, como relembra Imbert (s/d: 138), “*já não se aprende da mesma maneira que aprendíamos há vinte anos*”. Alteraram-se os regimes de visibilidade, os modos de representação, a maneira de perceber o real. “*De fazer-ver e fazer-sentir a realidade social*”, como escreve Imbert (s/d: 140). Favorecendo interacções de vária ordem, sendo um pólo de agregação de uma vasta audiência, constituindo-se como vector de comunicação, a informação televisiva não será hoje uma das principais modulações da experiência e, consequentemente, daquilo que podemos saber? Antes de lhe negar capacidade de nos introduzir na

complexidade do quotidiano, é preciso atender com igual vigor às suas potencialidades e à forma como os telespectadores se relacionam com esse tipo de emissões.

Assistir a um programa televisivo, principalmente de natureza informativa, implica uma complexa malha de funções de (des)codificação. De acordo com estudos cognitivos da recepção, as notícias convocam nos respectivos receptores aquilo a que Levorato chama “*memória episódica*” e “*memória semântica*”. A primeira, como nos explica Eva Aladro Vico, é instável, pessoal e liga-se aos elementos concretos e lineares das situações; a segunda actua sobre a organização geral da informação, estabelecendo macro-estruturas. Apesar de distintas, estas duas formas de memória interligam-se, pois aquilo que a segunda comporta é tributário daquilo que a primeira absorve. Detendo-se na recepção da notícia, Aladro Vico defende que a informação televisiva proporciona elementos-chave ou implícitos através do canal visual enquanto o canal auditivo está mais vocacionado para informação de pormenor ou dados explícitos. Se aceitarmos que em qualquer processo de recepção de textos noticiosos se convoca em primeiro lugar a memória episódica e que esta se liga a situações concretas apresentando uma reduzida capacidade de fazer abstrações, podemos afirmar que uma informação que não negligencie aspectos sensoriais proporcionará uma melhor compreensão à respectiva audiência que, num momento posterior, incorporará essa informação ao nível da memória semântica, construindo aí as abstrações possíveis. Partindo de várias experiências para testar se a estrutura dramática dos relatos de informação televisiva melhorava a atenção, a memória e a compreensão daquilo que era emitido – hipóteses que confirmou –, Carmen Gloria López fez sair dos resultados alcançados com o seu trabalho duas orientações para os jornalistas:

“Primeiro: para melhorar a compreensão e memorização das histórias (que constituem as notícias) estas devem estar estruturadas de modo a que o telespectador não necessite de aceder à sua memória semântica (...); segundo: se a transferência da memória episódica para a semântica depende da sua força e esta, por sua vez, da relevância e força da experiência, os jornalistas deveriam sempre procurar envolver intensamente o espectador no relato.”

Bird e Dardeene (1988) também defendem a necessidade de o jornalismo humanizar os factos de que se ocupa, de os aproximar mais da experiência dos cidadãos, de ressaltar neles o interesse humano. Argumentando que os receptores de mensagens jornalísticas revelam maior empatia pela “*informação apresentada sob a forma de história, independentemente dos seus conteúdos*” (1988: 77), estes investigadores acrescentam ainda um factor que, na nossa opinião, tem fulcral importância: o aumento do grau de compreensão que esse tipo de discurso provoca na respectiva audiência. O que significa que, na informação televisiva, as operações cognitivas poderão ser motivadas pelo apelo que determinada emissão faz aos nossos sentidos.

2.4. Os programas de informação circunscrevem-se ao valor de mercado?

Quer pertençam ao sector público ou ao sector privado, os programas são sempre confrontados com limitações orçamentais e com os índices de audiência que conseguem reunir, incluindo aqueles que se integram em géneros informativos. Por isso, o grau e a forma de construção da informação televisiva adquirem maior compreensão, quando articulados com os constrangimentos intrínsecos à sociedade de mercado. Para reflectir acerca da influência que o capital poderá ter no desenho dessas emissões, seguimos algumas linhas do pensamento de Guy Debord que, em *La Société du Spectacle*, a obra emblemática do Movimento da Internacional Situacionista dos anos 60, fixa elementos que compõem o complexo conceito de “*espectáculo*” que consideramos parte estruturante da televisão em geral, incluindo os programas de informação¹⁶². Tal como todos os situacionistas, Debord esteve sempre mais preocupado em mudar o rumo à sociedade do que em ver na respectiva idiossincrasia elementos vitais para uma existência diferente – e não forçosamente mais pobre –, não explorando, assim, as virtualidades das manifestações que se dão a ver em espectáculo. Por exemplo, dos programas de TV, nomeadamente daqueles que integram o campo da informação que seriam aqueles mais próximos da realidade. É, pois, no contraponto dos seus argumentos que procuraremos perceber como é que a informação televisiva, fazendo parte de uma sociedade de mercado, pode reconfigurar uma realidade que também reflecte. Talvez esta seja uma apropriação a que Guy Debord certamente se oporia. Nota Robert Kurz que os situacionistas, particularmente Debord, “*estão na moda*”, mas, acrescenta, “*é o pior que lhes podia acontecer*”.

Em finais dos anos 60, Guy Debord inaugura uma reflexão sobre o espectáculo, distinguindo dois modelos: um que designa como “*concentrado*” e outro a que chama “*difuso*”. O primeiro, típico de Estados totalitários, situa-se normalmente num só homem com quem todos devem identificar-se, não havendo margem para a acção individual que se desvie daquele que se assume como “*garante da coesão totalitária*”. O segundo identifica-se com a abundância de mercadorias, experimentando-se um consumo que, no entanto, se garante “*falseado, na medida em que o consumidor real apenas toca uma sucessão de fragmentos desta felicidade mercantil, fragmentos em que a qualidade atribuída ao conjunto está sempre ausente*”. É a este último modelo que *La Société du Spectacle* consagra maior atenção, fazendo-o repousar em dois vectores: um destaca um contexto de época dominada pelo capitalismo; outro salienta a separação que se opera entre o real e a respectiva representação, sendo a mediação entre o que é e o que se dá a ver feita essencialmente através de imagens. Poder-se-ia pensar que tudo se concentra na visão. Não é esse o entendimento de Debord (ponto 18), para quem “*o espectáculo não se identifica com o simples olhar, nem sequer com a combinação*

¹⁶² Num livro em que deixa alguns comentários à obra escrita em 1967, Debord (1988 : 13) lembra que, na altura, o espectáculo somaria quarenta anos, ou seja, teria surgido em finais dos anos 20. Porquê enfatizar esse dado temporal? O teórico situacionista é omissivo nas razões, mas há quem as procure por ele. Por exemplo, Jonathan Crary (1989) recorda que remonta a esse tempo o aperfeiçoamento tecnológico da televisão, a estreia da película *The Jazz Singer*, que marca a chegada do cinema sonoro, a emergência do fascismo e do estalinismo, com os seus modelos de mostrar em público um poder que se pretendia hegemónico. Significa isso que os escritos de Debord são tributários de um contexto de época e, por outro lado, têm como uma das principais referências a televisão.

do ver com o escutar”. É, antes, uma relação social entre as pessoas que não se caracteriza por uma libertação, porque nesta teoria o espectáculo reúne uma conotação negativa. Num texto escrito em 1988, Debord reconhece que os dois modelos referidos nos anos 60 se transformaram, convergindo para um único modelo a que chama “*sociedade integrada do espectáculo*” que detém um controlo absoluto da produção, da percepção e, sobretudo, da configuração do tecido social: “*Aquilo que o espectáculo não menciona durante três dias deixa de existir*” (1988: 29). Ao cárcere das trevas do mito da caverna de Platão, Debord contrapõe o excesso de luz resultante de uma proliferação contínua de imagens. Mas um não está longe do outro: os prisioneiros da caverna não se encontram (apenas) cativos pela sombra, mas por imagens projectadas e por um destino que paradoxalmente os agarrava a um lugar que não lhes devolvia felicidade. O diagnóstico que os situacionistas fazem da sociedade actual é similar.

As críticas de Debord não se dirigem às imagens enquanto tal, mas ao valor que lhes é atribuído e que circula aglutinado apenas às formas a que elas dão corpo, sem haver ligação ao conteúdo que expressam. Na sua perspectiva (ponto 35), o movimento essencial do espectáculo “*consiste em retomar em si tudo o que existia na actividade humana no estado fluido, para o possuir no estado coagulado*”. Assim é entendida a natureza da mercadoria que afastaria os indivíduos da realidade, inserindo-os naquilo que se considera ser uma “*não-vida*” que, objectivada em coisas, desenharia as relações sociais. Talvez não sejam estes os termos exactos para falar da sociedade actual, cuja mobilidade que lhe é intrínseca a faz progredir por uma espécie de “*princípio da dinâmica dos fluidos*” que o físico e matemático do século XVIII Daniel Bernoulli explicava assim: a velocidade de determinado fluido arrasta consigo aqueles que se movem mais lentamente. E isso não tem de ser negativo. Se a modernidade tardia progride pendurada num movimento tributário do novo que nasce em cada instante, não será no coagulado, mas no devir permanente que o social se mostra a si próprio e ganha sentido. Não era esse, porém, o entendimento dos situacionistas.

Uma das distinções de Debord relaciona-se com a “*realidade*” (“*verdade*”) e a “*respectiva representação*” (“*aparências*”) (ponto 10). “*O espectáculo*”, escreve na obra *La Société du Spectacle* (ponto 219), “*é igualmente a supressão dos limites do verdadeiro e do falso pelo recalçamento de toda a verdade vivida sob a presença real da falsidade que a organização da aparência assegura*”, o que provoca uma certa alienação da qual se pensa poder escapar, se os indivíduos conquistassem uma autonomia que lhes permitisse aceder directamente à construção do seu quotidiano, mas isso não parece possível aos situacionistas¹⁶³.

¹⁶³ “*Emancipar-se das bases materiais da verdade invertida, eis no que consiste a auto-emancipação da nossa época. Esta ‘missão histórica de instaurar a verdade no mundo’, nem o indivíduo isolado, nem a multidão atomizada, submetida às manipulações, a podem realizar, mas ainda e sempre a classe que é capaz de ser a dissolução de todas as classes, ao reduzir todo o poder à forma desalienante da democracia realizada, o Conselho, no qual a teoria prática se controla a si própria e vê a sua acção. Lá, somente, onde os indivíduos estão ‘directamente ligados à história universal’; lá, somente, onde o diálogo se estabeleceu para fazer vencer as suas próprias condições*” (ponto 221).

Ao percorrer *La Société du Spectacle*, emerge a ideia de uma organização social redutora e totalitária, na medida em que a vida humana se circunscreve à economia e às leis de mercado que se tornam visíveis através de imagens dadas a ver como se de um espectáculo se tratasse. Fazendo parte desse “*espectáculo integrado*” que a forma-mercadoria configura e que condiciona os estilos de vida (ou de “*não-vida*”, na expressão debordiana), os indivíduos tornam-se incapazes de se autogovernar. As novas situações e, conseqüentemente, as novas formas de vida são calculadas e reproduzidas não a partir do acaso do vivido, mas de centros de gestão espectacular, particularmente daqueles que encontram na imagem – e, acrescente-se, no capital – o seu eixo de acção. Neste contexto, a televisão seria a montra central de um mundo que adquire um certo valor por aquilo que configura, sempre à volta de uma certa homogeneização que, à luz destas teses, falseia o real. A forma não vale enquanto ligação a determinado conteúdo. Desse afastamento resulta um empobrecimento de ambos, embora também se diga que isso não será muito notado, pois o que interessa não é o que a forma representa, mas o que se convencionou que vale. O valor dos produtos que circulam torna-se, desse modo, a forma social por excelência, cuja abstracção que lhe é intrínseca provoca uma alienação constitutiva do espectáculo de que se fala (ponto 36) e que aprisionaria os indivíduos numa passividade dedálica¹⁶⁴.

“*Tudo o que é vivido é afastado numa representação*”, escreve-se em *La Société du Spectacle*. Será esta uma posição que faz a apologia da vida fora de qualquer representação? A continuidade da obra não abre tal possibilidade. A tese apenas expressa a necessidade de cada um intervir, correr riscos, experimentar as coisas por si, apesar de se defender também que esse empreendimento se aprisiona nas próprias malhas que tece. Julgamos excessivo reduzir o espectáculo ao determinismo capitalista ou mercantil e torná-lo refém de uma representação percebida como “*pseudomundo*” que impossibilita ao indivíduo qualquer reflexão sobre a realidade. Afirma Debord (ponto 2) que “*as imagens que se destacam de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum no qual a unidade dessa mesma vida já não pode ser restabelecida. A realidade considerada parcialmente apresenta-se como (...) objecto de mera contemplação*”. Canelas Rubim (2002) assinala três problemas que decorrem deste raciocínio:

“*Um: pensar a representação como se ela não fosse uma parte indissociável e construtora da realidade. Dois: conceber a representação como tendo um estatuto de realidade inferior ao (restante do) real. Três: supor a possibilidade de um acesso ao real sem o recurso obrigatório de mediações, inclusive das representações.*”

Escreve Anselm Jappe que “*Debord não deixa muito claro na sua obra se o espectáculo é apenas uma falsa representação da realidade ou uma falsificação da própria realidade*”. Nos seus textos, observa-se uma evolução para a segunda interpretação, nomeadamente nos *Comentários à Sociedade do Espectáculo*, onde se reconhece que o espectáculo dispõe de meios para falsificar não só a produção como também a percepção. No entanto, como nota Jappe, ficou por responder uma questão conceptual importante: em

¹⁶⁴ Não é esta a interpretação de Castro Pericacho (2003), que vê a tomada de posição como “*uma provocação de Debord*”, pois, como argumenta, “*nenhum sistema pode prescindir da colaboração dos indivíduos*”.

relação a que autêntico a realidade é falsificada? Na verdade, Debord vê espectáculo por todo o lado, remetendo o real para um invisível que o subtrai à existência. Não seria necessário um ponto de vista tão radical, se o propósito era assinalar que existe muita coisa que não se corporiza em imagens, não se constitui em mercadoria, não rentabiliza capital, nem é alvo de grande visibilidade, não conseguindo, por isso, lugar assinalável num espaço público que se estrutura por aquilo que é dado a ver e que se torna rentável. Antes de condenar as formas que circulam na sociedade, talvez tivesse sido mais pertinente descobrir como essas manifestações podem reflectir a vida e, através disto, ajudar o actor social a situar-se em determinados contextos. Em vez de opor o vivido ao espectacular, talvez tivesse sido preferível perspectivá-los em continuidade, na medida em que é (também) através dessas formas (aparências) que hoje dominam os espaços e tempos sociais (a vida) que se formam identidades pessoais. Convém não esquecer que também somos a imagem daquilo que nos dizem, já que construímos parte da nossa ideia da realidade a partir dos elementos que nos são dados a ver. Se, para retomar a terminologia debordiana, a vida passou a uma “*não-vida*”, ou seja, deixou de ser o que era, isso não resultará de uma alteração do modo como a vemos? Submetidos ao capital e presos às imagens que ele engendra, a sociedade do espectáculo que Debord desenha é omissa em alguns elementos que a constituem. Por exemplo, seria certamente importante assinalar que o curto prazo toma o lugar do longo prazo, o perene é substituído pelo efémero, a razão cede o primado à emoção, à permanência sucede a transitoriedade. Tudo isto transforma a vida social, mas isso não implica a imediata condenação da sua actual configuração. Somos uma sociedade diferente, porque estruturada de outra forma, sem que isso signifique um empobrecimento do que somos/temos.

Das teses dos situacionistas não sai, como constatámos, uma euforia em relação ao conceito de espectáculo. Pelo contrário. Sendo um “*ecrã do quotidiano*”, a televisão, concebida como lugar privilegiado de estruturação da sociedade do espectáculo, não recolhe qualquer aplauso. Nos *Comentários à Sociedade do Espectáculo*, Guy Debord (1990: 24-25) censura o movimento circular da informação impulsionado pelos *media* que, na sua opinião, insistem num conjunto restrito de tópicos anunciados sempre como importantes, embora se restrinjam muitas vezes a banalidades. Se seguirmos a linha dos situacionistas, o essencial mantém-se oculto nos meios de comunicação social. A maior crítica centra-se no audiovisual. Nas palavras de Debord (1990: 41), o fluxo de imagens arrasa tudo. Se, por um lado, se reconhece que o indivíduo de hoje se relaciona com o mundo tendo a televisão como um dos meios essenciais de acesso a certas realidades, por outro sublinha-se que aquilo que é dado a ver é seleccionado por pessoas que escolhem os elementos mais visíveis do mundo sensível, que controlam o ritmo daquilo que se mostra, sem deixarem espaço para a reflexão. Encarar o espectáculo como uma mercadoria que se compra e vende e que é extensível a tudo comporta certamente alguns perigos para a informação televisiva, que poderá ser tentada a substituir uma emoção profunda pelo choque, a discussão de ideias pela exposição superficial de depoimentos pessoais, a construção social da realidade pela criação de uma hiper-realidade dependurada em signos sem referentes.

Presas à audimetria, a televisão organiza a sua oferta televisiva (conteúdos) em formatos (forma) que se pensa serem rentáveis economicamente, um processo encarado por muitos como uma ditadura à qual todos os intervenientes (directores de programação, jornalistas, produtores, realizadores, fontes de informação...) dificilmente escapam. É também isso que constitui aquilo a que Guy Debord chama “*sociedade do espectáculo*”. Sublinha Aurelio Sainz Pezonaga (2000) que “*o problema não é tanto que o poder reproduza a realidade social, como sustentava Foucault, mas que toda a realidade que os agentes sociais produzem tem de ser organizada pelo capital*”, acrescentando ainda isto: “*Nunca como hoje trabalhamos com tanto afincamento para o inimigo*”. No que aos programas de informação diz respeito, os respectivos enunciadores sabem que o seu produto se insere numa grelha que tem a obrigação de apelar para aquilo a que Domènec Font (1999) chama “*funcionalismo fático e espectacular*”, ou seja, para o que prende a atenção (o olhar) da audiência que estabelece com o ecrã uma “*contemplação furtiva*”. Se a oferta televisiva se dá num *continuum*, o *fluxus* prima sobre o *opus* (Font, 1999) ou, por outras palavras, a forma sobre o conteúdo. Estaremos, assim, próximos da essência da “*não-vida*” de que fala Guy Debord? Nem sempre assim é. Mais do que duplicar a realidade, a televisão deve procurar presentificar o real, o que implica uma profunda alteração não só do conhecimento do social, mas da maneira como encaramos as formas que o audiovisual usa na construção da realidade. Talvez o ponto de partida seja o de encarar a informação televisiva como construção social da realidade e, a partir daí, ir à procura do desenho que ela reflecte e reconfigura em relação àquilo que mediatiza, sabendo que, nesse processo, há um elemento muito importante: o capital. Que os canais generalistas de TV têm vindo a procurar através da publicidade que as respectivas audiências permitem vender.

À sociedade do espectáculo de Debord faltou uma maior atenção a estas premissas, o que permitiria uma outra compreensão da dinâmica social e do papel que uma cultura audiovisual poderá ter na sociedade actual. Talvez isso fosse pouco perceptível nos anos 60, apesar de certamente já haver aí sinais expressivos de uma civilização dominada pelo capital, estruturada por imagens e concentrada no tempo presente, tendências que se avolumaram com a passagem do tempo¹⁶⁵. No entanto, as teses dos situacionistas, apesar de radicais, apontam elementos importantes para a nossa reflexão, nomeadamente a diferença (que pode haver) entre o real e a sua representação mediática; a subjugação da forma (imagem) ao respectivo valor (audiências); o que se mostra e o que se oculta; as relações sociais que uma cultura audiovisual (não) permite. São estas dicotomias que se devem ter presentes, quando se trabalha com um material cujo desenho é influenciado pelo seu valor de troca, como também é o caso dos programas de informação.

A reter

¹⁶⁵ No quotidiano, encontramos numerosos exemplos de invenções que se integraram nos nossos estilos de vida, constituindo aquilo que se pode designar como uma sociedade sincrónica, centrada no presente. Vejamos o caso do relógio. Hoje, grande parte desses medidores de tempo não exhibe um mostrador redondo com ponteiros em movimento que nos fixam num tempo presente em relação a um actual e a um outro futuro. Agora, fabricam-se mais relógios digitais que falam só do presente, “*um presente isolado, desligado de tudo o que pertence ao passado e ao futuro, um presente numérico que vive e se dissipa quando nasce o presente seguinte*” (Bertman, 2001, 258).

Neste capítulo que dedicámos à informação enquanto construção social da realidade, começámos por pensar a responsabilidade social articulada em três pontos: o interesse informativo, a inclusão das emoções no discurso informativo e a idiossincrasia da informação de serviço público. No que diz respeito ao primeiro vector, procurámos, por via etimológica, desatar a oposição entre os conceitos de *importância* e de *interesse*, colocando-nos num ponto de vista que encara o que é interessante como algo que nos faz permanecer *entre*, que nos implica, que nos serve para algo. Esse enquadramento, orientado por critérios de noticiabilidade específicos, pressupõe um determinado posicionamento dos construtores da informação atento às necessidades dos respectivos públicos e uma atitude dos receptores mais activa em relação à informação veiculada pela TV.

As emoções são importantes no jornalismo? Sim. Por vezes, tão importante como saber o que alguém pensa sobre determinado assunto é ver/escutar o que diz acerca das vivências que tem de determinada situação. Talvez abundem no jornalismo audiovisual exemplos de uma informação que aproveita as emoções para com elas construir espectáculos degradantes da dignidade humana, mas isso não legitima posições que visam sanear as marcas emotivas do discurso informativo veiculado pela TV, até porque isso seria um exercício condenado ao fracasso e, mesmo que fosse viável, subtrairia à comunicação televisiva grande parte da sua riqueza expressiva. Ao legitimar a presença das emoções no jornalismo, estamos conscientes de que destacamos aqui uma componente do discurso mediático que facilmente poderá resvalar para o desrespeito pela dignidade humana, para a violação da esfera íntima, para a ofensa ao bom nome das pessoas... Por isso, também sublinhámos a urgência de se promover uma ética exigente nos princípios, rigorosa nos métodos e intransigente na respectiva aplicação.

Não advogando um jornalismo para o serviço público de televisão e um jornalismo para as estações privadas, pensamos que poderá haver uma programação informativa que será mais específica dos operadores públicos. Recorrendo a alguma teorização sobre o serviço público de televisão, apontamos alguns dos seus princípios (continuidade, mutabilidade, igualdade, neutralidade, participação dos cidadãos) e valores (qualidade, diversidade, identidade cultural, distanciamento em relação às fontes de financiamento). Estamos aqui ao nível da teoria. Necessita-se agora de práticas que consubstanciem aquilo que há muito está teorizado.

Num segundo ponto, detivemo-nos na componente espectacular intrínseca à televisão, incluindo os programas da informação, pensando-a através de diferentes elementos: o tipo de espaço que se engendra, o grau de encenação que se alcança, o sentir e o pensar que se pretendem atingir e o valor de mercado que se visa negociar.

“*TV espelho*” e “*TV janela*” são dois conceitos muito usados para falar da televisão. Recuperámos ambos, ao considerar o pequeno ecrã como uma espécie de “*mapa*” que tanto precede como engendra um território. Aquele que está dentro do pequeno ecrã não é apenas uma extensão nossa. Pode também apontar-nos caminhos, revelando-se, desse modo, como um periscópio que abre horizontes que ultrapassam aquilo que os nossos olhos são capazes de ver e os nossos ouvidos de escutar. Para além de mapear campos que lhe são exteriores, o audiovisual também reconfigura as

fronteiras do próprio campo jornalístico, instituindo novos lugares para a informação. Eis outros argumentos para falar da TV enquanto estrutura estruturante e estrutura estruturada por outros campos sociais ou, por outras palavras, uma estrutura especular que reflecte o que lhe é exterior e uma estrutura que desenvolve e reconfigura um espaço social.

Embora integre outras coordenadas, a televisão promove no seu interior aquilo que experimentamos na vida de todos os dias: encontros entre pessoas. Tal como a conversação quotidiana é tributária de circunstâncias sociais que fixam papéis e é estruturada pela encenação dos diferentes interlocutores, também os programas de informação televisiva, nomeadamente aqueles que se desenvolvem através da conversação em estúdio, são condicionados por factores de diferente natureza (da situação comunicativa delimitada pelo género televisivo, do perfil dos convidados, da gestão dos actos de fala feita pelos apresentadores, do tipo de composição do *plateau* ou do dispositivo da emissão) e afectados pela *mise en scène* dos respectivos convidados e moderador. Não será certamente por acaso que o universo televisivo se enche com um léxico ligado ao teatro. Da preparação até à difusão, uma emissão passa por diferentes etapas, sobressaindo em cada uma delas um trabalho que constrói uma certa encenação da realidade, sendo o referente que se procura tratar absorvido por um contexto comunicativo que controla o discurso televisivo e que instala um “certo efeito do real” que não passará de uma representação que se dá a ver em espectáculo.

Na obra *A Pele da Cultura: uma investigação sobre a nova realidade electrónica*, Derrick de Kerkhove escreve isto: “*A televisão fala primeiro ao corpo e não à mente*”. E faz isso através de dois sentidos, visão e audição, que, com as novas tecnologias, adquirem um outro significado. “*Ver*”, afirma Derrick de Kerkhove (1997: 127), “*é desenvolver uma nova precisão e flexibilidade do nosso olhar; é ver por detrás das nossas costas, como vemos à frente dos olhos; é apreender o mundo numa relação frontal, mas num ambiente circundante total*”. Trata-se de um grande desafio, impossível de realizar se não aliarmos o olhar ao pensamento. Aceitando que em qualquer processo de recepção de programas informativos se convoca em primeiro lugar a memória episódica e que esta se liga a situações concretas apresentando uma reduzida capacidade de fazer abstracções, podemos afirmar que uma informação que não negligencie aspectos sensoriais proporcionará uma melhor compreensão à respectiva audiência que, num momento posterior, incorporará essa informação ao nível da memória semântica, construindo aí as abstracções possíveis.

No último ponto deste capítulo, reflectimos os programas de informação enquanto valor de mercado e como esse constrangimento poderá acentuar a componente de espectáculo que lhe está intrínseca. A obra de Guy Debord foi uma referência importante para pensar esta problemática, embora, como sublinhámos, as suas teses sejam, por vezes, excessivas. Segundo Debord, o essencial mantém-se oculto nos meios de comunicação social. Encarar o espectáculo como uma mercadoria que se compra e vende e que é extensível a tudo comporta certamente alguns perigos para a informação televisiva, que poderá ser tentada a substituir uma emoção profunda pelo choque, a discussão de ideias pela exposição superficial de depoimentos pessoais, a construção social da realidade pela criação de uma hiper-realidade dependurada em signos sem referentes. Talvez o ponto de partida seja o de encarar a informação televisiva como construção social da realidade e, a partir daí, ir à procura do desenho que ela reflecte e reconfigura em relação àquilo que mediatiza, sabendo que, nesse processo, há um elemento muito importante: o capital.

Capítulo 5: Géneros televisivos de informação: os programas de conversação

Pretendemos, neste capítulo, fixar alguns traços distintivos daquilo que consideramos os principais géneros televisivos que estruturam a informação televisiva semanal: a entrevista, o debate e o *talk show*. Antes, porém, de nos determos neles, pensamos ser importante agarrar a complexidade deste conceito cuja génese se situa no campo literário. Depois de traçarmos, de forma genérica, o seu percurso na literatura, iremos perceber como se constituiu no campo do jornalismo, destacando aí contributos que foram dados ao longo dos anos para que se tornasse possível a classificação dos textos jornalísticos.

Tendo em conta que o nosso campo de estudo é a televisão, analisaremos como se aplica aí o conceito de *género televisivo*. É algo complexo, tributário de múltiplos factores, os quais, cada um à sua maneira, poderão ter uma influência decisiva no surgimento ou desaparecimento de determinado género. Paralelamente a factores de natureza diversa que contribuem para a identidade de um programa, há modos diferentes de proceder a uma classificação da oferta televisiva. Neste âmbito, acompanharemos as propostas de teóricos que fixaram linhas orientadoras para determinadas tipologias.

Falar de *géneros televisivos* é entrar num universo plural, preenchido por programas que se repartem entre o entretenimento e a informação, embora as fronteiras entre estes dois âmbitos estejam cada vez mais esbatidas. Interessam-nos particularmente as emissões informativas e, dentro delas, aquelas que, com uma difusão semanal, se propõem reflectir e explicar a realidade através da conversação em estúdio. Referiremos, neste capítulo, três géneros que, na nossa opinião, estruturam aquilo que pensamos ser o núcleo da informação semanal: as entrevistas, os debates e os *talk shows*. Para além dos traços distintivos de cada um destes géneros, procuraremos igualmente os elementos que, embora exteriores à televisão, julgamos contribuir para a configuração de cada um deles.

1. Géneros jornalísticos

1.1. A herança do campo literário

É no campo literário que encontramos a génese dos géneros jornalísticos, sendo aí que descobrimos os seus princípios inspiradores. Esta ligação do jornalismo com a literatura é apontada por vários investigadores que se dedicam a essa problemática. Por exemplo, José Luis Martínez Albertos, Patrick Charaudeau e Daniel Chandler. No entanto, o percurso que o conceito trilhou neste campo está longe de fornecer uma evolução contínua. Se no início se via aí um princípio imutável de organização dos discursos, com o passar do tempo os géneros começaram a ser encarados como entidades mutáveis, susceptíveis de se contaminarem entre si, resultando daí novos géneros e, conseqüentemente, novos discursos.

Procurando as raízes dos géneros literários, facilmente chegamos à cultura latina, onde esta noção floresceu. Influenciado pela poética aristotélica, Horácio vê-os como entidades distintas, caracterizados por específicas temáticas, formas e relações com o público receptor. É da *Ars Poetica* horaciana a conhecida regra da “*unidade de tom*” através da qual se impõem rígidas fronteiras entre os géneros, preceituando-se temas, estilos, formas e objectivos distintos. O classicismo renascentista recupera esta visão autónoma, normativa e invariante dos géneros literários, encarando como acanónicos todos os textos que extravasassem as características prescritas para os géneros conhecidos, os quais se fundavam numa perspectiva a-histórica, imunes a qualquer evolução.

Embora a teoria clássica dos géneros tenha atravessado muitos séculos, a sua vigência perdeu alguma força a partir da época pré-romântica. Negando qualquer fundamento a-histórico dos géneros literários, a poética barroca concebe-os antes como realidades pertencentes a um espaço e tempo determinados, admitindo uma evolução a partir da qual poderiam surgir novos géneros, resultantes da contaminação dos existentes. É, no entanto, na poética romântica que se encontra uma verdadeira apologia do relativismo dos valores literários cuja vitalidade dependeria de determinado momento histórico. A esta modificação na concepção dos géneros não são alheios factores como a proliferação da impressão de livros que ampliava a difusão da produção e o alargamento do público-leitor. Isso aumentava a tiragem das publicações, promovendo-se, assim, a sua diversificação. Rejeitando o carácter paradigmático das obras greco-latinas, os românticos escudavam-se na estética do *génio*, refractária a modelos e a regras, para defender a miscegenação dos géneros. O aparecimento de novas formas literárias – por exemplo, a autobiografia e o romance – confirmava a possibilidade criadora daquele que escrevia e que, por sua vez, ultrapassava as categorias existentes de classificação¹⁶⁶.

¹⁶⁶ No romantismo, são muitos os escritores que se manifestam em relação à dificuldade de inserir a sua obra em determinada categoria. Confrontado com uma eventual classificação do livro *Eurico, o Presbítero*, Alexandre Herculano, por exemplo, escreveu numa nota final à sua obra a seguinte frase: “*Sou eu o primeiro que não sei classificar este livro*”.

No século XX, os Formalistas Russos propõem uma teoria dos géneros literários que pode ser encarada como um certo compromisso entre as perspectivas que os concebem como categorias normativas invariáveis e aquelas que os vêem como realidades difíceis de apreender conceptualmente. Rejeitando a singularidade da criação literária com o argumento de que qualquer texto se integra no sistema literário ao qual se liga precisamente através do género literário, o Formalismo Russo erige este último conceito ao primeiro plano das suas preocupações. Boris Tomaševskij, num dos capítulos da *Teoria da Literatura*, define o género como “*um conjunto sistémico de processos construtivos, quer a nível temático, quer a nível técnico-formal, manifestando-se tais caracteres do género como os processos dominantes na criação da obra literária*” (apud Aguiar e Silva, 1988: 371). Longe de ser estático, o género literário é para os formalistas uma entidade em evolução permanente, devendo as suas transformações ser equacionadas à luz do sistema literário vigente, tendo em conta as relações que este mantém com o sistema social onde se insere. Estas relações “*cronotópicas*”, isto é, ligadas a um tempo e a um espaço determinados, assumem-se como um vector estruturante na configuração dos géneros. Disto resulta um entendimento dos géneros historicamente descritivo, influenciado pela teoria evolucionista da Biologia, segundo a qual os seres nascem, vivem e morrem, modificando-se ao longo do seu percurso. Também os teóricos da literatura de orientação marxista interpretam os géneros como uma realidade evolutiva, tributária de influências exteriores. György Lukács, numa obra intitulada *Estética*, diz que a influência histórico-social “*é tão intensa que pode levar à extinção de determinados géneros ou ao nascimento de outros novos*”. Raymond Willimans, em *Marxism and Literature*, consagra um capítulo aos géneros, argumentando que eles evoluem em sintonia com a organização sociocultural, sendo, acima de tudo, formas da linguagem social caracterizadas por um permanente devir.

Paralelamente aos géneros, um outro conceito que a literatura lega é o de *período literário*, no qual se consubstanciaria um conjunto de géneros específicos de uma época. De entre as múltiplas definições deste conceito, merece-nos particular consideração a proposta de René Wellek (s/d: 335), para quem o período literário é “*uma secção de tempo dominada por um sistema de normas, convenções e padrões literários, cujas introdução, difusão, diversificação, integração e desaparecimento podem ser seguidas por nós*”. Se, por um lado, esta posição é marcadamente *histórica* e, por isso, sujeita a mutações; por outro, impõe uma *ideia reguladora* que permite alguma estabilidade, necessária aos níveis das instâncias de produção e de recepção. A concepção de Wellek tem também a vantagem de admitir a existência de um policódigo que, em vez de impor o domínio absoluto de determinada gramática, reconhece para um tempo e um lugar a coexistência de diversos *estilos literários*. Estes últimos seriam, tal como os géneros, abstrações teóricas, que, para além de reflectirem estruturas históricas como os géneros o fazem, se manifestariam como disposições anímicas colectivas (uma época, um grupo de pessoas, uma escola, uma mentalidade ideológica ou cultural). Deste entendimento resulta a ideia de uma evolução dos períodos literários não por corte, mas por imbricação, o que não permitiria falar em zonas de transição. Haveria, pois, uma transformação contínua, operada quer ao nível da produção, quer ao nível da recepção das mensagens.

1.2. Géneros jornalísticos: um campo de difícil, mas de necessária apreensão

São múltiplas e de diferente natureza as questões que gravitam à volta dos géneros jornalísticos. Num plano estritamente teórico, este conceito levanta problemas ontológicos e epistemológicos que se ligam a múltiplos elementos como a existência de universais, a correlação entre o geral e o particular, a conjugação entre categorias invariantes e factores histórico-sociais em constante mutação ou os fundamentos dos vectores classificativos. Num plano semiótico, essa noção arrasta interrogações acerca da ligação entre códigos inerentes a cada *medium* e o texto ou, num plano mais abrangente, acerca da representação do real construída na produção e na recepção dos produtos mediáticos. O desenho dos géneros jornalísticos liga-se igualmente ao modo de encarar o exercício da profissão, às mudanças tecnológicas que provocam alterações na forma e na expressão dos conteúdos ou aos constrangimentos e campos de autonomia a que estão sujeitos aqueles que mediatizam a realidade social.

Poder-se-á pensar a evolução dos géneros jornalísticos vinculada às distintas etapas históricas do jornalismo¹⁶⁷, que, por sua vez, apresentam uma implicação com o desenvolvimento da sociedade. Esta é, por exemplo, a perspectiva de Martínez Albertos (1993) e de Mar de Fontcuberta (1993), para quem o jornalismo ideológico, que persiste até ao fim da I Guerra Mundial¹⁶⁸, consolidou os géneros de opinião (ou o que os anglo-saxónicos chamam *comment*); o jornalismo informativo, que aparece depois de 1870¹⁶⁹, fixou os géneros notícia, crónica e reportagem¹⁷⁰ (aquilo que os saxónicos designam como *story*); enquanto o jornalismo de explicação, desenvolvido depois da paz de 1945, estaria associado à reportagem em profundidade, conjugando as principais características das fases anteriores: há informação sobre os factos e interpretação acerca das consequências dos mesmos.

A atenção aos géneros jornalísticos reúne, na nossa perspectiva, um duplo interesse. Se, por um lado, representam um factor de memória nem sempre visível em textos avulsos, por outro, espelham a evolução que o campo jornalístico trilhou ao longo dos tempos. Wellek e Warren (s/d: 282) falam da teoria dos géneros como “*um princípio ordenador*” e, embora recusem os traços pertinentes de “*época*” ou “*lugar*”, conferem particular atenção aos tipos de “*organização e estrutura*” que cada género edifica. Uma teoria dos géneros jornalísticos pode também proporcionar uma dupla vantagem para as instâncias envolvidas no

¹⁶⁷ Cf., a propósito das diversas fases por que passou a imprensa, José Tengarrinha, José Manuel (1986). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Lisboa: Caminho.

¹⁶⁸ A tese de Tobias Peucer impõe algumas reservas a um jornalismo que, nos seus primórdios, é tomado apenas como ideológico. Como demonstra o seu trabalho, apresentado em Leipzig em 1690, há na Alemanha dos finais do século XVII o florescimento de um jornalismo informativo, concentrado no relato dos factos que viria depois a reaparecer, com mais vigor, no século XX.

¹⁶⁹ Novidades como o telégrafo, as agências de notícias ou a rotativa contribuíram para aperfeiçoar a prática jornalística, aproximando-a do relato dos factos. Também o novo conceito capitalista começa a ser aplicado aos jornais que progressivamente encaram as notícias como um negócio de venda de publicidade.

¹⁷⁰ Nesta altura, as primeiras manifestações do jornalismo noticioso ocorrem em Inglaterra e espalham-se depois ao resto da Europa, mas são os Estados Unidos quem mais incrementa este tipo de jornalismo.

processo de comunicação. Do lado dos actores que criam as mensagens, um sistema de géneros fixa modelos que organizam estruturas técnico-formais e semântico-pragmáticas que se tornam importantes auxiliares para os respectivos enunciadores, funcionando como marcos de referência nas operações do processo de composição. Do lado da recepção, o género assume-se também como um factor relevante na medida em que o receptor encontra nele um conjunto de convenções que desenham o seu “*horizonte de expectativas*” (Jauss, 1993), guiando-o na compreensão daquilo que vê/lê¹⁷¹ (Knight, Deborah, 1994). Daniel Chandler considera-os mesmo como conceitos promotores de uma certa eficácia da comunicação.

Será difícil imaginar o campo jornalístico sem a existência de géneros. Segundo Tzvetan Todorov (1988: 34), “*cronologicamente falando, não há um 'antes' dos géneros*”. Se o trabalho dos jornalistas nunca nasce *ex nihilo* nem é estritamente idiossincrático, também a interpretação dos respectivos receptores necessita de esquemas de leitura consonantes com a conjuntura conceptual e institucional em que o produto é criado. A comunicação é um fenómeno institucionalizado que, permitindo alguma liberdade individual, se desenvolve através de circunstâncias de impositividade. A existência de géneros jornalísticos é também corroborada pelo facto de muitos jornalistas rotularem o seu trabalho recorrendo aos géneros, servindo estes, por sua vez, para designar rubricas ou programas televisivos. Também os receptores fazem uso deles para falar acerca daquilo que lêem/vêem.

Ao concebermos o campo jornalístico como o resultado de factores intra-sistémicos (específicos desse campo) e intersistémicos (ligados a outros sistemas culturais e ao metassistema social), desembocaremos numa concepção dinâmica do jornalismo. Esse é, aliás, o posicionamento de muitos investigadores desse campo. Por exemplo, de Nicholas Abercrombie (1996: 45) que, numa obra sobre a ligação da televisão com a sociedade, afirma que as “*fronteiras entre géneros são cada vez mais permeáveis*”. Tendo como referência o campo literário, Aguiar e Silva (1988: 395) sublinha que “*as modificações sociais, culturais, ideológicas e políticas, ao alterarem o meio do sistema literário, podem originar o desaparecimento de certos géneros e o desenvolvimento de outros*”. Esta posição é aplicável aos géneros jornalísticos, particularmente àqueles que são construídos no pequeno ecrã, que resultam da convergência não só de códigos relacionados com a forma de expressão (códigos fónicos, estilísticos...) cuja concretização pode ser alterada pela evolução tecnológica dos próprios *media*, mas também de códigos semântico-pragmáticos cuja vigência depende da estrutura sociocultural onde se desenvolvem. Num artigo intitulado “*Genre as Social Action*”, Carolyn Miller (1984) ressalta a força que a sociedade pode ter aqui, fazendo depender o número de géneros da complexidade e diversidade do meio social onde florescem. Num texto em que se detém sobre a tipologia dos géneros jornalísticos em relação à qual manifesta uma latente

¹⁷¹ Reconhecemos, porém, que a orientação sugerida pelos géneros jornalísticos pode ser alvo de deturpações, quando há desvios no respeito pelas normas do género, o que exige novas modalidades de recepção, havendo também a possibilidade de existir algum desconhecimento do receptor em relação às “regras do jogo”, levando-o a uma leitura incompleta do que lhe é dado.

reserva quando feita de forma imutável, Scharlau Vieira levanta, a este respeito, duas interrogações pertinentes:

“Como oferecer uma leitura da e para a sociedade, que é multifacetada e caótica, utilizando regras fixas e totalizantes? Como retratar o caos da vida pós-moderna, utilizando gramáticas modernas ou anteriores à era moderna?”

Mas, afinal, o que serão os géneros? Para Todorov (1988: 35-37), são “*classes de textos*”, sujeitos a uma “*codificação discursiva*” de vários níveis (semântico, sintáctico e pragmático), cuja descrição pode ser feita “*a partir de pontos de vista diferentes, o da observação empírica e o da análise abstracta*”. Seriam, então, um princípio de ordem dos discursos produzidos, caracterizando-se mais como uma concepção abstracta do que como algo que existe empiricamente, como, aliás, lembra Jane Feuer (1992: 144). Aplicando este conceito ao campo jornalístico, Martínez Albertos (1993: 264) define-os assim:

“São modalidades de criação literária concebidas como veículos aptos a promover a informação de actualidade, (...) instrumentos linguísticos para a consecução de grandes objectivos sociais da informação da actualidade: o relato (story) dos acontecimentos de interesse colectivo e o juízo valorativo (comment) que tais acontecimentos provocam no jornalista.”

Servindo-nos da sistematização feita por Vítor Aguiar e Silva (1988: 397) para os géneros literários, diríamos que os géneros jornalísticos estabelecem:

- *um determinado modelo de situação comunicativa* que fixa específicos modos enunciativos que, por seu lado, ditam não só traços retórico-formais, mas também vectores pragmáticos e semânticos próprios, a partir dos quais se constrói a relação do emissor com o texto, a relação do texto com o receptor e a relação do emissor com o receptor;
- *um determinado modelo de forma de conteúdo* que condiciona elementos semântico-pragmáticos, quer acrónicos, quer histórico-sociais;
- *um determinado modelo de forma de expressão* que dita normas formais, retóricas e técnico-compositivas que promovem a coerência textual.

Os géneros jornalísticos podem decompor-se em *subgéneros*, tendo estes uma durabilidade mais restrita, na medida em que são menos consistentes e, por isso, mais vulneráveis às mudanças. Porque se constroem a partir de uma hipercodificação das convenções dos géneros que os originam, isto é, porque procedem a uma especificação e, em algumas situações, a uma complexificação das normas estipuladas, os *subgéneros* são muitas vezes alvo de mudanças mais significativas que, em alguns casos, podem afectar o género do qual saíram. Tal como sublinha Tzvetan Todorov (1988: 34), o facto de um texto desobedecer a um género não o torna inexistente: “*Pelo contrário, a transgressão, para existir, necessita de uma lei*”. Nesta concepção, um novo género seria “*sempre a transformação de um ou vários antigos: por inversão, deslocamento ou combinação*”.

1.3. Contributos para uma teoria e classificação dos géneros jornalísticos

Se os géneros jornalísticos encontram na literatura sinais da sua génese, foi na primeira manifestação histórica do jornalismo, ou seja, na imprensa, que se assumiram enquanto elementos diferenciadores do campo do qual resultavam (Martínez Albertos, 1993: 263). Daí ser lógico que as primeiras tentativas de sistematização de uma teoria dos géneros jornalísticos encontrem nos jornais o seu objecto de estudo. Um dos primeiros estudiosos de projecção internacional a utilizar o conceito de “*géneros jornalísticos*” foi Jacques Kayser, vendo neles um dos principais vectores distintivos dos textos de imprensa. Estávamos nos últimos anos da década de 50. A sua classificação não teve inicialmente um cariz filológico, apresentando-se, antes, como uma técnica descritiva de análise sociológica que procedia à valoração quantitativa dos textos dos jornais. O enfoque filológico na teoria dos géneros jornalísticos – um importante instrumento para análises qualitativas e quantitativas, mas também para apreciações críticas de carácter literário e linguístico – viria a desenvolver-se na Universidade de Navarra, um dos primeiros centros ocidentais de estudos jornalísticos, o que não neutraliza a importância de outros locais de referência.

Na verdade, muito antes do mundo académico espanhol se deter no estudo do campo jornalístico, já a Universidade de Leipzig, na Alemanha, desenvolvia investigações nessa área. Foi aí que se defendeu, em 1690, aquela que é considerada a primeira tese doutoral em jornalismo. O seu autor, Tobias Peucer, deteve-se não só na procura de fenómenos de paleojornalismo na história anterior ao século XVII (quando aparecem os primeiros jornais) e ao século XV (altura em que Gutenberg inventou a imprensa) como também procurou estudar a narração de acontecimentos, ou seja, o relato dos factos feito pelos jornais diários da sua época¹⁷². Foi precisamente em Leipzig que, em 1916, se criou aquele que é considerado o primeiro Instituto de Jornalismo do mundo, data em que também se fundou a primeira cátedra em Jornalismo. A partir daí, os estudos neste campo acumularam-se, mas com um cariz eminentemente histórico¹⁷³.

A Universidade de Navarra confere uma marca mais sincrónica aos trabalhos que desenvolve. No início do curso, no ano lectivo de 1959-60, o Instituto de Jornalismo daquela universidade acrescentou ao plano de estudos da disciplina *Redacção Jornalística* o enunciado *Géneros Jornalísticos*, sendo José Luis Martínez Albertos encarregue da leccionação dessa matéria, mas, como o próprio assegura (1993: 393), “*a decisão sobre o desenho primitivo do esquema de classificação dos géneros e das suas funções foi uma ideia do prof. Antonio Fontán, então director do centro*”. Em 1989, Martínez Albertos viria a desenvolver aquilo que se designa por “*teoria normativa dos géneros jornalísticos*”, herdeira da teoria clássica dos géneros literários que, segundo Welck e Warren (s/d: 292-3), “*acredita não só que cada género difere dos outros*

¹⁷² Cinco anos antes, o poeta e pedagogo Christian Weise havia publicado na Universidade de Leipzig uma obra sobre os jornais diários. Recorde-se que os primeiros periódicos diários surgem na Alemanha em 1660.

¹⁷³ Em 1932, Werner Stoz faz um trabalho sobre a recepção dos textos jornalísticos. No entanto, a sua investigação reportava-se aos primeiros anos da história dos jornais.

quanto à sua natureza e prestígio, mas também que os géneros devem ser mantidos separados, que não deve ser permitida a sua miscegenação”. Face a isto, não suscita qualquer admiração o facto de Martínez Albertos não ser apologista de um jornalismo que misturasse no mesmo texto características de diferentes géneros, argumentando que a amálgama de informação com opinião poderia provocar uma ideia falsa acerca dos acontecimentos mediatizados. Sublinhe-se, porém, que esta defesa de uma teoria normativa não cai num autoritarismo cego. No seu manual de *Redacción Periodística*, publicado pela primeira vez em 1974 – inspirando-se na distinção que faz o norte-americano Carl Warren entre reportagem objectiva e reportagem interpretativa – reconhece a existência de géneros jornalísticos que se encontram entre o relato impessoal dos factos e a interpretação subjectiva.

Esta posição é alargada por Josep Maria Casasús e Luis Nuñez Ladevéze (1991), para quem o carácter interpretativo do jornalismo afecta os textos estritamente informativos. Ao contrário de Martínez Albertos, estes dois professores da Universidade de Barcelona são apologistas de uma teoria moderna dos géneros que não limite o número de classificações possíveis, nem prescreva regras, admitindo que as espécies tradicionais possam misturar-se e produzir uma espécie nova. Na perspectiva de Casasús e Ladevéze, a evolução operada no campo jornalístico ligar-se-ia a factores exteriores, apontando-se, consequentemente, três marcos importantes no percurso dos géneros jornalísticos:

- *os anos entre 1920 e 1930*, altura em que se dá uma ruptura com os géneros tradicionais devido à influência da literatura de vanguarda;
- *o início dos anos 80*, em que factores de competitividade com outros meios de comunicação social, alterações ao nível tecnológico e modificações ideológicas resultantes da crise da pós-modernidade impõem novas formas de comunicação;
- *a actualidade*, que trouxe o aparecimento de novos *media*, acentuou a concorrência entre os meios escritos, audiovisuais e digitais, provocando outras formas de fazer jornalismo.

Segundo Casasús e Ladevéze (1991: 87), uma teoria moderna dos géneros jornalísticos devia assentar nos seguintes critérios:

- entender a teoria dos géneros como uma projecção analítica e crítica da prática jornalística;
- ordenar o sistema dos géneros segundo a dicotomia de raiz hegeliana que distingue o objectivo/formal do subjectivo/temático. A primeira dimensão levar-nos-ia à apreciação de modelos estruturais e estilísticos como conjuntos prototípicos que recebem várias denominações (notícia ou informação, crónica, reportagem, artigo, editorial, etc.); a segunda dimensão classificar-se-ia em função do conteúdo temático: política, economia, desporto... Os modelos de géneros resultariam da combinação de ambas dimensões, obtendo designações como as de reportagem política, informação científica, etc.;
- classificar os géneros com base em grandes grupos clássicos, denominados de diversas maneiras, segundo os autores e as tradições científicas.

Admitindo que a origem dos géneros jornalísticos deve ser procurada nos géneros literários, Llorenç Gomis (1989) situa a primeira tentativa de esboço de uma teoria dos géneros na *Poética*, de Aristóteles. Apesar de advogar um tronco comum, sublinha que existe uma clara distinção entre eles, desde logo estabelecida no tipo de referente construído pelos textos. Enquanto a literatura imita a realidade, criando ficções, o jornalismo mediatiza factos reais, detendo-se naquilo que se passa e pode acontecer às pessoas em consequência dos factos mediatizados. A liberdade deste último campo é mais circunscrita, quer ao nível da produção, quer ao nível da recepção. E é exactamente por isso que Gomis considera o conceito de género, enquanto princípio de ordem e de classificação de textos, mais necessário ao jornalismo do que à literatura. Para além de se assumirem como um método eficaz no estudo do jornalismo, algo também defendido por Martínez Albertos, os géneros jornalísticos cumprem, na perspectiva de Gomis, funções específicas: respondem a certas necessidades sociais, bem como à forma de as satisfazer. Longe das concepções clássicas que encaram este conceito na sua normatividade e permanência, Llorenç Gomis vê nele uma realidade dinâmica cujas modificações reflectem a evolução do jornalismo, que, por sua vez, se modifica com as mudanças dos objectivos profissionais e com as mutações sociais. Tal como Todorov (1988: 38) defende que os “*géneros evidenciam os traços constitutivos da sociedade a que pertencem*”, também Gomis afirma serem eles um método de interpretação da realidade social.

A classificação da produção jornalística por géneros começou a ser aceite por volta de 1850, altura em que se estrutura uma divisão tripartida do jornalismo: o ideológico, o informativo e o de explicação. Não se pense, porém, que os géneros se caracterizam por traços repetidos integralmente em cada texto. Como lembra Steve Neale (*apud* Chandler), “*as diferenças (inevitáveis em cada texto) são absolutamente essenciais para a economia do género*”.

Sendo os primeiros a encarar o jornalismo como um negócio de venda de publicidade, os anglo-saxónicos, particularmente os norte-americanos, assumiram uma cultura jornalística em que as notícias eram separadas das opiniões que eventualmente provocavam. Reflectindo o conhecido axioma *facts are sacred, comments are free*, a tradição anglo-saxónica vai no sentido de proceder a uma divisão binária dos géneros jornalísticos, repartindo-os por textos que dão a conhecer *factos* e textos que fazem conhecer *ideias*. Esta tradição é nítida em algumas propostas teóricas sobre géneros jornalísticos¹⁷⁴. Uma delas é a de Van Dijk (1996), que estipula, no campo jornalístico, dois grandes tipos de discurso: os de esquema narrativo e os de esquema argumentativo¹⁷⁵. Também Martínez Albertos (1993: 265) faz alguns enlances com a teoria dualista anglo-saxónica, defendendo que, “*em última instância, a classificação dos géneros pode reduzir-se a duas*

¹⁷⁴ Teriam sido os Corantos ingleses os primeiros a estruturar a divisão entre *comment* e *story*.

¹⁷⁵ Casasús (1991: 89) considera esta postura reducionista e insuficiente por basear a classificação de géneros apenas em estruturas internas.

modalidades: os relatos de factos e os comentários”. Não se pode, porém, circunscrever esta proposta a uma herança pura da tradição anglo-saxónica, já que nela se vislumbram influências da retórica aristotélica. A especificidade no estilo de utilização da língua, a finalidade perseguida e a disposição psicológica do autor são traços apontados para distinguir aquilo que Martínez Albertos (1993: 268) diz ser “*uma diversidade de géneros jornalísticos no conjunto dos textos noticiosos ou de comentário*”. Apesar de se reconhecer pertinência a essa classificação binária, vêem-se nela certas limitações, na medida em que se revela impotente para abarcar todo o trabalho jornalístico.

Ao contrário dos Estados Unidos, onde até à I Guerra Mundial a distinção entre factos e comentários era mais ou menos clara, no Ocidente, com excepção do Reino Unido, o jornalismo iniciou o seu percurso com uma forte carga ideológica naquilo que noticiava, esbatendo as fronteiras entre a notícia e a opinião sobre a mesma. Esta prática reflectiu-se na classificação dos géneros jornalísticos.

Enraizando a sua tipologia na tradição greco-latina, Héctor Borrat atende aos elementos que prevalecem na estrutura interna dos textos, os *topoi* ou *elementa narrationis*¹⁷⁶, estabelecendo três principais géneros jornalísticos¹⁷⁷:

- os narrativos¹⁷⁸,
- os descritivos¹⁷⁹,
- os argumentativos¹⁸⁰.

No entanto, não se reserva apenas aos últimos a tarefa explicativa, reconhecendo-se que ela pode desenvolver-se nos dois primeiros géneros¹⁸¹. Trata-se, na nossa opinião, de um contributo pertinente, apesar de, como sublinha Casasús (1991: 90), “*esquecer os aspectos perlocutórios, cognitivos, éticos, sociais e políticos da acção jornalística*”.

¹⁷⁶ Estes elementos são usados na Retórica, particularmente na *inventio* do texto.

¹⁷⁷ A classificação tripartida dos géneros literários remonta a Platão, que os repartia pelos géneros “*imitativo ou mimético*” (onde se incluem a tragédia e a comédia); “*narrativo puro*” (composto pelo ditirambo) e o “*misto*” (onde se integra a epopeia). Recuperando a classificação platónica, também Diomedes, gramático do século IV, optou por uma divisão tripartida que teve uma substancial receptividade na Idade Média. A divisão ternária é também adoptada por Teofrasto, a quem se deve a primeira formulação tripartida dos estilos, uma classificação que é, posteriormente, retomada por Cícero, por Horácio e por Sérvio. Este último recupera a classificação de Diomedes para a aplicar às obras do autor da *Eneida*, criando a chamada “*Roda de Virgílio*” onde se faz corresponder a cada estilo um tipo social, instrumentos representativos de classes sociais, espaços específicos e determinadas espécies de fauna e de flora. Também Aristóteles, na sua *Poética*, fala de três espécies básicas de poesia: a “*épica*”, a “*dramática*” e a “*lírica*”. A numerologia do três é igualmente adoptada nos géneros da retórica, que se repartem pelo “*judicial*”, “*deliberativo*” e “*demonstrativo*”. No campo da filosofia, a dialéctica hegeliana constrói-se pela junção dos vértices de um triângulo, ou seja, o conhecimento discursivo da verdade e a descoberta do ser que se alcançam pela *síntese* de sucessivos conflitos entre a *tese* e a *antítese* (cada uma deles identifica-se com a *lírica*, a *épica* e o *drama*).

¹⁷⁸ Responderiam às perguntas: *quê?, quem?, quando?*.

¹⁷⁹ Responderiam às perguntas: *quê, quem?, onde?*.

¹⁸⁰ Responderiam às perguntas: *porquê?, como?*.

¹⁸¹ Daí que a tipologia proposta se subdivida ao nível dos dois primeiros géneros, admitindo-se a existência de textos narrativos simples e explicativos e textos descritivos simples e explicativos.

2. Géneros televisivos

2.1. A complexidade dos géneros televisivos

Se por género jornalístico se entende as distintas formas de produzir e interpretar um texto, “qualquer teoria dos géneros televisivos tem de partir de uma descrição das características específicas do discurso televisivo” (Castañares), o qual, na perspectiva de Martínez Albertos (1993: 482), “é o que hoje oferece maior riqueza e variedade de sistemas de signos que intervêm na elaboração formal dos seus conteúdos”. Nicholas Abercrombie (1996) elege o pequeno ecrã como o meio de comunicação que mais encoraja a diversidade de géneros, principalmente quando nos situamos no período após o aparecimento das estações privadas, altura a partir da qual se ensaiam permanentemente novas fórmulas para atrair mais audiência. Em televisão, o discurso caracteriza-se pela sua natureza audiovisual, que se manifesta, ao nível da substância de expressão, no som (nas palavras) e na imagem e, ao nível da forma de expressão, nos signos visuais e auditivos, de natureza sobretudo icónica e indicial, que os torna facilmente reconhecíveis, mas, por vezes, de interpretação complexa. Estes dois níveis determinam a *substância do conteúdo* e a *forma de conteúdo*. A imagem e a palavra pertencem a sistemas semiológicos distintos, cada um deles com um universo socio-discursivo próprio.

Constrangida quer por factores endógenos como as limitações de tempo, hora de emissão, área do sinal, quer por factores exógenos como a pressão do audímetro, que persegue continuamente o interesse do público atraído por programas cada vez mais espectaculares, uma emissão televisiva assume, desde logo, grande complexidade. O impacto da imagem e do directo abre a TV a novas dimensões e a novos valores, dificilmente imitáveis pela imprensa e pela rádio. A visualidade e a instantaneidade daquilo que se transmite favorecem uma linguagem mais emocional do que racional e ajudam a plasmar nas audiências uma certa ilusão de ubiquidade: sentados no sofá, os telespectadores têm acesso a múltiplos ângulos daquilo que está a acontecer e que seriam impossíveis de reter se cada um de nós estivesse no local onde decorre o que é dado a ver.

Tudo isto implica, como sublinha François Jost (1997), que o género televisivo não deva ser pensado apenas com as categorias herdadas do campo literário. Para Patrick Charaudeau (1997), essa ligação constitui-se mesmo como uma “*questão armadilhada*”, na medida em que o seu florescimento aconteceu numa altura em que os modos de escrita se diferenciavam com alguma clareza e em que os objectos categorizados ainda hoje procedem não só de uma origem única (o autor), como também participam de uma materialidade semiológica homogénea (a linguagem verbal escrita). Nada disso se passa na televisão, que

assenta numa origem e materialidade semiológicas compósitas. No entanto, como reconhece Charaudeau (1997), da tradição literária retiraram-se dois ensinamentos fulcrais:

- os géneros são necessários para a inteligibilidade dos objectos do mundo, inscrevendo-se numa relação social;
- os critérios de determinação dos géneros podem ser de diversa ordem e transversais, ou seja, se, por um lado, o mesmo género se compõe de vários critérios, por outro, um mesmo critério pode ser encontrado em vários géneros.

Apesar de considerar os géneros televisivos um conceito de difícil apreensão, este investigador francês considera-os “*testemunhas das constantes textuais da organização discursiva dos actos de linguagem em situação de comunicação*”, colocando-os, por um lado, como “*ponto de chegada de uma descrição que retém as propriedades estáveis*”; por outro, como “*ponto de partida para uma descrição que saliente as características próprias de cada texto*”.

Tal como já referenciámos, um género, se está inscrito numa relação social, espelhando consequentemente códigos da sociedade onde se insere, também exhibe uma codificação específica do meio que lhe serve de veículo de transmissão. Sendo alvo de mudanças tecnológicas sucessivas, estando perante um público cujos gostos se alteram permanentemente, reflectindo uma realidade em constante devir, absorvendo as alterações no modo de encarar a profissão de jornalista, a televisão altera permanentemente os seus discursos. De acordo com Wenceslao Castañares, “*a televisão é o meio que evolui mais rapidamente do ponto de vista discursivo*”, o que provoca a extinção e, consequentemente, o aparecimento de novos subgéneros televisivos.

A evolução da programação influencia a classificação dos géneros. Fazendo sair os géneros televisivos do momento em que se pensa ou interpreta um programa, François Jost (1997) defende que uma teoria dos géneros estaria dependente da resposta à seguinte questão: de que modo essa interpretação se articula com a programação e com a respectiva mediação? Se a televisão dos primórdios se caracterizava por uma divisão clara dos programas e, consequentemente, por uma nitidez dos géneros, a televisão dos nossos dias transformou-se num fluxo contínuo de emissões que se assemelham umas às outras e em que temas do espaço público se misturam com problemas da vida privada. Desta tendência resultam um esbatimento contínuo das fronteiras entre informação e entretenimento e uma mistura de géneros que outrora nos habituáramos a ver separados. Tudo isto provoca o aparecimento de novas formas de classificação das emissões. Neste contexto, Jean-Pierre Esquenazi (1997) defende que hoje o conceito de género televisivo se aplica mais a um canal do que a determinada emissão. A aceitação desta tese obrigaria a uma mudança do objecto de análise: em vez de um programa, considerar-se-ia a grelha na sua totalidade. Para este investigador, falar daquilo que se vê já não implica uma análise de determinada emissão, mas, sobretudo, a referência à estação que se sintoniza. Trata-se, julgamos, de uma perspectiva com alguma pertinência, mas

que preferimos não seguir, já que, apesar de uma relativa uniformidade de conteúdos ser resultante de políticas editoriais abrangentes, há sempre traços específicos que impõem algumas barreiras no fluxo televisivo de um canal. Existem mesmo situações em que um programa de sucesso pode ser transformado em género televisivo, funcionando como uma espécie de protótipo de género¹⁸², mas isso só se descobre quando o objecto de análise se situa ao nível do micro-segmento discursivo, ou seja, ao nível dos programas.

2.2. Tipologias de géneros televisivos: propostas de alguns teóricos

Falar em tipologias pressupõe a referência a classes de objectos com categorias semelhantes. Na sua constituição, estão envolvidos, pelo menos, dois vectores básicos: os critérios definidores dos géneros e a respectiva finalidade¹⁸³. Se na imprensa se multiplicam tipologias de géneros jornalísticos, no audiovisual as designações acumulam-se ainda mais devido à adopção generalizada de variáveis de diferente natureza, utilizadas frequentemente por outros órgãos de comunicação (revistas televisivas) e pelo grande público. Não raras vezes encontramos programas classificados a partir da função que perseguem (informação), do respectivo conteúdo (desportivos), do público ao qual se dirigem (infantis) ou da estrutura que revelam (magazines). Por vezes, o título do programa, espelhando relações intratextuais, pode também fornecer pistas classificatórias¹⁸⁴ (grande-reportagem). Por seu lado, o mercado do audiovisual, principalmente a forte indústria norte-americana de conteúdos, vai introduzindo igualmente outras designações (*info-show*, *telemovies*, *sitcoms*...). No plano da instância de recepção, os telespectadores falam, por vezes, do consumo televisivo usando uma terminologia de géneros, embora frequentemente de forma imprecisa. Até mesmo os mais novos, desde muito cedo, revelam capacidade para distinguir as emissões de televisão segundo classes de programas. Trabalhando com crianças dos 8 aos 12 anos, David Buckingham (1993) notou que, nessa faixa etária, as preferências televisivas eram enunciadas através de categorias genéricas. Tudo isto complexifica o trabalho de teorização sobre os géneros televisivos.

Wenceslao Castañares afirma que, ao nível do uso, “*uma das classificações de maior êxito é aquela que estabelece três géneros de programas que coincidem com o que se consideram as três grandes funções da TV: educar, informar, entreter*”. Todavia, como se reconhece a seguir, essa perspectiva dos discursos atendendo apenas à sua finalidade revela-se bastante redutora, pelo seu grau de generalidade e pela sua natureza pouco discriminatória. No entanto, reconhece-se alguma utilidade ao vector que demarca uma distinção entre informação e entretenimento, amplamente usada por alguns teóricos e pelos programadores,

¹⁸² Veja-se o caso do *Big Brother*, anunciado pela TVI como uma *novela da vida real*.

¹⁸³ Qualquer texto se inscreve numa situação de comunicação que é condicionada pela finalidade que persegue. Esse fim determina o tipo de influência que a instância de enunciação visa produzir na instância de recepção.

¹⁸⁴ A análise dos títulos de um programa, bem como dos respectivos genéricos, ensinar-nos-ia muito não apenas sobre a natureza dessas emissões, mas também acerca das estratégias para seduzir o público.

mas que, após o aparecimento dos canais privados, vem perdendo alguns dos seus traços distintivos. A diferenciação entre *realidade* e *ficção* é, na “*neo-TV*”, uma categoria dificilmente apreensível do ponto de vista da Semiótica, na medida em que a ficção não se revela tanto nas propriedades textuais dos discursos, ressaltando mais aos níveis expressivo e pragmático. Centrados também na função, mas acrescentando a variável “*autoria*”, os professores José Francisco Sánchez e Fernando López Pan (*apud* Parratt, 2001), na senda da tradição anglo-saxónica, optam por uma classificação binária dos géneros, distinguindo textos que transmitem a realidade segundo condições estabelecidas pela comunidade profissional; e textos de autor, que proporcionam um ponto de vista pessoal ou institucional.

Patrick Charaudeau (1997) lembra que, tratando-se de objectos discursivos, uma tipologia dos géneros televisivos obrigaria a precisar o tipo de texto a classificar, o lugar de pertinência no qual incidiria essa classificação¹⁸⁵ e os eixos que a estruturam de acordo com critérios homogéneos de organização discursiva. Tendo isto em conta, o investigador aponta uma hipótese de trabalho. Quanto ao tipo de textos a estudar, elege como objecto de estudo o discurso televisivo na sua vertente informativa. Relativamente ao lugar de pertinência, define-se a construção desse discurso como “*o lugar no qual se configura um texto portador de sentido como resultado de uma ‘mise en scène’ significante que inclui efeitos de sentido visados pela instância mediática e aqueles que a instância de recepção constrói*”. No que diz respeito aos eixos estruturantes, seleccionam-se dois parâmetros de cujo cruzamento sairia uma tipologia-base, a partir da qual se poderiam construir outras tipologias com um maior grau de pormenor:

- *os principais modos discursivos*: fixados segundo o tratamento de informação escolhido pela instância mediática, que pode optar por três modos: reportar, comentar ou provocar os acontecimentos;
- *os tipos de instância enunciativa*: discriminados de acordo com a sua origem e grau de intervenção (atende-se aqui à situação dos interlocutores relativamente à estrutura do meio de comunicação e às formas de dar a palavra aos protagonistas do espaço público).

Numa segunda fase, a proposta de Charaudeau vai no sentido de se considerarem mais três variáveis:

- as características do dispositivo televisivo (procedimentos de filmagem, de montagem e de disposição dos elementos que se encontram no estúdio ou no terreno onde se passa o acontecimento mediatizado);
- a imagem (analisada segundo as funções de designação, figuração e visualização);
- a palavra (considerada segundo cinco tipos de enunciação: descrição, explicação, testemunho, proclamação e contradição).

¹⁸⁵ Charaudeau considera três lugares de pertinência ao nível do discurso televisivo: a *instância de enunciação*, ou seja, o lugar das condições de produção; a *instância do discurso*, ou seja, o texto como produto acabado; a *instância de recepção*, que é o lugar de construção da interpretação.

A partir daqui constroem-se os subgéneros. Como géneros televisivos principais no campo da informação televisiva, apontam-se o telejornal, o debate e a reportagem. Os restantes seriam géneros híbridos, que incluiriam sempre uma ou várias destas formas televisivas.

Colocando os géneros numa linha entre as instâncias produtora e de receção, François Jost (1997) constrói uma teoria dos géneros televisivos a partir da relação entre os actores dessas duas instâncias. Uma hipótese seria ligá-los através do estudo dos “contratos”¹⁸⁶ ou das “promessas” selados entre a televisão e os telespectadores, que ditariam modelos específicos aos quais se associariam determinados tipos de programas. Para além de ser complexo federar um programa apenas num “contrato”, este conceito, como já sublinhámos, implicaria uma convenção acordada entre duas partes, o que, no caso da TV, se torna difícil na medida em que a comunicação se dá *in absentia* do receptor. Por isso, Jost prefere o termo “promessa” que seria um acto unilateral, implicando apenas uma das partes: a instância produtora. Essa “promessa” seria especificada pelo tipo de fluxo do canal, pelo tom e, sobretudo, pelos modos discursivos. Em relação a estes últimos, Jost (2001) propõe três modos:

- o de “autenticidade”: agrupa emissões que contêm asserções verdadeiras sobre o mundo;
- o “ficcional”: os programas obedecem a uma única regra que é a coerência do universo criado;
- o “lúdico”: as regras do jogo prescrevem o desenrolar do tempo e os efeitos perlocutórios guiam a emissão.

Apesar de defender que estes três modos discursivos reagrupam os principais géneros televisivos, Jost (1997) reconhece que eles podem coabitar no mesmo programa. Por seu lado, a instância produtora, a televisão, pode contornar, em cada um deles, as “regras do jogo”, criando subgéneros isomorfos.

Charo Lacalle (2001: 17) encontra a explicação para a actual hibridez de subgéneros e formatos televisivos na crescente preferência dos programas de entretenimento, mas também de informação, pela “personalização” e pelos “relatos subjectivos”. Esta é também a perspectiva de Dominique Mehl (1996), que refere a prevalência da “palavra testemunhal” em detrimento da palavra explicativa. Mais do que procurar novas vertentes ilustrativas dos factos ou apurar as razões do acontecido, os jornalistas, principalmente aqueles que trabalham em televisão, inclinam-se actualmente por ouvir as pessoas falar acerca das suas vivências e impressões de determinado acontecimento.

¹⁸⁶ Como vimos anteriormente, o conceito de “contrato” foi proposto por Francesco Casetti, sendo a sua aplicação aos géneros defendida, por exemplo, por Daniel Chandler (cf. artigo “Introduction to Genre Theory”) ou por Sonia Livingstone (cf. *Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation*. Londres: Ed. Pergamon, 1990).

3. Géneros televisivos de informação semanal

A distinção dos géneros televisivos de informação estruturados pela conversação em estúdio assenta, neste trabalho, em dois vectores que consideramos fundamentais:

- orientação,
- estrutura.

O primeiro vector divide-se essencialmente em torno de três questões: *O quê? Porquê? Para quê?* A resposta à primeira pergunta pressupõe uma informação rápida e concisa; a segunda pergunta exige algum aprofundamento das causas e das consequências do que se procura saber e frequentemente o confronto de vários pontos de vista; a terceira inclina-se mais para elementos que envolvem as audiências. No que diz respeito ao segundo vector, os programas de informação podem desenvolver-se de várias formas:

- conversação centrada num convidado;
- conversação feita com vários interlocutores;
- conversação com um ou vários interlocutores, misturada com música, rubricas de humor, passatempos...

Daqui resulta, em traços muito gerais, três géneros:

- *entrevista*: mais centrada no *porquê?* e vocacionada para saber o que se passa;
- *debate*: privilegia também o *porquê?* que se procura obter pelo confronto de vários pontos de vista;
- *talk show*: dividido entre o *quê?* e o *porquê?* e mais preocupado em atrair os telespectadores.

É certo que mutações extrínsecas ao universo televisivo (sociais, culturais...) e intrínsecas a ele (tecnológicas, profissionais...) têm, nos últimos tempos, influenciado os géneros televisivos, contaminando-os com características do entretenimento que lhes subtraem a sua idiossincrasia. Todavia, julgamos ser possível encontrar neles marcas que continuam a assegurar-lhes uma identidade. É de cada um destes géneros, e também da respectiva evolução, que falaremos a seguir, sublinhando não só alguns dos seus elementos constitutivos, mas procurando igualmente descobrir factores que, situados fora da televisão, têm uma influência decisiva na respectiva configuração.

Nestes últimos anos, a programação informativa semanal vtm integrado emissões centradas na conversação quer com representantes institucionais, quer com cidadãos anónimos. Aos clássicos programas de entrevista e de debate, juntaram-se os *talk shows*: formatos que incidem em temáticas variadas, discutidas por actores até então secundarizados pela televisão e que integram elementos característicos do entretenimento. Esta alteração impõe-nos, à partida, algumas questões. Resultará ela da substituição de uma televisão controlada pelo Estado por uma televisão da sociedade? Será fruto do aperfeiçoamento dos estudos das audiências e, conseqüentemente, do melhor conhecimento do interesse do público? Sairá de uma

evolução da *performance* dos programadores que procuram diariamente novas formas de fazer televisão? Espelhará uma mudança que se opera na sociedade? Reflectirá um novo paradigma de fazer jornalismo?

Guy Lochard e Jean-Claude Soulages (s/d) enraízam essa mutação “no processo de desregulação dos canais”. A explicação faz-se nestes termos: “Rompendo o cordão umbilical com o poder público, abrindo-se às receitas publicitárias, a empresa televisiva envolve-se progressivamente numa forma de programação ‘laica’ que visa afrontar uma lógica concorrencial”. Já Charaudeau e Ghiglione (2000: 11) defendem que “a alteração dos equilíbrios se deve às evoluções dos telecidadãos, elas próprias determinadas pelas modificações estruturais da sociedade”. Concordamos com ambas as posições, apesar de tendermos a valorizar a segunda. Hoje, o indivíduo procura o sentido para a sua vida afastado das meta-narrativas que outrora norteavam o seu percurso, caracoleando o seu interior em busca de um fio condutor que confira um certo equilíbrio ao seu quotidiano, sentindo-se uma espécie de Gulliver, umas vezes demasiado grande, outras demasiado pequeno (Lyotard, 1986: 96). Nesse caminho, o prestígio e autoridade daqueles que detêm o saber esbatem-se. Como sublinha Lipovetsky (1983: 37), “hoje, o discurso do Mestre encontra-se banalizado, dessacralizado”. A televisão vai absorvendo estas tendências.

Já no início da década 90, Noël Nel (1993) assinalava que “o debate vive uma transformação profunda”, notando-se, conseqüentemente, alterações no modo como o jornalista cumpre o seu papel: “Ontem ajudava a clarificar estratégias, tácticas e desafios, assumindo a função de pedagogo (...). Hoje exulta o instante de choque”. Reconhecemos essa mudança, mas isso não implica o desaparecimento deste género, bem como o da entrevista. A emergência de outros programas que combinam traços informativos com marcas do entretenimento, nomeadamente os *talk shows*, talvez tenha contribuído para um certo apagamento daquilo que se concebia serem algumas das marcas estruturantes desses dois géneros televisivos, o que significa que actualmente o debate e a entrevista têm de ser pensados com outros traços distintivos que se somam a alguns que existem desde sempre.

Neste ponto, destacaremos três géneros: o debate, a entrevista e o *talk show*. Este último situar-se-á numa zona de fronteira entre a informação e o entretenimento, mas, porque toma a realidade como referência, considerá-lo-emos como género que ocupa um substancial espaço na informação televisiva. Aglutinaremos a entrevista e o debate no mesmo ponto por partilharem alguns elementos, mas isso não significa que eles se confundem, como, aliás, teremos a oportunidade de assinalar. Para além dos traços distintivos de cada um destes géneros, procuraremos analisar os contextos onde eles emergem, quer aqueles que são intrínsecos à televisão, quer aqueles que sobressaem no meio social que essas emissões reflectem e, simultaneamente, estruturam.

3.1. Os debates e as entrevistas: o lugar do discurso racional

Sem se confundirem, a entrevista e o debate partilham vários traços. Ambos os géneros produzem informação, esclarecem aspectos complexos da realidade, provocam novidade, procuram conhecer pessoas. Ambos podem colocar no *plateau* perfis idênticos de convidados: protagonistas dos acontecimentos; testemunhos de factos ou vivências; especialistas em determinados campos; pessoas anónimas, que reúnem algum interesse (do) público. Ambos encontram no moderador uma parte estruturante da sua emissão, embora não seja possível delimitar uma postura ideal para aquele que conduz um programa de informação. Ambos produzem saber e poder. Dos actantes que integram essa conversação televisiva, o telespectador espera uma narração e/ou argumentação informativas, expressivas e, até mesmo, persuasivas. Assentes no registo racional, mas sem excluir do seu discurso marcas emotivas, a entrevista e o debate constituem-se como um espaço de mediação do que se passa no espaço público (transmissão de saber); de estruturação de campos sociais em domínios de significação; e organizador da visibilidade daquilo que se pensa ser de interesse (do) público, o que implica processos de selecção e, conseqüentemente, de exclusão (produção de poder). É por apresentarem características semelhantes que os perspectivamos em conjunto, não esquecendo, porém, que cada um deles tem a sua idiossincrasia que iremos sublinhando ao longo deste ponto.

A entrevista e o debate televisivos são dois géneros que aglutinam vários códigos, o que lhes confere uma natureza sincrética. Neles reúnem-se a palavra, a imagem, o movimento, o espaço e o som, elementos que apresentam linguagens resultantes de semióticas heterogéneas. Estes programas são igualmente espaços privilegiados de comunicação, na medida em que se desenvolvem através da interacção permanente de diferentes actores sociais que constroem a conversação televisiva. Porque reproduzem linguagens, constituem-se como géneros estruturados por códigos existentes; porque assentam numa conversação que encontra em cada programa a sua idiossincrasia, assumem-se igualmente como géneros produtores de realidade. Para perceber a sua importância é preciso, antes de mais, responder a questões como estas: precisamos, ou não, de sair da sociedade da aparência que hoje se abate sobre cada um de nós? Será, ou não, importante promover espaços colectivos de regulação da atenção que se consubstanciem em novas formas de resistência, de memória e de pensamento sobre a realidade? Pela nossa parte, partilhamos o ponto de vista de Omar Rincón (2003), para quem “*o jornalismo deveria ser a forma privilegiada da memória, fixando em relato tudo o que uma sociedade cria*”. Segundo este investigador, que é também crítico de televisão, “*se somos uma sociedade sem memória é porque a TV informativa se esqueceu da função histórica de ser cenário onde se constroem relatos com os quais devemos viver como colectividade*”. Pensamos que estes dois géneros televisivos poderão ser momentos propícios para a (re)constituição de um espaço público mais esclarecedor, mais crítico e mais dinâmico.

Dos programas de informação televisiva, nomeadamente das entrevistas e dos debates, espera-se uma “*Publicidade crítica e argumentativa*”, feita do confronto racional de posições, tendo em vista o interesse público. É, aliás, esse ideal da palavra pública fundada em regimes de visibilidade e de transparência que compõe o imaginário dos jornalistas, mas frequentemente aquilo que resulta do seu trabalho é uma “*publicidade demonstrativa*”, muitas vezes produto de múltiplos constrangimentos (de limitações funcionais, mas também de pressões externas) que se sobrepõem à vontade de quem trabalha nas redacções dos canais de TV.

Partindo do pressuposto de que os programas de entrevista e de debate são uma pequena cena de um espaço público mais vasto, poder-se-iam avançar algumas funções desses espaços televisivos:

- *de diálogo e intercâmbio*: supõe-se um enriquecimento sociocultural e, conseqüentemente, um mecanismo básico de evolução social;
- *de antecipação de normas*: a expressão de uma vontade colectiva pode anteceder um enquadramento legal;
- *de pressão latente*: as opiniões de grupos a quem se reconhece prestígio têm geralmente um certo impacto;
- *de controlo informal do poder*: as opiniões mediatizadas constituem uma força não-institucionalizada que pressiona ou condiciona as decisões de outros campos.

Grande parte destas funções cumpre-se através da credibilidade que estes dois géneros televisivos conseguem construir no ecrã. Poder-se-á falar aqui em “*contrato/promessa de explicação*” que, aplicado à entrevista e ao debate, pressupõe rigor, esclarecimento, tempo. Se o propósito destes géneros assenta fundamentalmente no saber, as trocas verbais deverão apresentar premissas contextuais que situem aqueles que ouvem naquilo de que se fala. Neste encadeamento lógico e racional, a orientação do moderador é fundamental. Sendo um momento em que se coloca em cena parte do espaço público, a discussão que aí se desenvolve constitui-se como uma representação simbólica da democracia. A instância mediática assume a construção, o recorte e a estrutura do tema para o qual se destacam as posições de um convidado no caso da entrevista ou vários pontos de vista no caso do debate, mas qualquer um desses discursos deve ser apresentado de forma inteligível¹⁸⁷. Cumprir-se-iam, desse modo, dois dos principais fins destes géneros: a problematização e a compreensão.

Essas finalidades pressupõem que os programas dêem prioridade a estratégias que promovam a credibilidade e que se tornam visíveis, por exemplo, numa escolha dos convidados segundo o princípio da

¹⁸⁷ Sublinhe-se que a pluralidade de vozes num programa não garante uma diversidade de pontos de vista. Se vários testemunhos podem servir a mesma opinião, inversamente um único discurso pode reunir um conjunto de exemplos.

competência, numa gestão da palavra ancorada em trocas paritárias, num equilíbrio da visibilidade dos interlocutores ou numa focalização de planos que não distraia as audiências. Porque os convidados não são sempre os mesmos, porque as temáticas se alteram, porque as evoluções tecnológicas não param, porque o modo de encarar a profissão se modifica, torna-se inviável a fixação de inalteráveis modos de actuar. Sendo “quadros de encenação da produção da verdade” (Louchard, Soulages, 1998: 128), as entrevistas e os debates televisivos são, por um lado, momentos para colocar em comum a palavra social e, por outro, espaços que se submetem a dispositivos televisivos a montante de qualquer partilha de conhecimento e que condicionam as relações de enunciação construídas durante uma emissão. Uns e outros estão em permanente mutação. Uns e outros influenciam-se mutuamente. Se não há regras fixas, mantêm-se os princípios.

Hoje a exigência de credibilidade não pode ser entendida em contraposição a imperativos de atracção das audiências. Não significa isso que se deva valorizar prioritariamente procedimentos e dispositivos de exposição espectacular em detrimento da palavra ponderada e explicativa dos convidados. Pretende-se apenas sublinhar a necessidade de conciliar nesses programas objectivos de debate público e de interesse do público. Se, ao nível da recepção, a audiência procura emissões em que se sinta envolvida por aquilo que é dado a ver/ouvir, ao nível da produção há sempre a preocupação de agradar, “uma palavra essencial em televisão”, assegura Judite de Sousa, que acrescenta: “Agradar para seduzir. Seduzir para convencer” (2002: 92). No entanto, como vimos anteriormente, esses cuidados nem sempre estiveram presentes na programação. Na fase da “paleotelevisão”, importava, acima de tudo, a emissão em si, que se constituía como uma espécie de janela para o público receptor.

Estudando os debates políticos televisivos emitidos na TV portuguesa, Nilza Mouzinho de Sena (2002) apresenta dados que permitem detectar evoluções assinaláveis. Não sendo o primeiro¹⁸⁸, o debate político que a RTP promoveu, a 6 de Novembro de 1975, entre os líderes partidários Álvaro Cunhal e Mário Soares no programa *Responder ao País*, prolongou-se por três horas, sendo apenas interrompido por um intervalo. Nessa emissão, moderada pelos jornalistas José Carlos Megre e Joaquim Letria, Cunhal falou 1h38m e Soares 1h40m, procurando ambos “esclarecer os telespectadores acerca dos posicionamentos dos dois partidos quanto aos principais problemas sociopolíticos da época” (Sena, 2002: 106), num discurso maioritariamente referencial e pontuado por um argumentário doutrinário-ideológico que se ligava intrinsecamente a um contexto de época. O passar do tempo fez emergir um outro modo de esses programas construírem um espaço público televisivo. Nilza Sena (2002: 147) nota um “acentuado declínio em torno da ideologia”, que cede lugar à “discussão de assuntos mais pragmáticos”. Isto altera não só a argumentação dos convidados, que se socorrem cada vez mais de discursos emocionais e subliminares, como também

¹⁸⁸ O primeiro grande debate político da RTP ocorreu em Julho de 1974 com Mário Soares, Francisco Sá Carneiro e Álvaro Cunhal.

modifica as temáticas em debate. No estudo desta investigadora que percorreu cerca de duas décadas de debates políticos televisivos após o 25 de Abril de 1974, constatam-se a queda de questões puramente ideológicas, bem como o declínio do interesse por áreas macro-estruturais. A atenção dos jornalistas desloca-se progressivamente para problemas mais quotidianos. Por exemplo, questões ligadas à escolaridade ou aos impostos são temas que, como se sublinha, “*têm vindo a ganhar uma importância cada vez maior na tematização dos debates e, por conseguinte, nas próprias campanhas eleitorais*”. Isto implicará, poderemos acrescentar, a consideração de que o desenho que o espaço televisivo faz da realidade condiciona a própria construção social da realidade fora do ecrã. Porque, neste caso, influencia os comportamentos dos actores sociais.

Se a informação televisiva registou substanciais alterações, também é verdade que a sociedade mudou bastante nestes últimos anos. Se hoje os debates, as entrevistas ou os *talk shows* cultivam trocas verbais assentes na personalização de quem fala, fazendo-nos ver televisão como se mantivéssemos uma relação de face a face com quem está do outro lado do ecrã, essa (ilusória) proximidade não é (apenas) uma criação da TV. Tal como Lipovetsky (1983: 25), também pensamos que “*o desenvolvimento dos novos media, e da televisão em particular, por capital que seja nesta questão, não pode explicar no fundamental a promoção da personalidade*”. Ela existe dentro do pequeno ecrã porque também se torna cada vez mais visível fora dele, onde, a par da personalização, se assiste à emergência de novos valores, como os da cordialidade ou da confiança íntima, como, aliás, já explicámos no Capítulo 2. Essas novas formas de agir estendem-se a vários campos. Por exemplo, o *homo politicus* constrói cada vez mais a sua “*região frontal*” através de uma pseudotransparência da “*região do fundo*”, ou seja, encena um *homo psychologus* que exercita dentro do pequeno ecrã a fim de seduzir os eleitores que ali estão convertidos em audiências, que, no dia seguinte, se traduzirão em números, tal como num escrutínio eleitoral. Referindo-se ao debate político, Noël Nel (1990: 129) considera-o “*aquele onde a encenação dos corpos e dos discursos é maior*”.

Fundado no livre exercício da palavra, o diálogo dos participantes numa entrevista ou num debate televisivos persegue, no entanto, o ideal da procura da *razão* e da *verdade*. Sublinhe-se aqui a palavra *ideal*, pois, na senda daquilo que os trabalhos de Goffmann (1999) demonstram, e como também já referenciámos através da alusão a outros posicionamentos teóricos, as interações têm sempre o traço de uma certa encenação. Isso acontece na vida de todos os dias e, sobretudo, em televisão, onde a construção da imagem daqueles que falam é, em grande parte, tributária da forma como se apresentam. Não somos, porém, tão radicais como o autor da obra *Os Momentos e os Seus Homens*, para quem qualquer interação se revela um jogo constante de dissimulação (de si) e de engano (do outro). Ficamos, pois, numa posição intermédia, aceitando que a verdade, enquanto princípio exacto ou representação fiel, é difícil de agarrar através dos códigos televisivos. Noël Nel (1990: 145) afirma que isso “*não é uma propriedade intrínseca do enunciado,*

mas uma qualidade ou valor que o enunciado adquire ao longo da sua actualização discursiva". Philippe Breton e Serge Proulx referem-se a uma nova televisão em que *"a perda de referentes"* corresponderia a um fenómeno actual, em que a verdade contaria *"menos do que a encenação da sua discussão"*. Isso explicaria, na perspectiva destes investigadores, a inadaptabilidade deste *medium*, por exemplo, a emissões centradas no discurso científico, mais vocacionadas para difundirem conteúdos que se apresentam predominantemente com o traço da racionalidade (1990: 29). Sonia Livingstone e Peter Lunt (1994b) falam da *"reformulação das regras do debate mediático, no sentido de um afastamento em relação a uma tradição que privilegia as formas científicas do saber elitista, a favor de um discurso fundado no saber de pessoas normais, apoiado na experiência pessoal, na observação directa e no modo de expressão narrativo"*. Se a valorização da palavra profana, baseada mais na experiência do que no saber, traduz a desconfiança da sociedade em relação às posições e discursos de elite, reflecte igualmente as exigências intrínsecas à própria televisão, um meio que favorece o *short term*, mais fácil de adoptar na discussão de realidades correntes, que são também aquelas mais facilmente partilhadas pelo grande público.

Discutir a vida quotidiana nas suas diversas vertentes (saúde, justiça, educação...) é fazer aceder à cena pública a experiência da sociedade civil, nomeadamente aquilo que faz parte do dia-a-dia do *"homem sem qualidades"*. Um debate televisivo, ao convidar interlocutores que narram as suas *estórias de vida* enquanto cidadãos comuns, constitui-se como uma espécie de vínculo que religa o indivíduo ao seu meio com a condição de essa história individual ser representativa de um conjunto de situações. Fica, porém, a interrogação sobre a pertinência de uma discussão social ser feita apenas com testemunhos pessoais. Se os sociólogos da experiência dizem que essa *"é uma actividade cognitiva, uma maneira de construir o real (e de estruturar) o carácter fluido da vida"* (Dubet: 1996), poder-se-á contrapor que isso não permite desenvolver argumentos contrastantes. É difícil pronunciarmo-nos sobre a falsidade de um testemunho. A experiência pode informar, mas não abre espaço para grandes explicações ou soluções. Segundo Dominique Mehl (1996: 189), sobre assuntos que a sociedade demonstra não estar suficientemente madura para tratar, um único testemunho inscreve-se como uma amputação do debate público. Será, pois, produtivo *"politizar"* o quotidiano a partir de casos exemplares, dando a palavra, por um lado, ao cidadão comum, para testemunhar situações particulares, e, por outro, aos especialistas, para se garantir o confronto de pontos de vista universais. Uma entrevista ou um debate, procurando legitimamente reter a atenção dos telespectadores, deve não perder de vista que o seu propósito é esclarecer o público acerca daquilo que é seleccionado como tema de discussão.

A cena mediática que o dispositivo televisivo desenha

A codificação que os programas televisivos fazem da realidade é condicionada por elementos formais que apresentam um valor distintivo no espaço social que a emissão constrói. Referimo-nos, em primeiro lugar, ao *dispositivo*, que identificamos aqui com o conceito de *formato*, cujo papel é realçado por alguns investigadores que estudam a informação televisiva. Para François Jost (2002), o carácter convencional que essa variante impõe constitui uma orientação fulcral para quem produz e apresenta, para quem participa e para quem assiste a determinado programa. Se, por um lado, facilita o trabalho de selecção aos editores/coordenadores/apresentadores das emissões, por outro, proporciona à audiência uma estrutura familiar com aquilo que vê. O dispositivo desenha uma *cena mediática*, ou seja, “*uma forma de vida e um jogo de linguagem*” (Esquenazi, 2002: 68). Condicionando comportamentos, comandando actos de fala e orientando os horizontes de expectativa dos receptores das mensagens mediáticas, esse enquadramento da cena mediática representa a actualidade e o respectivo público, impondo uma espécie de mundo possível apto a criar um determinado imaginário social mediático.

A determinação da forma e do conteúdo de uma emissão imposta pelo dispositivo é, em grande parte, tributária da arquitectura do espaço, ou seja, do cenário. Aí inserem-se:

- os elementos significantes de um programa: os objectos que conferem ao local uma forma topológica e geométrica com aberturas e fechamentos significativos;
- o apresentador e os convidados: esses actores constroem discursos através de procedimentos dinâmicos de trocas verbais e não-verbais;
- os operadores de câmara: desenharam os contornos da emissão, fixando superfícies delimitadoras que podem contrariar aquilo que os arquitectos desses espaços idealizaram¹⁸⁹;
- as músicas: acentuam ou neutralizam o grau de espectáculo intrínseco às emissões televisivas.

É também tendo isto em conta que se percebem melhor os processos de selecção que eliminam certos factos/fontes e iluminam outros.

Pretendendo ser palcos de uma discussão racional, as entrevistas e os debates põem frequentemente em cena um espaço que espelha os arquétipos topológicos da filosofia liberal. O fórum, a ágora, a arena e o salão são modos de organização espacial de que o pequeno ecrã se apropria para promover, no seu interior, debates de interesse público. Estes “*dispositivos estratégicos*”, como lhes chama Noël Nel (1990: 80), facilitam amplamente o trabalho dos jornalistas que encaram a discussão racional, herdada da antiga retórica praticada num universo escolar humanista, como forma de organização da palavra com fins heurísticos e

¹⁸⁹ O espaço do estúdio pode ser aberto na sua realidade cénica e fechado pelo enquadramento da câmara dos operadores de televisão.

pedagógicos¹⁹⁰. É isso que está presente, por exemplo, nas emissões de cariz político que colocam face a face ou frente a frente candidatos a eleições, o que potencia a situação de duelo intrínseco a qualquer processo eleitoral. Neste contexto, o desenho mais adequado será o diametral que divide o espaço em zonas distintas, ocupadas por intervenientes com pontos de vista diferenciados em relação aos assuntos em destaque, esperando-se, por isso, uma relação entre eles assente no confronto. Esta postura exige uma gestão equilibrada da palavra por parte do mediador. Poder-se-á também optar por outro tipo de desenho do espaço. Se a forma escolhida for policentrada, o estúdio apresentará diferentes níveis, aproximando-se daquilo que se entende ser um *fórum* dentro do qual se integram convidados com estatutos e papéis específicos, aos quais o moderador atribui um espaço de locução (direito à palavra) distinto. Um cenário pode ainda ser concebido em forma concêntrica, de círculo ou em fechadura, produzindo, desse modo, um espaço propício a parcerias e a trocas verbais num registo de seriedade e frontalidade.

Outra linha de análise é equacionar o lugar das entrevistas e dos debates quanto à sua ligação à realidade exterior ou à do respectivo meio de comunicação social. Um programa pode desenrolar-se dentro de um estúdio, assumindo a instância mediática a responsabilidade pelo tipo de encontro aí promovido ou realizar-se num espaço exterior, sendo condicionado pelas coordenadas aí existentes. Poder-se-á ainda, em ambas as possibilidades, optar por um cenário artificial com poucas ramificações para a realidade dos telespectadores ou por um cenário com forte relação com os espaços quotidianos do público ou com a temática tratada¹⁹¹.

A vez às elites

Uma componente importante nas entrevistas e nos debates televisivos são os convidados. A este nível, será importante indagar a quem se dá o direito de tornar público o uso da razão para construir, no pequeno ecrã, um mundo comum. Como sublinha Sébastien Rouquette (2001: 16), “*a composição social dos plateaux fornece um rascunho preciso da face valorizada, da parte da sociedade que conta, pelo menos simbolicamente*”. Considerados mais em consonância com a finalidade na qual se inscrevem estes géneros televisivos, os políticos, os representantes institucionais e os especialistas são os convidados privilegiados. Admitir-se-ão alguns (poucos) cidadãos comuns que falam enquanto testemunhas fiáveis. A palavra racional que os primeiros produzem aproxima-se da ideologia de sentido habermasiano que permitia apenas a manifestação pública aos representantes esclarecidos, afastando os não-iniciados, o que significa a exclusão

¹⁹⁰ É comum identificar este tipo de programas com a chamada “*paleotelevisão*”, mas o advento da “*neotelevisão*” não provocou a sua extinção.

¹⁹¹ Tendo como referência as entrevistas políticas que realiza, Judite de Sousa (2002: 82) afirma que “*o cenário onde, por exemplo, os líderes falam é concebido para produzir o melhor efeito em termos televisivos*”.

de substanciais zonas sociais. O estatuto daqueles que são chamados a intervir ultrapassa a prestação televisiva, na medida em que o seu reconhecimento se processa num tempo anterior e exterior à instância mediática. Todos nós sabemos que nem todos têm acesso à palavra no espaço televisivo. Talvez por obedecer a uma estrutura mais rígida, a entrevista e o debate tenham mecanismos de selecção mais estreitos. Para o palco da conversa, nem todos são convidados a entrar. As elites têm acesso privilegiado aos *plateaux*. John Langer (2000:72) defende que constituem aí “*algo de natural*”, porque provocam “*um grau de interesse*” resultante de um contexto prévio. À interrogação sobre os critérios de escolha de um entrevistado, a jornalista Judite de Sousa, referindo-se ao programa *Grande Entrevista* da RTP sobre o qual tinha responsabilidades de coordenação e de apresentação, responde nestes termos (2002: 51-52):

“Há nomes que, à partida, fazem notícia. São aqueles que, pelo facto de serem conhecidos do público, atraem a atenção dos jornalistas. É o caso da classe política, mas não só. Se esquecermos a notoriedade decorrente do estatuto de figura pública, há pessoas que, numa dada circunstância, podem distinguir-se por uma acção que praticam, pelo envolvimento que tiveram num acontecimento que lhes deu uma dimensão pública que as notabilizou. Serão sempre ‘entrevistáveis’, porque têm uma história para nos contar que será provavelmente do interesse público.”

Convocando a noção bourdieusiana de “*habitus*”, notar-se-á que a presença de convidados representativos de classes, de profissões ou de instituições socialmente destacadas coloca nos *plateaux* dos debates e das entrevistas práticas e representações sociais que, de certa forma, reflectem o meio a que pertencem esses interlocutores (poder dominante). Com isso, relativiza-se a novidade que, porventura, se esperaria desses discursos.

Paralelamente à classe, o grupo, a idade e a acção realizada são também critérios de selecção aos quais se junta um outro cuja consistência pode, em alguns casos, ser precária. Referimo-nos à variável “*género*”, conjugada aqui em função de uma “*dominação masculina*”. Claudia Laudiano (1997), ladeada pelos trabalhos de Mary Daly e Nancy Sternbach, arrisca uma explicação alicerçada na etimologia da palavra *testemunho* que deriva do latim *testificare* (*testis + facere*) cuja raiz coincide curiosamente com a de *testículo* (*testis + culus*). Isto significa que o acto de dar testemunho, diz a investigadora, “*parece vincular-se mais com os homens do que com as mulheres*”. David le Breton (1999: 30), apesar de reconhecer que as fronteiras do género e os respectivos estilos de comunicação são tributários da sociedade onde se implantam, afirma que “*a mulher não dispõe da mesma amplitude de fala que o homem*”, ilustrando a situação, em traços de algum exagero, com aquilo que se lê no *Novo Testamento* pela boca de Paulo: “*Não autorizo que a mulher ensine, nem faça leis para os homens. Que fique em silêncio*” (Timóteo, 2, 11-13).

Assegurando que a televisão, particularmente o jornalismo que aí se pratica, é “*monologante*”, Omar Rincón (2003) mostra-se convicto da necessidade de inverter a hegemonia que tomou conta dos *plateaux* de certos programas, a maior parte das vezes demasiado monocromáticos. Na sua opinião, a informação televisiva necessita de “*mais análise, mais confronto de diferentes opiniões, mais programas que discutam a*

verdade e onde as ideias fluam com a agilidade que é intrínseca à narração televisiva”. Não se pense, porém, que este raciocínio desemboca na apologia das elites. Pelo contrário. Omar assegura que a virtualidade do jornalismo televisivo está “em encontrar histórias que conectem as pessoas com a actualidade, em procurar testemunhos que deixem ver que a vida diária tem cores e sabores distintos do poder (estabelecido)”. Baseando-se na sua experiência como entrevistadora, Judite de Sousa (2002: 93) afirma o seguinte:

“Nos últimos tempos, passou-se a dar mais atenção às histórias do cidadão comum, aos casos concretos da vida de todos os dias. Outros protagonistas, outros intérpretes da actualidade impuseram-se aos media e obtiveram resultados francamente melhores.”

Sánchez Noriega (s/d: 36) fala da “televisão do nome próprio” em que o *quê?* e o *porquê?* da comunicação (factos, funções, processos) são substituídos pelo *quem?* (rostos de pessoas conhecidas, testemunhos de interlocutores que expõem o mais íntimo de si). Hoje a realidade sobrepõe-se muitas vezes ao imaginário, o pragmatismo à ideologia. Por isso, procura-se o individual, testemunha de situações concretas que reflectem a vida do telespectador. Enquanto espaço que integra vários interlocutores, o debate televisivo poderá (deverá) também convidar para o estúdio o cidadão comum. A questão que se coloca é a de saber que lugar lhe é aí atribuído. A par do *poder* dos representantes institucionais e do *saber-sábio* dos especialistas que devolvem conhecimentos para lá da subjectividade de quem os profere, poder-se-á de igual modo atender ao *saber de opinião* e ao *saber inconsciente*, intrínsecos ao sujeito empírico. Todos eles têm direito à palavra que poderá ser exercida de modo diferente, mas com igual relevância. Entre esses vários interlocutores, sobressaem diferenças substanciais ao nível do alcance do discurso que proferem:

- os políticos têm poder de decisão;
- os actores que representam a sociedade civil apresentam a faculdade de opinar, deliberar ou exercer pressão;
- os especialistas remetem aquilo que dizem para o campo do saber que representam;
- o cidadão comum que fala de uma realidade privada apenas pode testemunhar, queixar-se ou reivindicar.

É a estas especificidades que convém prestar atenção, quando se pensa na composição de um *plateau* para discutir determinada temática. É certo que a vida doméstica e o comportamento do *homo quotidianus* são cada vez mais alvo de estudos de índole diversa (económica, sociológica, psicológica, etc.), o que os coloca progressivamente sob o olhar público, mas é necessário perceber que a discussão desses domínios apenas com interlocutores que falam da sua intimidade poderá fechar a conversação num universo autotético, em relação ao qual não é possível perceber nem as causas nem as eventuais soluções para os problemas aí focados. Por outro lado, a erupção do profano nos programas de informação semanal pode ser mais aparente do que real. A presença de cidadãos anónimos no *plateau* não é sinónimo de intervenção efectiva. Frequentemente fala-se mais a respeito deles do que propriamente com eles. Em 1994, Éric Darras, num

artigo sugestivamente intitulado “*Un paysan à la télé*” sublinhava exactamente isso, depois de analisar alguns debates franceses.

Estudando os debates da televisão francesa ao longo de meio século, Sébastien Rouquette nota que “*os profissionais*” constituem uma das variáveis mais representativas nesse género televisivo, na medida em que asseguram não só a discussão da temática escolhida, mas também têm a vantagem de proporcionar soluções que se desenham com o traço da seriedade, uma possibilidade nem sempre garantida pelos cidadãos anónimos, que apenas intervêm a partir de vivências quotidianas dispersas. Eis aqui um exemplo de duas figuras que podem falar, respectivamente, em nome daquilo a que Max Weber chama uma “*ética da responsabilidade*”, a primeira; e uma “*ética da convicção*”, a segunda. No que diz respeito aos restantes interlocutores, Rouquette (2001: 59) diz que “*é social e culturalmente mais cómodo, menos ilegítimo e menos perigoso para a imagem pessoal de um indivíduo acusar um profissional de um grupo do que um convidado ordinário*”.

Ainda que uma emissão consiga reunir no *plateau* convidados representativos e diversificados de determinada temática, isso não torna a conversação imune a qualquer artificialismo. Tal como acontece no quotidiano, o encontro de interlocutores leva cada um a pensar que “*o seu comportamento vai ser observado e interpretado como uma expressão da sua opinião sobre os que o observam*” (Goffman, 1999: 109), o que condiciona cada um a agir em conformidade com aquilo que julga ser o mais conveniente. Argumentar numa entrevista ou num debate televisivo é actualizar um comportamento quotidiano (discursos, gestos...) numa dada situação de comunicação (interlocução) que apresenta uma teledifusão feita de determinado modo (encenação). Quanto à qualidade dos argumentos esgrimidos nesses programas, as teorias sobre a natureza da opinião pública poderão fazer recair aí alguma luz. Se há aqueles, como Robert Park, que acreditam num sistema racionalista onde as opiniões irracionais acabam por sucumbir devido à respectiva debilidade, outros há que sublinham a acentuada, e por vezes artificial, construção do discurso. Noelle-Neumann desenvolveu uma descrição fundamentada acerca da implantação de ideias que seriam difundidas segundo um princípio que se acreditava ser de todos, não sendo ao mesmo tempo de ninguém em concreto. A sua *teoria da espiral do silêncio* exemplifica como argumentos estereotipados podem ser rotineiramente assumidos, sem que haja qualquer força para travar esse impulso anímico. Também a teoria da Psicanálise de Freud esboça um retrato pessimista acerca da força da racionalidade das opiniões e dos comportamentos. Se enveredarmos por uma visão marxista, somos obrigados a analisar as intervenções dos convidados dos programas de informação televisiva de acordo com a posição que esses interlocutores ocupam dentro da estrutura de produção e com o momento em que tais argumentos são construídos. Acreditar-se-ia, então, que uma entrevista ou um debate não resultariam de uma comunicação racional entre homens livres e iguais, mas seriam condicionados pelas classes sociais, o que em Marx significa classes dominantes. Na sua perspectiva, foram elas que, ao longo

dos tempos, impuseram as suas opiniões como verdadeiras. Para os sociólogos do conhecimento, a par dos condicionalismos históricos, há outros factores que podem ser determinantes. Por exemplo: a religião ou os partidos políticos. Independentemente das interpretações, há um facto que se salienta nos debates e nas entrevistas televisivas: a preferência pelas elites.

Talvez fosse pertinente pensar na capacidade que os jornalistas têm para falar com certos grupos profissionais (agricultores, empregados de mesa, mecânicos...) e para entrar em certos mundos que apenas conhecem através de relatórios, do próprio discurso abstracto dos *media* ou dos estereótipos sociais. Certamente será mais fácil teorizar com especialistas do que confrontar determinados actores no único terreno possível de conversação: o da experiência diária do trabalho. Integrando os jornalistas naquilo a que chama “*engenheiros do social*” (2001: 174), Sébastien Rouquette afirma que as competências dos profissionais da informação se situam primordialmente no domínio do social e não do técnico, nem mesmo do científico. Seleccionam-se aqueles com quem o apresentador do programa se sente mais à-vontade para falar, ou seja, os profissionais da sociedade. Outro argumento lançado para justificar a exclusão de convidados oriundos do sector primário é o da “*desvalorização indirecta do trabalho manual*”. Tudo isto faz de certas camadas da população grupos que normalmente se tornam notícia apenas em casos de ruptura. “*Os grupos populares nunca são associados a uma actualidade positiva*”, sublinha Rouquette (2001: 133). Significará isso que, dois séculos depois de se constituir um espaço público vedado àqueles que não sabiam fazer uso da razão, actualmente essa exclusão talvez continue a ser reproduzida num espaço que se pretende que seja do grande público, como ambiciona ser a televisão generalista.

Em *La Société de la Connivence*, Paul Beaud (1984) também reconhece uma certa cumplicidade entre os jornalistas e certos grupos sociais considerados mais dotados de capacidades comunicacionais e capazes de discursos abrangentes através dos quais facilmente se alcança a legitimidade social necessária para se impor no espaço público, também ele dominado pelo registo social. A informação televisiva reproduz, desse modo, as desigualdades visíveis naquilo que lhe é exterior. No pequeno ecrã como na sociedade, existe uma vasta maioria de pessoas sem acesso à palavra, afastada das discussões que se pretendem de estatuto colectivo, mas que são desenvolvidas por grupos restritos que se julgam representativos de conjuntos mais vastos. Sébastien Rouquette fala, a este propósito, de “*extensão de competências*” (2001:207). É isso que leva aos *plateaux* televisivos pessoas que, como afirma o investigador francês (2001: 248), situam o seu trabalho não na produção de bens, mas na relação social e humana que se faz estender a vários contextos (por vezes de forma demasiado forçada).

Os papéis de quem conduz uma entrevista ou um debate

Uma entrevista ou um debate poderão ser géneros perspectivados como a parte de um todo, uma espécie de sinédoque que procede a um recorte da sociedade com o objectivo de a representar. Esse processo,

resultando de uma construção social da realidade, não está imune a limitações. Para além de codificar certos tópicos, esses programas fornecem deles contextos explicativos. Aludindo ao discurso noticioso, John Langer (2000: 62) encara-o como “*agente socializador organizativo*”, defendendo que o jornalismo, mais do que retratar a realidade, activa a sua reconstrução. Esta perspectiva encontra nestes dois géneros televisivos grande expressividade, pois a prática dialógica que aí se desenvolve cria um sentido e uma interpretação dos acontecimentos que, por sua vez, constroem ou reafirmam maneiras de olhar o mundo. É exactamente isso que defende Teresa Velázquez (1992: 71) a respeito da entrevista televisiva: “*Se a notícia é uma forma de construção da realidade social, a entrevista é um reforço dessa forma de construção social da realidade*”. Referindo-se aos debates, Noël Nel (1990: 43) encara-os como “*um grande laboratório da opinião*” onde se produzem, validam e socializam discursos sobre (parte da) a sociedade contemporânea. Neste complexo processo de construção de um mundo comum, há um elemento que tem uma importância fulcral: o moderador. É ele o responsável mais visível do programa. É dele que emergem as perguntas através das quais se edifica o fio condutor da conversação. Uma das dificuldades do seu trabalho é saber o que perguntar. O perfil do convidado, a temática da emissão, aquilo que se imagina serem as questões do público, a actualidade do momento, o propósito de criar um meta-acontecimento poderão ser pistas a que um apresentador pode recorrer, quando planifica o seu trabalho. Para além de percorrer essas variantes, a jornalista Judite de Sousa salienta uma outra atitude: “*a curiosidade*” ou o reconhecimento de que não se sabe tudo. (2002: 21). Juan Luis Cebrián (1998: 14) também faz da curiosidade “*uma das primeiras condições*” para se ser jornalista. Apesar de ser possível construir um guião da conversa a partir daquilo que se conhece do entrevistado, do tema e da documentação disponibilizada pelos serviços de pesquisa de um programa, há sempre uma certa imprevisibilidade inerente a qualquer emissão. Ora porque o convidado traz novos dados, ora porque se revela demasiado contido nas respostas, ora porque se recusa a seguir o caminho que lhe aponta o entrevistador...

“*Mais difícil do que perguntar é saber ouvir*”, assegura Judite de Sousa (2002: 85). E saber ver, poder-se-ia acrescentar. Sendo palcos por excelência de encenação, os convidados encontram na linguagem não-verbal parte da sua expressão: nos gestos, no olhar, na postura... Falando da sua experiência de entrevistadora, a jornalista da RTP (2002: 116) revela pormenores que, ela própria, considera “*engraçados*”: “*nem todos reagem da mesma maneira perante o embaraço da pergunta*”. E dá um exemplo: “*Freitas do Amaral desvia o olhar. Nem fixa o jornalista, nem a câmara. Como que se refugia nas paredes do estúdio*”. É através desse não-dito que o moderador também tem de caminhar para dele retirar a informação que procura no convidado, a fim de que as perguntas incidam no essencial do que quer saber. A sua influência no desenvolvimento da emissão é grande e não se evidencia apenas nas questões que coloca, mas também na linguagem não-verbal que é capaz de promover. O contacto visual do apresentador com os convidados pode ter, como recorda Noël Nel (1990: 50), “*uma função de engrenagem ou de fechamento de uma intervenção*”.

Significa isso que a relação pragmática mantida entre os interlocutores que participam num programa pode influenciar o conteúdo semântico e as formas sintáctica e lexical de um enunciado. Isto obrigará o moderador a cuidados acrescidos no modo como se comporta em estúdio e formula as perguntas.

Partindo do pressuposto de que o propósito de uma entrevista e de um debate é transformar o pequeno ecrã num espaço racional, tal implica um modo de organização das interlocuções regulador e equilibrado, a fim de assegurar a continuidade do tema, o controlo das trocas e uma paridade do capital de aparição dos participantes. Para mediar uma discussão que se pretende desenvolvida com o traço da racionalidade, o profissional com mais competências nesse domínio é o jornalista¹⁹² cuja profissão se pauta por princípios de pluralismo, de independência e de honestidade informativa.

Estudos sobre as entrevistas e debates televisivos assinalam algumas modificações na postura do moderador. Em França, Sébastien Rouquette (2001: 31) afirma que *“inicialmente os jornalistas consideravam que era suficiente colocar em cena um debate franco e aberto para lhe dar interesse”*. Com o passar do tempo, a actuação dos jornalistas foi sendo alterada, não havendo um padrão-tipo de comportamento. Ora porque os programas têm uma duração mais reduzida, ora porque se introduziram neles novas temáticas, ora porque o modo de encarar o jornalismo televisivo se modificou, o certo é que hoje a gestão da palavra televisiva é diferente. Ao contrário das décadas de 70 e 80, a partir da segunda metade dos anos 90 (portanto em tempo de coabitação entre operadores públicos e privados), os jornalistas dos canais portugueses tornam-se mais actantes: fazem mais perguntas, interrompem mais, sublinham mais as contradições dos convidados, denunciam situações desconhecidas e fazem-no através de intervenções mais curtas¹⁹³ – um comportamento que, aliás, também se reflecte nos próprios convidados. Referindo-se à postura dos políticos nas entrevistas televisivas, Nilza de Sena (2002: 211) diz ser *“notória a crescente teatralidade dos mesmos, em que o número de interrupções quase não permite que se perceba o argumento do outro até ao fim”*¹⁹⁴. Para além da análise de alguns programas, a investigadora entrevistou jornalistas com experiência nesses géneros de programas. Numa dessas conversas, José Alberto Carvalho afirma que, para manter vivo um debate, *“a ambição do jornalista deve ser apanhar as contradições das pessoas”* (Sena, 2002: 53). Também Noël Nel (1990: 151) reconhece que *“todo o debate repousa numa interacção polémica”*, da qual se considera resultar uma certa dinâmica. O mesmo se passa na entrevista.

¹⁹² A profissionalização da classe dos jornalistas levou a que estes evoluíssem para um jornalismo mais analítico que deixou de estar concentrado no campo político para se deter também nos fenómenos sociais. Por outro lado, a crescente preocupação com um código ético e deontológico da profissão fez emergir novos valores, nomeadamente o pluralismo e a independência no exercício da profissão.

¹⁹³ Embora se pense que a TV favorece a frase directa e curta, existem contextos que reclamam questões mais demoradas: porque há necessidade de dar mais pormenores sobre o perfil do convidado, porque a temática é desconhecida e pede um contexto que a esclareça... Segundo Judite de Sousa (2002: 46), *“o entrevistador vê-se obrigado a introduzir informação nas perguntas sempre que os temas não são correntes ou quando precisa de pedir um comentário ou uma reacção a algo que outra pessoa tenha dito sobre o entrevistado ou sobre o assunto que está a ser tratado numa determinada fase da entrevista”*.

¹⁹⁴ Esta constatação ressalta do estudo de alguns dos principais debates políticos feitos na RTP depois do 25 de Abril.

que fez ao ex-Presidente da República Mário Soares, Judite de Sousa (2002: 115) diz que uma das técnicas que utilizou foi a de construir as perguntas com base em afirmações que o entrevistado havia feito noutros contextos e que salientavam contradições no seu discurso, reconhecendo que essa estratégia, apesar de “*embaraçosa*”, obrigava o entrevistado “*a um exercício de autojustificação*”. A polemização pode desenvolver-se numa estrutura mais profunda e aí será mais eficaz, pois retira aos interlocutores a possibilidade de uma defesa aberta e de um confronto explícito aos argumentos apresentados¹⁹⁵. Por vezes, é nos debates que mais se ressalta esta tendência, potenciada quando há mais do que um convidado e quando, entre eles, se prevêem posições opostas. Nesse contexto, fala-se frequentemente em “*duelo*”, “*combate*”, “*lados da barricada*”. Gonzalo Abril (1997: 90) encontra aí uma componente que transforma os debates televisivos em “*géneros (anti)conversacionais*” aos quais, na sua perspectiva, se aliam discursos mediáticos que expressam “*um crescente fascínio pela desordem, o azar, a sensação forte e a destruição*”. Aí, o moderador é a instância que recompõe uma certa ordem.

No trabalho jornalístico sobressai uma determinada visão do mundo do entrevistador que nunca é um fenómeno estritamente idiossincrático, mas resultante da convergência de elementos sociais, políticos, culturais, económicos, tecnológicos, legais e, sobretudo, profissionais. A política editorial do canal, o formato do programa, a temática e o perfil dos convidados condicionam de igual forma quem apresenta um programa. Os papéis a adoptar serão diferenciados. Poder-se-á optar por um papel minimal, apresentando o assunto e apagando-se atrás das trocas verbais; por um papel explicativo, através do qual se descodificam certos conteúdos; por um papel pedagógico, interpretando as exigências do público como uma procura de conhecimento e esforçando-se por que os convidados digam aquilo que sabem de forma acessível; por um papel de animador, privilegiando o laço afectivo com o espectador ao esforço de fazer compreender os argumentos apresentados; por um papel de confronto, cortando a palavra aos convidados para contrapor outros pontos de vista. Na mesma emissão, o jornalista pode assumir diferentes papéis, conforme a natureza das intervenções e a visibilidade que se atribui a cada uma delas.

Em interacção permanente, entrevistador e entrevistado têm um desempenho mais activo e mais visível para o público quando estão um perante o outro do que quando integram um debate. Se o propósito é produzir informação ou esclarecer os seus contornos, o moderador não pode deixar muito espaço de manobra ao seu interlocutor, a fim de que a conversa não se perca em pormenores que desvirtuam a procura de esclarecimento. Trata-se, acima de tudo, de um exercício de interconhecimento de parte a parte. Segundo

¹⁹⁵ Simmel, um dos primeiros a analisar o conflito do ponto de vista sociológico, encarava-o como a força-motriz de toda a socialização, um processo que se desenvolve entre a harmonia e a discórdia, tendências favoráveis e desfavoráveis. Na sua opinião, o conflito é a base de compreensão do facto social, na medida em que o antagonismo implica o reconhecimento da existência do outro. Esta tese será, mais tarde, sublinhada pelos estudos da escola contemporânea da psicologia do comportamento.

Judite de Sousa (2002: 41), “o entrevistador, sem nunca perder a condução de um programa, deve ‘ajustar-se’ ao caminho que o seu interlocutor insiste em percorrer. Este, por sua vez, sentirá a mesma necessidade”. Num debate, o moderador tem outras obrigações, nomeadamente a de assegurar o pluralismo da conversação, o que implica uma gestão equilibrada das intervenções de cada convidado. Neste género televisivo, o papel de quem conduz as emissões pode ser mais recuado do que na entrevista. Não são necessárias tantas perguntas, mas é preciso maior rigor no controlo das respostas para não remeter para zonas sombrias os convidados sem capacidade para impor a sua posição. Esse trabalho poderá ser dificultado pelo número de pessoas presentes num *plateau* e pela respectiva elocução. Será mais fácil moderar um debate a dois, quando os papéis de cada interveniente são claros e cada um deles conhece as regras de conversação televisiva. Será, talvez, mais complexo fazer a moderação de vários interlocutores, nomeadamente quando têm perfis variados e um grau diferenciado no domínio da palavra. A moderação será alvo de alguns ajustamentos conforme o número de entrevistadores. Por norma, um debate tem uma planificação mais rígida e um tempo de intervenção menor por parte dos convidados, quando há mais do que um moderador.

Ainda que uma entrevista e um debate tenham como princípio a procura de informação, isso não significa que qualquer um desses dois géneros televisivos exclua uma conversação assente no registo testemunhal. Enveredando por aí, adoptar-se-á um registo mais emocional, o que não implica forçosamente trocas verbais em tom de confissão. Como já foi sublinhado, as emoções são constitutivas de inteligibilidade. Através delas, aquele que fala e aquele que ouve podem encontrar referências que os discursos racionais não conseguem (fazer) alcançar. No entanto, a concentração nesse registo comporta riscos. Uma emissão que assenta numa história individual ou em testemunhos isolados sem deles fazer um confronto com pontos de vistas exteriores ao vivido cria uma espécie de conversação privada, em relação à qual o apresentador se reveste do estatuto de confidente, enquanto à audiência se confere o papel de observador que olha através de uma janela indiscreta ou da fechadura da porta para a vida privada de alguém. O apresentador deve, pois, saber ouvir e desencadear testemunhos para, a partir deles, debater problemáticas mais gerais que impliquem efectivamente a terceira instância que “participa” nesse processo comunicativo: o público.

A importância dos realizadores

O modelo e o ritmo adoptados pelo moderador de uma entrevista ou debate condicionam a instância realizadora assim como esta influencia a postura de quem conduz uma emissão televisiva e a leitura que a audiência faz daquilo que vê. Ocupando espaços e códigos diferentes, apresentadores e realizadores trabalham em equipa e dessa sintonia é tributária parte do êxito de um programa. Falando de uma entrevista

ao cardeal de Lisboa D. José Policarpo, Judite de Sousa (2002: 48) afirma que, à medida que falava, “*imaginava que a realização acompanhava o sentido das perguntas, optando pela proximidade dos planos e pelos pormenores*”. E assim aconteceu. “*Antes das palavras*”, escreverá posteriormente a jornalista, “*a resposta foi dada pelo realizador: o silêncio, os gestos, as mãos, o olhar captados pelas câmaras*”. Dar a ver de determinada forma a pessoa que fala é, em televisão, fundamental para o entendimento dos discursos. A propósito de uma outra entrevista, desta vez ao escritor José Saramago, Judite de Sousa (2002: 63) ressalta novamente a importância do ângulo das filmagens: “*José Alves Fernandes foi feliz na realização dos planos e soube traduzir nas imagens a comoção do momento*”.

O realizador de uma emissão poderá limitar-se a um trabalho tecnicista, promovendo um tratamento visual que seja o suporte da demonstração da palavra, não perturbando nem distraindo a audição ou, então, adoptar uma postura mais participante, ajudando a reconfigurar um certo recorte desse espaço público que a TV constrói. Significa isso que o foco escolhido para filmar um convidado influencia o modo como a audiência apreende a respectiva mensagem. Perspectivar o sujeito que fala a partir de um determinado plano implica ver coisas diferentes e, nesse hiato que produz desterritorializações diferenciadas de efeitos variados, poder-se-á criar um conjunto diverso de impressões e de leituras. Enquanto um grande plano ou um plano aproximado criam uma atmosfera de intimidade e de personalização, um plano médio reflecte uma certa sociabilidade e um plano de conjunto recria já uma espécie de espaço público.

É ao nível dos códigos apresentativos – como os gestos, as expressões faciais, os movimentos dos olhos... – que a informação visual (re)criada pela instância de realização actua. Quando ressalta em imagem pormenores daquele que fala, potencia a criação um contexto personalizado para, através disso, se aproximar do respectivo público, que apreende o que vê como se isso estivesse no campo de percepção imediata. O número de vezes que uma câmara focaliza determinado convidado ajuda-o a reunir um *capital visual* que pode ter tanta ou mais força do que a palavra proferida. Esse controlo de visibilidade escapa, em grande parte, àquele que fala (mas não a quem modera uma emissão). Normalmente os convidados não têm capacidade de perceber se estão a ser filmados, porque nem sempre há encadeamento de imagens com a fala do sujeito que intervém. E mesmo sabendo que a câmara se centra neles, ignoram o plano escolhido. Se é mais comum existir uma sincronia com a palavra, também pode haver uma assincronia entre a encenação visual e a encenação verbal. Os operadores de câmara podem ainda optar por uma sincronia com a situação (exibindo o espaço de locução entre os convidados) ou por uma sincronia com o conteúdo dos propósitos (mostrando objectos concretos aos quais se referem os convidados). Da mistura destes diferentes tipos de sequencialização resultam, em grande parte, o ritmo e o grau de espectacularização do programa. É também ao nível da realização que uma emissão encontra uma certa unidade. O posicionamento das câmaras, as respectivas formas de enquadramento e o tipo de filmagem feita, para além de organizarem a pluralidade de

manifestações que ocorre num *plateau*, orientam o olhar e a audição dos telespectadores que, por vezes, como lembra Noël Nel (1990: 121), “*sabem mais do que os convidados*”.

Do que realçámos, percebe-se que as entrevistas e os debates televisivos são géneros complexos cuja estrutura depende da realidade exterior, mas que, em grande parte, é tributária da natureza do *medium* e do modo de encarar a profissão daqueles que são responsáveis por essas emissões. Afirmámos inicialmente que estes programas são espaços de *saber*, mas assumem-se igualmente como espaços de *poder*, influenciando o desenho do mundo comum que criamos individualmente e que partilhamos colectivamente. No entanto, esse espaço público que a televisão potencia não se constrói apenas nos debates e nas entrevistas televisivas, mas também noutro género televisivo que encontra na conversação sobre temas da actualidade o seu fio condutor. Referimo-nos aos *talk shows* cuja evolução atira, por vezes, a informação televisiva para fronteiras próximas do entretenimento, baralhando os limites entre aquilo que se concebe ser a informação ou a reflexão acerca do que acontece e o que se pensa ser um momento lúdico. São essas linhas que vamos procurar definir no ponto seguinte.

3.2. O *talk show*: a palavra que apresenta um laço existencial ao vivo

A televisão tem vindo a fazer evoluir a concepção do que se entende por informação que cada vez mais deixa de ser uma janela sobre o mundo para se converter num reflexo da realidade com consequências múltiplas: o subjectivo (a realidade humana) conquista terreno ao tendencialmente mais objectivo (realidade social), o visível (actualidade pública) cede espaço ao invisível (domínio do privado). Convém sublinhar que se trata de uma tendência em constante adaptação que, como sublinha Gérard Imbert (1999), “*representa o presente na sua fluidez contínua, na sua regularidade, na sua rotina, mas também o presente na sua descontinuidade, com as suas rupturas e os seus momentos de crise*”. Disto resulta o aparecimento de novos contratos/promessas de comunicação que, por sua vez, provocam a renovação dos géneros jornalísticos. Referindo-se à progressiva contaminação da ficção com a informação, María Marcela Farré (1999) afirma que “*os programas actuais – de toda a natureza – não podem ser inseridos nas definições clássicas de género*”. Neste contexto, a procura de formatos que promovam a discussão da sociedade sobre ela própria implica a descoberta de novas fronteiras para determinados géneros e, em alguns casos, a renovação de certas designações onde se integram grupos de emissões. Sébastien Rouquette (2001: 12) fala do surgimento de um “*espaço social televisivo*”, que, pela diversidade de temas, ultrapassa, na sua perspectiva, “*os debates do espaço público político clássico*”. Por seu lado, Lorenzo Vilches (1993: 106) lembra que “*a televisão moderna não se constitui apenas como tema de conversa, mas converteu-se ela própria numa forma*

conversacional”, sobretudo “*em espectáculo da conversação*”¹⁹⁶. É nesse contexto que o *talk show* conquista o seu espaço e também uma idiossincrasia que o afasta substancialmente dos debates, revelando-se como exemplo do processo de hibridiz que contaminou o audiovisual após o aparecimento dos canais privados. Segundo Charo Lacalle (2000), este género modela-se a partir da estrutura do debate (a conversação), da temática dos *reality shows* (a vida privada) e da participação do público dos concursos. Privilegiando a relação intersubjectiva em detrimento da dimensão cognitiva, este género tem um desenvolvimento imprevisível, aproximando-se de uma espécie de *patchwork* no qual sobressaem as desordens sociais e os dramas íntimos dos intervenientes. Ao contrário dos debates clássicos, o *talk show* estrutura a informação mediática de modo a diluir fronteiras.

Guy Lochard e Jean-Claude Soulages propõem que se analise a mudança de paradigma dos programas de informação – que caminharam do debate político para emissões de temas variados construídas por diálogos mais intimistas – através de uma aproximação aos seus contextos, ou seja, aos modos de produção e de difusão. A proposta de estudo dos “*imaginários comunicacionais*”¹⁹⁷ dos actores profissionais com estatutos operacional e de decisão tem a vantagem de nos colocar perante um conceito vocacionado para apreender os constrangimentos das práticas dos actores responsáveis pela programação televisiva. Neste ponto, deter-nos-emos com particular atenção na instância de produção dos programas, mas, antes, será pertinente lembrar aquilo que se passa no exterior da televisão, exercendo uma certa influência no desenho dos *talk shows*.

Na concepção de Charaudeau e Ghiglione, a leitura da evolução do debate clássico para o *talk show* faz-se à luz daquilo a que chamam “*deslizamentos de mundos*”. Esta é também a perspectiva de Gloria Awad, que ressalta as consequências da contaminação dos territórios público e privado em termos de formas de dizer as realidades. Na sua opinião (1995: 57), o discurso de sedução substituiu o discurso da razão “*desde que a esfera pública foi invadida pela esfera privada*”. E isso reflecte-se no pequeno ecrã. Enquanto o debate televisivo tende a enraizar-se no espaço público, o *talk show* funde as esferas pública e privada. A par de expor opiniões individuais e afectos particulares, este género promove igualmente a socialização dessas manifestações. Deste género de programas não se excluem os habituais convidados dos debates. Antes se integram no mesmo tempo e espaço os discursos dos políticos, dos representantes de instituições,

¹⁹⁶ Aqui, distingue-se “*conversação conversada*” (resulta da discussão dos convidados de um programa) da “*conversação textual*” (estabelece-se simbolicamente entre o enunciador e o enunciatário). Na primeira, estamos ao nível do enunciado, na segunda ao nível da enunciação.

¹⁹⁷ Esta proposta resulta do conceito de “*imaginário linguístico*” aqui alargado à comunicação televisiva. Esta apropriação implica que se tome em consideração a dupla enunciação inerente a qualquer emissão televisiva: a enunciação verbal dos actores mediáticos e a enunciação televisiva construída pela instância dos realizadores. Como assinalam Charaudeau e Ghiglione (2000: 37), “*o imaginário resulta de uma ‘gênese recíproca’ entre as ‘pulsões subjectivas assimiladoras’ e as ‘informações objectivas do meio’ que constrói uma consciência colectiva de pertença a um grupo social e à sua visão do mundo. E é na medida em que esta gênese se manifesta através das linguagens que se pode dizer que o imaginário é ‘sociodiscursivo’, isto é, construído pelo discurso*”.

do especialista e do cidadão comum. A congregação de pessoas com diferentes estatutos é facilitada quando se discutem problemas relacionados com o quotidiano em que os conteúdos da conversa podem ser expostos sem prejudicar a distância social que separa os diferentes convidados, assegurando-se, desse modo, a manutenção da realidade existente.

Explicámos já o actual esbatimento de fronteiras entre os espaços público e privado. Sébastien Rouquette abre uma perspectiva que pensamos ser pertinente na análise da esfera pública desenhada nos *talk shows*. Nas suas palavras (2001: 15), “*nada é mais político do que uma tomada de posição sobre assuntos como a homossexualidade e a eutanásia. Porque*”, acrescenta, “*a adesão a uma ideologia traduz-se não tanto pela defesa de uma política sanitária, militar ou jurídica, mas pela adopção de valores e modos de vida*”. Saliente-se que a exploração de novas temáticas por parte da televisão é favorecida por certos movimentos sociais, nomeadamente pela cultura feminina que, dando prioridade à dimensão subjectiva, tem aberto o território do privado (família, discurso amoroso, sexualidade...) a uma dimensão pública. Essa abertura beneficia os discursos na primeira pessoa que enchem os ecrãs televisivos, transformando-os em novos territórios das relações sociais. Este fenómeno é influenciado pelo desenho de uma contemporaneidade onde o actor social procura, por meio de mediações de vária ordem, constituir-se como membro efectivo de um corpo social, sem, no entanto, perder a sua idiossincrasia.

Instalada há mais de um século, a sociedade de massas é confrontada, por influência de uma filosofia liberal, com a valorização do indivíduo. Enquanto o estatuto de cidadão e o bom funcionamento do espaço público são encarados pelas instituições em termos de neutralização das diferenças individuais, o actor social luta por fazer prevalecer a sua personalidade. Vivendo num meio onde proliferam diferentes modelos culturais, por vezes debate-se com a dificuldade em reunir traços identitários que estruturam o seu percurso de vida. Não encontrando na política, na família, na cidade, no trabalho ou nos credos religiosos pontes seguras que liguem o individual ao colectivo, o actor social experimenta a necessidade de outros elos de ligação que o situem numa sociedade de massa onde a comunicação entre as pessoas nem sempre é fácil. A televisão assumir-se-ia, nas palavras de Dominique Wolton, como “*um lugar estruturante entre estas escalas e espaços*” (1997: 96), construindo e representando esse elo social entre as vivências individuais e as experiências colectivas.

Um “palco” que singulariza a individualidade de uma maioria silenciosa

Luc Boltanski (1993: 257) atribui a força da representação mediática à progressiva debilitação de uma “realidade” que se torna cada vez mais inacessível ao cidadão comum. O *talk show* assume-se, pois, como um palco adequado para a exposição dessa singularidade. Nele, o actor social julga encontrar fundamentos para uma acção social. Transexual, seguidor de uma crença espiritual, toxicodependente ou

seropositivo, cada um vê nesse género de programas o reconhecimento daquilo que pensa ser a sua normalidade. Estamos aqui perante um dispositivo que acciona uma espécie de democracia directa, permitindo a cada um agir/falar por si próprio e não através de organismos representativos. Cede-se, desse modo, a palavra a uma maioria silenciosa que se foi mantendo à margem das decisões.

Integrar uma vida singular em determinada realidade social e assistir a programas onde esse tipo de exposição se faz corresponde a uma forma de nos vermos a nós próprios, de vivermos colectivamente as nossas emoções e pensamentos e de, através disso, redescobrir o nosso lugar social. Gérard Imbert (1999) defende que a *“televisão da intimidade se erigiu em modalidade catódica da confissão católica”*, acrescentando, noutro artigo (s/d: 146), que isso cria uma certa familiaridade com aqueles que designa como *“íntimos estranhos”*. Ainda que o objecto das suas reflexões sejam os *reality shows*, Emili Prado (1999) aponta algumas razões pelas quais o cidadão comum expõe, nos *plateaux* televisivos, a sua vida pessoal. Por um lado, há os que *“são marginalizados no sentido puramente emocional no que diz respeito aos sentimentos e relações pessoais”*, encarando a televisão como *“uma restituição do equilíbrio perdido e dos laços desfeitos ou como plataforma de publicitação da sua desgraça, muitas vezes desconhecida pelos que são mais próximos”*. Por outro lado, existem aqueles que são vítimas do *“mau funcionamento das instituições”* e que encontram na televisão *“mecanismos de substituição para remediar os seus males”*. Colocando em cena um número significativo de convidados que aí falam na primeira pessoa, o *talk show* não será um género de programa vocacionado para desvendar a intimidade desses interlocutores. Como sublinha Le Breton (1999: 116), *“ninguém se deixa apreender completamente (...) Sabemos do parceiro da comunicação o que ele aceita revelar”*. Convém não esquecer que esse hiato que vai do dito ao não-dito é também produtivo de comunicação. Necessitamos de sombra para ver a luz. Tal como o silêncio pontua o espaço entre as palavras e, com isso, propicia a circulação de sentido, também a preservação de um espaço para o *eu* facilita a organização daquilo que se diz/ouve. E é isso que um moderador deverá ter sempre presente.

O *talk show*, assume-se, assim, segundo aquilo a que Ehrenberg (1995: 24) chama um *“dispositivo de desinibição”* que se funda na palavra e na imagem. Ao contar no pequeno ecrã os seus problemas, o indivíduo busca esquemas de interpretação para a sua vida que procura integrar na cena pública televisiva. Neste imaginário do diálogo, passa-se da evasão à realidade, uma realidade precária onde cada um tenta reconstruir a sua identidade em ligação com uma colectividade. Segundo Ehrenberg (1995: 191), *“dar conta da sua vida através do ecrã não é reconhecer uma dívida para com a sociedade, mas a expressão da dívida da sociedade para com uma individualidade”*. A comunicação de algo privado no espaço público constrói um vector entre um *eu* isolado e um outro, criando naquele que fala o sentimento de existir. É assim que o *talk show* assume uma função relacional, substituindo as funções de algumas instituições sociais. Para além

de promover uma discussão mais alargada do social, este género televisivo actua igualmente como um “*terminal relacional*”, promovendo aquilo que Ehrenberg (1995: 274) chama “*uma electronização da relação*” que instala a ilusão de uma interacção horizontal reconfiguradora de novos imaginários sociais.

Grande parte das situações em destaque nos *talk shows* reflecte conversas que pertencem ao domínio privado, um espaço que actualmente passa por profundas mutações cuja visibilidade se amplia na televisão. Essa atmosfera do íntimo poderá ser acentuada pela relação que o apresentador do programa estabelece com os respectivos convidados, interpelando-os pelo nome próprio e centrando as questões num registo informal, muito próximo do emotivo. Se novas problemáticas constituem tema de conversação, isso atesta a sua existência e desencadeia no pequeno ecrã o aparecimento de novos actores que, até a um passado recente, apenas existiam nas suas micro-comunidades. Ao integrar esse cidadão comum no interior do próprio dispositivo, o *talk show* converte os telespectadores em elementos activos do processo comunicativo. Gérard Imbert (1999) fala da passagem de um “*olho passivo*” para um “*contemplador complacente de si mesmo, diluindo-se, assim, as barreiras entre identidade e alteridade*”. Poder-se-á ver nessa evolução a simbiose de dois domínios: o racional e emotivo. Ao olhar o outro que está no *plateau* como um espelho de mim, a audiência de determinada emissão identifica-se emotivamente com aquilo que ali se passa, dissolvendo-se as operações de racionalização relativamente àquilo que se vê/ouve. Esse processo de identificação entre o que está do lado de lá do ecrã e aquilo que pertence à nossa casa poderá ser acentuado pelos cenários que se enchem cada vez mais com um mobiliário próprio do espaço privado. Ao criar espaços cénicos que se revelam extensões do território doméstico, a televisão reforça, desta vez através de elementos materiais, a porosidade entre os espaços público e privado. E esses espaços, como sublinha Teresa Velázquez (1992: 56), convertem-se “*em cenários institucionalizados a partir do momento em que aparecem publicitados por esse meio de comunicação*”.

François Jost (2001) apresenta a autenticidade como valor estruturante da televisão actual, visível, por exemplo, no esforço de aproximar não só a ficção da vida real como também de construir uma informação com ressonâncias no quotidiano dos telespectadores. Este contexto favorece não a palavra do especialista, que insiste em centrar o seu discurso em ideias, mas o testemunho do cidadão comum, que faz sair o seu depoimento da sua experiência, encontrando aí a legitimidade necessária para falar na TV. Também os constrangimentos inerentes à procura de (altos) índices de audiência impelem os responsáveis dos programas, incluindo os que apresentam o traço da informação, a fazerem entrar nas suas emissões convidados que atraíam mais telespectadores. Esse perfil é conhecido: não são apenas as figuras públicas que reúnem o interesse da audiência, mas sobretudo aquelas que trazem para o pequeno ecrã histórias de vida que narram com emotividade. Pela sua flexibilidade temática e pela capacidade de integrar registos pessoais, o *talk show* será o género propício ao acolhimento de cidadãos anónimos, “peritos” em assuntos do dia-a-dia

que assumem discursos poliformes e de tom variado. Mais do que o significado, valoriza-se o significante: não interessa o que se diz (o referente), interessa sobretudo a emoção com que se fala. Este é, aliás, um dos sinais distintivos da “*neotelevisão*”, que, mais do que os conteúdos, presta particular atenção às formas através das quais se procura um permanente contacto com os telespectadores, a partir do qual se torna possível a sedimentação de relações. Seguindo essa premissa, importará mais o modo de comunicar do que a essência daquilo que se comunica.

Referimos anteriormente que o *talk show* fez emergir, na opinião de Guy Lochard e Jean-Claude Soulages, um “*novo imaginário comunicacional*” cujos traços resultam não apenas da modificação do formato e dos objectivos que lhe estão inerentes, mas também de uma mudança dos actores sociais que nele participam. O cidadão comum vê nesse género de programas um espaço favorável à sua representação. O convidado que fala do geral e do abstracto cede progressivamente lugar a um indivíduo que relata uma experiência concreta, que discorre sobre o vivido, demonstrando um laço existencial com o assunto tratado. Esta mudança é estruturada pela realidade social e estruturante de modificações de enfoque temático. Referindo-se às elites e ao cidadão comum, John Langer (2000: 74) afirma que, “*se as histórias centradas na elite tendem a ser construídas em redor das rotinas diárias de indivíduos extraordinários, as histórias de gente corrente constroem-se em redor de acções extraordinárias de pessoas normais*”. Por outro lado, também se reconhece que estas últimas – que integram aquilo a que se denomina “*outras notícias*”¹⁹⁸ – estão em melhor posição para “*oferecer o que se poderia designar como mobilizações discursivas*” (2000: 207).

Ao contrário do especialista que intervém nos debates, a maior parte das pessoas que participa nos *talk shows* caracteriza-se pelo papel que desempenha em determinada emissão. Aquilo que é dito resulta do vivido, tendo, por isso, um valor intrínseco ao sujeito que fala. Neste plano, a televisão, mais uma vez, é um reflexo da sociedade actual onde as identidades sociais, outrora bem delimitadas, se vêem cada vez mais indefinidas e incertas. A crescente absorção do indivíduo nele próprio, por vezes próxima da bulimia, torna-o incapaz de contrariar essa tendência. Não se pense, porém, que este tipo de programas coloca em cena pessoas isoladas que não encontram no tecido social outros que vivem as mesmas situações. Os intervenientes nos *talk shows* retratam casos pessoais, mas, através deles, encarnam categorias sociais e psicológicas. Tendo como referência o cidadão comum que participa neste género televisivo, Roberto Arnau Díez (2000) fala da tentativa de construção de uma “*autobiografia universal*”. Talvez seja arriscada tal generalização, mas é assertivo o seu ponto de vista para encontrar aí aquilo que diz ser “*um excelente transmissor de alguns dos ‘habitus’ que existem na nossa sociedade*”. E porque as histórias expostas são, em

¹⁹⁸ John Langer (2000: 57) integra naquilo a que chama “*outras notícias*” as seguintes histórias-tipo: as “*especialmente destacáveis*” (discursos e modos de vida das elites institucionais e das celebridades); as “*vítimas*” (casos de indivíduos em condições adversas e incontroláveis); “*comunidades em perigo*” (desordens colectivas); “*rituais, tradição e passado*”.

grande parte, relatos na primeira pessoa, a implicação da audiência com aquilo que vê/ouve é maior. Esta perspectiva é defendida por alguns investigadores que estudam a televisão. Dominique Mehl (1996), por exemplo, considera que os *talk shows*, juntamente com os concursos televisivos, representam o grau máximo de integração do espectador no processo de recepção. Eis, pois, um género que se aproxima do propósito da “*TV espelho*” inaugurada pela “*neotelevisão*”. Para Charo Lacalle (2000), “*as histórias dos talk shows suscitam no telespectador, mais do que qualquer outro género televisivo, emoções mediáticas*”. Não será certamente por acaso que este género televisivo reserva no estúdio um lugar de destaque para o público¹⁹⁹, cujas reacções são, por norma, bem acolhidas, funcionando como uma espécie de espelho dos telespectadores.

Assente prioritariamente em histórias de vida, este género televisivo pode pensar-se como propício a um registo emotivo que neutraliza qualquer esforço de racionalização daquilo que é dito. Não é verdade. Num programa que encontra na conversação o seu eixo estruturante, seja um debate ou um *talk show*, a argumentação ocupa um espaço importante nas trocas verbais, evidenciando-se nesse tipo de discurso um raciocínio que marca uma posição sobre determinado assunto. Deste modo, poder-se-á afirmar que o ponto de partida se situa numa dimensão cognitiva que possibilita a construção de operações lógico-discursivas que cruzarão, em graus diversos, traços do registo emotivo. Acresce ainda o facto de este género também acolher nos respectivos *plateaux* interlocutores que falam em nome de grupos (institucionais, profissionais...).

Noël Nel (1990: 153) assinala a diferença entre “*argumentação*” e “*demonstração*” a diferentes níveis, salientando-se a primeira a vários níveis:

- na natureza das premissas, pelas opiniões;
- na relação entre premissas e conclusões, pela verosimilhança e não pela verdade;
- na progressão, feita por elementos considerados válidos e não por inferências lógicas;
- nas modalidades enunciativas, marcadas pela categoria do sujeito e não pelo discurso impessoal.

Os convidados poderão assumir um tom abertamente argumentativo, pontuando as trocas verbais por um registo assertivo, de justificação, de consequência ou de causa como poderão apresentar a sua experiência em determinado campo que, por si, se constitui como elemento de argumentação implícita. Talvez se imaginasse que esta última postura fosse mais adequada a um formato concebido para ir no encalço do vivido e feito com testemunhos caracterizados predominantemente pela emotividade. Mas aqueles que expõem perante as câmaras de televisão a sua vida e que a confrontam com outras versões não necessitarão

¹⁹⁹ Em certos debates televisivos reserva-se também um lugar para o público, mas dele espera-se uma postura silenciosa que reprima qualquer manifestação de concordância ou desacordo com o que é dito, excepto se essas pessoas forem interpeladas directamente para darem a sua opinião.

de apresentar argumentos explícitos que legitimem aquilo que contam? Se nos lembrarmos que actualmente, na TV como na rede societal, o indivíduo manifesta permanentes dúvidas quanto à definição do seu lugar, serão certamente fulcrais os argumentos de justificação que, de alguma forma, lhe garantam uma certa “*apresentação do eu*” num meio em que os múltiplos pontos de referência provocam uma certa perda de sentido da vida. Mais do que justificar ideias, importará argumentar a favor de certos comportamentos, a fim de controlar o julgamento que os outros fazem em relação à vida daquele que se expõe, procurando-se, desse modo, assegurar aquilo que Goffman designa como “*o processo de figuração*”, que não é mais do que a tentativa de neutralizar ameaças que ponham em causa o estatuto e o lugar dos interlocutores. E isso não se faz somente através do registo emotivo, mas também com discursos com o traço de racionalidade que garantam a discussão pública e, conseqüentemente, alargada de questões privadas.

Como temos vindo a sublinhar, não será adequado separar a emoção da razão, mas encarar a sua associação como um meio eficaz de produção de discursos que partam do particular, mas que ultrapassem a história individual para chegar à discussão de problemas colectivos. Não se pretende com isto abrir um horizonte para uma informação televisiva circunscrita ao debate puramente ideológico. Não é essa a vertente que se valoriza num *talk show*. Mais do que ideias sobre determinado assunto, interessa em primeiro lugar a pessoa que fala: a sua personalidade e a sua capacidade para construir, através de códigos apresentativos e representativos, uma história de interesse do público. A adaptabilidade às circunstâncias em que se profere um discurso (o tema, o espaço, o tipo de público...) era já uma exigência que, no século II a.C., Aristóteles fixava à comunicação retórica. Na verdade, o contexto pragmático da argumentação é fulcral em qualquer conversação televisiva, nomeadamente naquela que se insere na programação informativa. O sistema linguístico, o estilo e as convicções daquele que fala, a dimensão espacio-temporal e social da situação, a imagem que os outros interlocutores provocam nos seus companheiros são elementos que influenciam o plano da expressão que ultrapassa a escolha das palavras para integrar também aspectos prosódicos (pausas, entoação, tons de voz...). Tudo isto deve ser tomado em conta para que as emissões televisivas não se convertam em momentos de puro *voyeurismo* que suscitem no público mais entretenimento do que informação.

Defendendo que não são apenas questões do “*saber*” que estão subjacentes ao espaço de interacção construído neste género, Guy Lochard e Jean-Claude Soulages (1998: 131) dizem que a generalização do *talk show* mistura o “*contrato de explicação*” com “*contrato do divertimento*”. Convém, no entanto, alguma cautela neste domínio. Zelar pelos interesses do destinatário e procurar elementos que tornem uma emissão mais atractiva não são atitudes incompatíveis com a preocupação com o conteúdo da comunicação. Um desígnio implicativo não anula forçosamente um objectivo explicativo. Isso não significa que um exagerado ênfase no primeiro não possa neutralizar o segundo. Julgamos que uma atenção permanente a ambas as

partes poderá ser o caminho para se atingir uma emissão que ajude a um melhor entendimento de uma facção da vida do espaço público.

Os desafios que os *talk shows* lançam aos apresentadores e aos realizadores

Lembrando que, nos últimos anos, “*a paleta dos contextos dialógicos televisivos se ampliou de forma notável*”, Gonzalo Abril (1997: 89) afirma que “*a cartografia conversacional da ‘neotelevisão’ é bastante complexa*”. Nela se incluem novas formas de gerir a palavra mediática, embora também se conservem fórmulas já testadas na “*paleotelevisão*”. Um dos géneros que obrigou o apresentador a reformular alguns métodos de trabalho foi precisamente o *talk show*, que coloca em cena novos actores sociais e realidades temáticas que nem sempre tiveram visibilidade no pequeno ecrã. Chamados, a maior parte das vezes, a expor os seus conflitos²⁰⁰ ou dramas íntimos²⁰¹, os convidados dispõem neste género televisivo de uma certa liberdade para falar do que quiserem e como quiserem, o que impõe ao moderador uma gestão da palavra diferente daquela que existe numa entrevista ou num debate e à instância realizadora um outro modo de administrar a visibilidade dos convidados. De um *talk show* não se espera um espaço de locução equilibrado entre os convidados, nem um número aproximado de focalizações de imagens sobre eles. Centrando o seu discurso num registo polémico ou mais introspectivo, os interlocutores falam, acima de tudo, do vivido e, nessa encenação da palavra, vinga quem consegue ter maior expressividade, o que acentua a importância da enunciação.

Tal como o divã do psicanalista, o *talk show* promove associações livres, a não-directividade, a espontaneidade criativa e a cultura da expressão. Tal como na Psicanálise, todas as discussões adquirem sentido, mesmo aquelas que se apresentam sem sentido. Goffman, tal como Freud, já havia lembrado que qualquer manifestação constitui um sinal ou, na linguagem psicanalítica, um sintoma. O acontecimento constrói-se precisamente através das trocas verbais dos interlocutores, produzindo-se, nesses actos, uma dramaturgia da palavra promotora da espectacularização daquilo que é dito/mostrado. Não se pense, porém, que essa autonomia é absoluta. A presença de um moderador (que questiona e gere o tempo das intervenções) e o enquadramento num cenário (que condiciona o discurso) colocam os participantes da emissão “*entre o martelo dos mundos impostos e a bigorna da sua encenação dramática*” (Charaudeau e Ghiglione, 2000: 128). Trata-se, mais uma vez, de um reflexo do que se passa na sociedade, como é, aliás, sublinhado por Lipovsky (1983: 12): “*Não é verdade que estejamos entregues à errância de sentido (...) As*

²⁰⁰ Estamos ao nível do *talk show* de “*discurso polémico*” que, como explicam Charaudeau e Ghiglione (2000: 97), “*põe em cena pessoas chamadas a confrontar-se sobre um tema*”, caracterizando-se “*pelo seu antagonismo e conversas polémicas*”.

²⁰¹ Estas emissões integram-se no *talk show* de “*discurso introspectivo*”, que, nas palavras de Charaudeau e Ghiglione (2000: 98), “*põem em cena pessoas que tiveram uma experiência comum e são levadas a relatá-la segundo o seu ponto de vista*”.

técnicas de controlo social passam a aplicar dispositivos mais sofisticados". Se os trabalhos macro-sociológicos fornecem algumas pistas que ajudam a entender melhor o percurso da TV, a investigação ao nível da micro-sociologia demonstra que, independentemente das mudanças sociais, a natureza de certas manifestações conservam algumas invariantes. É o caso da "situação de interlocução", amplamente estudada por Erving Goffman. Este sociólogo da "etnografia da palavra" lembra que um discurso se produz no seio de uma disposição social, sendo este não apenas organizado em termos de distribuição de locutores e de registos linguísticos, mas também em função de rituais pré-estabelecidos (Goffman, 1999: 152-3).

Pondo em cena a palavra social através da qual se pretende instalar um quadro convivial com os telespectadores, o desenvolvimento do *talk show* é, em grande parte, tributário da *performance* daquele que tem a responsabilidade de conduzir a emissão. É sobre ele que os olhos do telespectador se centram, construindo-se a partir das suas intervenções o fio de interesse do programa. Louchard e Soulages (1998: 130) vêem neste género televisivo uma mudança de identidade e de estatuto do apresentador, o qual se torna, nas suas palavras, uma espécie de "alter-ego do espectador", concretizado por uma dramaturgia que encena um determinado ritual. Se recuperarmos a metáfora do *totem* que aplicámos à televisão, podemos ver no apresentador uma espécie de *sacerdote* que controla as possibilidades da palavra e os possíveis desempenhos dos convidados que compõem a *plateau*. Charo Lacalle (2000) desloca a prática ritual para a recepção televisiva, tendo precisamente como referência os *talk shows*, que funcionariam como "mitos que governam a identidade do eu e a sua relação com os outros". Identificando toda a programação televisiva com o mito, Roger Silvertone (in Carey, 1988) também considera o *talk show* o género mais propício para converter o espectáculo da palavra televisiva numa verdadeira celebração ritual através da qual os telespectadores têm a possibilidade de, pela invocação de certas situações, exorcizar os seus fantasmas. Neste quadro, o apresentador não tem apenas um papel de avaliador das interlocuções dos entrevistados, mas sobretudo um papel de polémica/provocação, incorporando ainda a figura do *mestre-de-cerimónias* quer em relação àqueles que estão no *plateau*, quer em relação aos telespectadores dos quais se constitui como um já referido *alter-ego*.

Tendo em conta este quadro, Charaudeau e Ghiglione (200: 60-62) apresentam uma tipologia das diferentes posturas do apresentador que poderão passar pelas seguintes funções:

- *ampulheta*: apaga-se quase por completo, desempenhando um papel de contabilista do tempo que passa e da utilização que dele faz cada um dos protagonistas;
- *coordenador*: conduz o debate segundo um plano previamente estabelecido;
- *entrevistador*: coloca perguntas directas que podem pôr em causa quer a opinião do entrevistado, quer a sua forma de responder;

- *provocador*: gere de forma arbitrária o tempo de intervenção dos convidados, distribuindo a palavra, retirando-a ou atribuindo segundo a sua vontade, provocando conflitos, mas mantendo o controlo dos temas, permitindo-se ainda dar a sua opinião;
- *professor*: procura fazer compreender aquilo que é dito;
- *parteiro*: adopta um tom não agressivo, tentando obter informações que, pela sua natureza, não são expostas de forma espontânea;
- *de distração*: chama a si um papel de actor, usando o humor e a caricatura, passando de um convidado para o outro de forma espontânea.

Tal como nas entrevistas e nos debates televisivos, também o apresentador do *talk show* poderá adoptar na mesma emissão diferentes modos de gerir a sua presença. No entanto, pela natureza deste género de programas, dele não se espera que seja o guardião dos universos de referência, nem o garante da construção do saber. Espera-se, acima de tudo, que promova a manutenção da cena subjectiva aí exibida. Isto significa que, entre as competências requeridas para esta função, sobressai a da gestão das relações interpessoais, ou seja, a da operacionalidade implícita das regras criadas para essa interacção, podendo recorrer quer a sanções positivas (recompensas), quer a sanções negativas (punições)²⁰².

Paralelamente ao jornalista que persegue as normas da sua profissão, sucede uma outra geração de mediadores aos quais se atribui a designação de *animadores*. Libertos de códigos deontológicos e éticos intrínsecos ao jornalismo, esses profissionais legitimam as suas práticas em nome das expectativas do público e dos novos pactos/promessas da “*neotelevisão*”. A plasticidade que essa conjuntura proporciona permite-lhes encarregarem-se de questões diversificadas de modo variado. Assim, incorporando o papel de apresentador de *talk shows*, encontramos profissionais oriundos quer do campo jornalístico, quer do mundo do espectáculo. Para Denis Ruellan (1992), os jornalistas ocupam um lugar à parte, na medida em que o seu estatuto lhes confere maior credibilidade do que a dos animadores oriundos, por exemplo, do mundo do espectáculo. No entanto, reconhece-se que apenas a carteira de jornalista justifica a diferença, já que as actividades são as mesmas. Ainda que à frente de certos programas permaneça um apresentador com o estatuto de jornalista, ao conduzir um *talk show* esse jornalista altera o seu agir: mais do que os modos de informação centrados em enunciados, opta-se por uma intervenção que enfatiza enunciações em relação às quais o apresentador tem um alto grau de participação. Gérard Imbert (s/d: 142) fala, a esse propósito, do reino do “*in-mediático*”, construído pelo discurso televisivo que, na sua opinião, impede o “*re-flexivo*”, ou seja, a atenção ao enunciado.

²⁰² Mesmo num género que parece solto de normas, defendemos, na linha do que ensina os trabalhos de Goffman (1999), que qualquer interacção entre sujeitos pressupõe o respeito por regras que orientem o comportamento dos participantes.

Estas alterações não podem ser perspectivadas apenas à luz de um género televisivo, mas têm de ser integradas em modificações mais vastas. Em Portugal, como noutros países (em França, por exemplo, como demonstram as investigações de Sébastien Rouquette), os debates televisivos da era do monopólio de televisão caracterizavam-se por discussões abertas, moderadas por um jornalista que circunscrevia a sua intervenção a um número limitado de questões. Ao longo dos últimos anos, a televisão foi adquirindo mais ritmo que resultou de factores como o encurtamento das emissões, redução do tempo dos intervalos publicitários ou a necessidade de uma sucessão mais rápida de “estórias” e de personagens no interior dos programas para reter a atenção das audiências. Esta conjuntura reflecte-se em todos os programas.

Mais do que analisar problemáticas em abstracto, importa discuti-las a partir de experiências. Poder-se-ia pensar que este modo de dar a palavra aos convidados impede o moderador de tomar posição sobre aquilo que é dito, na medida em que é difícil pôr em causa as vivências daquele que fala. Todavia, não se conclua daí que há uma perda de autonomia²⁰³. Se actualmente os apresentadores evitam questões extensas (para não confundir os convidados, nem enfastiar as audiências), nem todos os interlocutores que ocupam os *plateaux* televisivos têm capacidade para adequar o seu ritmo à velocidade exigida no audiovisual. Face a isso, os apresentadores vêm-se obrigados a intervir mais, resumindo ou antecipando o que os intervenientes têm para dizer, adoptando, desse modo, uma postura mais próxima da racionalização do que da emotividade, o que, de certa forma, neutraliza as teses daqueles que insistem em defender a impossibilidade de o espaço social televisivo, principalmente o *talk show*, se caracterizar hoje pelo traço do racional. Talvez ele seja menos visível, o que não significa que não exista.

Paralelamente aos apresentadores, há outra instância que sobressai neste género televisivo, tal como acontece nos debates e nas entrevistas. Referimo-nos aos realizadores. Promovendo novas interacções físicas entre os convidados ou entre estes e o apresentador e potenciando novos espaços cénicos, o paradigma conversacional que o *talk show* encena encontra nos jogos de câmara, esse operador invisível que Noël Nel designa como “*olho transcendental*” (1990: 38), um silencioso, mas importante interlocutor. É dele que saem as mímicas ou as reacções periféricas cuja expressividade nenhuma palavra agarra. É dele que parte a maximização de um espaço que acreditamos ser o espelho do nosso quotidiano. A instância de realização assume, assim, uma função narrativa, concretizada através de uma certa manipulação da linguagem silenciosa, reconstruindo permanentemente a cena televisiva. Não se pense, porém, que os realizadores conquistem neste tipo de programa uma maior autonomia ou independência. O seu trabalho articula-se de

²⁰³ Se dentro da emissão o apresentador continua a ter uma margem substancial de intervenção, também fora do ecrã, nomeadamente a montante da emissão, o poder desses responsáveis continua bem expressivo: na selecção dos convidados, nos ângulos escolhidos para o desenvolvimento da emissão, na hierarquização pensada para apresentar os convidados... Como sublinha Sébastien Rouquette (2001: 240), “os apresentadores não têm interesse nem necessidade de intervir abertamente numa discussão em que escolhem o ângulo de ataque, os interpretes e o desenvolvimento”.

forma cada vez mais estreita com o conceito das emissões e o estilo das unidades do programa, perseguindo uma “*espectacularização visual*” que promove a proximidade entre as instâncias de produção e de recepção. Sendo tudo cada vez mais visível, acredita-se que tudo é cada vez mais próximo do espectador, podendo, com isto, criar-se ilusões referenciais. Não é pertinente salientar posturas formais, já que interessa sobretudo encenar (aparentes) espontaneidades. Daí a imagem deixar frequentemente de focalizar aquele que fala, para “*captar, através de efeitos de assincronia comunicacional, as expressões reactivas ou periféricas dos participantes*” (Louchard e Soulages, 1998: 130).

A reter

Sendo no campo literário que se encontra a génese dos géneros jornalísticos foi aí que procurámos alguns dos seus princípios inspiradores, verificando que o percurso desse conceito não se fez por uma linha evolutiva contínua. Socorrendo-nos do contributo de vários teóricos que estudaram esta problemática, fomos apontando, ao longo do primeiro ponto, alguma definições de género e explorando a respectiva aplicação ao campo do jornalístico. Se os géneros jornalísticos encontram na literatura sinais da sua formação, foi na primeira manifestação histórica do jornalismo, ou seja, na imprensa que se assumiram enquanto elementos diferenciadores do campo do qual resultaram. Daí ser lógico que as primeiras tentativas de sistematização de uma teoria dos géneros jornalísticos encontrem nos jornais o seu objecto de estudo. Também apontámos algumas delas no primeiro ponto deste capítulo.

Assentando numa origem e materialidade semiológicas compósitas, as emissões televisivas não podem ser pensadas apenas com as categorias herdadas do campo literário, como acontece com os géneros jornalísticos aplicados à imprensa. Poderão ser de diferente natureza os elementos que influenciam a classificação dos programas televisivos por géneros. No ponto 2, referimos alguns deles e detivemo-nos de forma particular em tipologias de géneros televisivos, sublinhando de modo particular os vectores usados para essas classificações.

No ponto três, destacámos três géneros televisivos: o debate, a entrevista e o *talk show*. Situando-se este último numa zona de fronteira entre a informação e o entretenimento, integramo-lo na nossa análise por tomar a realidade como referência. Para além dos traços distintivos de cada um deles, procurámos analisar os contextos onde emergem e o modo como cada um pode desenvolver-se numa emissão. A cena mediática, os convidados-tipo, o lugar e a postura do apresentador bem como a instância de realização foram vectores a merecer a nossa atenção.

II PARTE:

A INFORMAÇÃO SEMANAL DOS CANAIS GENERALISTAS ENTRE 1993 E 2003

Capítulo 6 – Questões, modalidades e caminhos para o estudo da realidade empírica

1. Pontos de partida

São diversos os entendimentos acerca da televisão e múltiplos os caminhos para o respectivo estudo. Os investigadores italianos Francesco Casetti e Frederico di Chio, numa obra dedicada aos métodos e práticas de investigação da TV, fixam três grandes núcleos que correspondem a dimensões-chave do fenómeno televisivo: a produção, a oferta e o consumo (1999: 20). Em cada um destes níveis, apontam-se vectores que se julgam estruturar áreas específicas de análise:

1.^a área: aspectos tecnológicos, económico-empresariais, político-institucionais, culturais e sociais;

2.^a área: programação, programas e mercado dos produtos televisivos;

3.^a área: índices de audiência, motivações do consumo e modos de ver.

No nosso ponto de vista, seria esta uma forma excessivamente compartimentada de perspectivar o audiovisual. É certo que nenhum estudo com alguma profundidade poderá ambicionar deter-se em todos estes elementos, mas qualquer um dos aspectos referidos terá um mais pertinente e adequado enquadramento se não perder de vista aquilo que lhe está a montante ou a jusante, conforme os casos. São igualmente várias as disciplinas que servem de fundamento ao estudo da TV. A Economia, a Ciência Política, a Semiótica, os Estudos Jornalísticos ou a Sociologia são algumas disciplinas que fornecem conceitos importantes para se perceber melhor aquilo que estrutura o campo televisivo. Cada uma delas será mais ou menos valorizada conforme a orientação daquilo que se pretende analisar. No entanto, gostaríamos de sublinhar que o encerramento do estudo da televisão numa disciplina contribuiria para mutilar um objecto intrinsecamente heterogéneo e tributário de condicionantes de índole diversa. Poder-se-á, pois, antever que qualquer que seja a nossa linha de estudo ela não subtrairá o nosso olhar das restantes. Tão-pouco seleccionaremos uma única disciplina para aí descobrir fundamentos exclusivos do nosso projecto de trabalho. Não foi essa, aliás, a orientação seguida ao longo do enquadramento teórico. Nele são propositadamente abertas linhas que cruzam a Sociologia, a Semiótica, a Filosofia e os Estudos Jornalísticos que, em traços gerais, constroem pressupostos que expomos aqui de forma muito sucinta.

A – Apresentando complexas limitações, a televisão tem também reconhecidas potencialidades. Poderá não ser o melhor meio para conhecer a realidade, mas será aquele através do qual um número significativo de pessoas acede ao que se passa. Poderá não ser o meio que restitui a imagem mais transparente e menos fragmentária do real, mas será aquele que, descontextualizando-nos de um *aqui e agora*, nos coloca diante de múltiplos estilos de vida. Poderá não ser o meio mais permeável a todo o tipo de acontecimentos, mas será aquele com mais poder estruturante, assumindo-se como uma espécie de arena colectiva onde se partilha um

mundo comum ou aquilo que, a partir dessa visibilidade mediática, passa a integrar o espaço público contemporâneo. Poderá não ser o meio com maior independência dos vários tipos de poder, nomeadamente do político e do económico, mas é aquele que, por atingir um grande número de pessoas, maior capacidade tem para criar laços sociais de vária ordem. Poderá não ser o meio mais desprendido de constrangimentos estruturais, mas é aquele com mais força ao nível do *agenda-setting*. Tudo isto confere ao audiovisual um interesse particular enquanto instância produtora de significação e de coesão social.

B – Hoje a sociedade é diferente daquela que existia há duas décadas. Como já explicámos, o espaço público contemporâneo está longe do desenho que dele fez Jürgen Habermas: é menos promotor de racionalidade, menos igualitário, menos diversificado... Por outro lado, a privacidade é objecto de maior publicitação e a esfera pública é cada vez mais apreendida com códigos do domínio privado. Tal como Dominique Mehl, julgamos que o pequeno ecrã pode ser visto como um reforço do actual “*duplo processo de privatização do espaço público e de publicitação do espaço privado*”, resultando daí aquilo a que a socióloga chama uma “*televisão da intimidade*” que mistura “*a erupção da palavra profana na cena pública*” (1996: 8). José Luis Dader (1992: 163), num trabalho sobre a relação do jornalismo com a nova arquitectura do espaço público contemporâneo, defende que os *media*, nomeadamente a TV, aprofundam a tendência de interpenetração das esferas pública e privada, convertendo-se num “*motor estimulante desta inclinação*”.

C – Tal como a sociedade em relação à qual é estruturada e também estruturante, a TV passou por mutações. No início dos anos 90, diversos estudos já citados assinalam dois períodos para o audiovisual europeu: a “*paleo-TV*”, que corresponderia à era do monopólio televisivo; e a “*neo-TV*”, que estaria ligada à época da desregulamentação que abriu caminho aos canais privados. No início deste século, alguns investigadores apontam novas características para o audiovisual que fazem pensar numa terceira fase, uma sugestão avançada por Eliseo Veron em 2001. Corresponderia esse novo período a um tempo em que a programação televisiva experimenta formatos que diluem realidade e ficção, baralhando ainda mais as fronteiras entre estes dois domínios que o espectáculo televisivo, inerente ao próprio *medium*, tem aproximado.

A partir destes pressupostos, poder-se-iam levantar várias questões.

- Nestes últimos anos, quais foram as alterações mais importantes por que passou a TV?
- Quais os factores que condicionaram essa evolução?
- Que espaço público se construiu através dos canais de televisão?
- Para quem se abriram essas cenas mediáticas?
- De que modo se estruturaram esses dispositivos televisivos?
- A TV terá contribuído para acentuar a colocação do privado em público?
- Em que áreas terá sido isso mais notório?
- Quais os actores dessa publicitação da esfera privada?

2. Objecto de estudo: delimitação e finalidades face a um determinado estado da arte

Considerando a televisão uma das cenas privilegiadas do espaço público contemporâneo, pensamos que a programação informativa, incidindo sobre a realidade, comporta traços pertinentes enquanto objecto de estudo. Entre a informação diária ou a semanal, a nossa escolha recaiu sobre a segunda, por estar mais próxima do debate de ideias que caracteriza a esfera pública; por ser mais desprendida da agenda da actualidade noticiosa; por ser alvo de uma maior estruturação, desde logo pela maior duração que apresenta e pelo tempo mais alargado de preparação de que dispõe. Circunscrevendo-nos ao audiovisual português, elegemos para esse estudo os três canais generalistas que operam em sinal aberto, ou seja, a RTP1, a SIC e a TVI²⁰⁴. Isso significa que o eixo temporal a construir tem de ser posterior a 1993, ano em que apareceu a TVI (a SIC surgiu em Outubro de 1992). Foi aí que marcámos o início da nossa referência temporal, fazendo-a prolongar até 2003. Interessar-nos-ão particularmente os formatos que abrem os respectivos cenários à conversação, mas, num primeiro momento, incluiremos na nossa análise os programas de informação com periodicidade semanal, ou seja, as emissões que incidam sobre a realidade e que estejam ligadas à Direcção de Informação ou tenham a apresentação de jornalistas. O nosso trabalho apresentará, por isso, duas partes.

Na primeira, procuraremos caracterizar a informação televisiva difundida semanalmente em horário nocturno²⁰⁵ entre 1993 e 2003 e, simultaneamente, avaliar a sua evolução ao longo dos primeiros dez anos de coabitação da TV pública/TV privada. Para isso, iremos no encaço dos elementos que condicionaram essa oferta proposta pelos três canais de TV (sintaxe) e do modo como a mesma programação pretendia relacionar-se com a respectiva audiência (pragmática). Não é nosso fim elaborar uma sintaxe exaustiva do macrodiscurso televisivo, nem tão-pouco explorar os possíveis caminhos dos receptores durante a descodificação dos textos. O nosso objectivo é menos ambicioso: por um lado, pretendemos identificar alguns factores causais da combinação dos micro elementos da oferta televisiva, nomeadamente daquela que se relaciona com a informação, e que são difíceis de perceber para quem assiste a determinada emissão ou para quem percorre a programação de um canal; por outro, queremos apurar as intenções comunicativas inerentes aos formatos que se situam no campo da informação ou em terrenos muito próximos. É, pois, nessa desconstrução que poderemos encontrar a idiossincrasia de um canal de TV (semântica).

Na segunda parte, é nosso propósito conhecer com mais pormenor a esfera pública televisiva desenhada nos *plateaux* de determinados programas de informação semanal. Se na primeira parte obtivemos o esboço global da oferta televisiva desse tipo de programação, nesta parte procuraremos conhecer os actores que ocupam as cenas mediáticas e as temáticas exploradas em programas de conversação televisiva (debates, grandes-entrevistas ou *talk shows*). Trata-se de uma espécie de plano aproximado daquilo que anteriormente

²⁰⁴ Por ser um canal com uma programação mais segmentada e dirigida a públicos minoritários, excluimos a RTP2.

²⁰⁵ Preferimos aqui falar em *horário nocturno* a *horário nobre* por abranger emissões que se prolongam depois da meia-noite.

ficou retratado como um plano de conjunto. Percorrendo esses géneros informativos emitidos em horário nocturno nos canais generalistas portugueses de 1993 a 2003, encontram-se diferentes cenas mediáticas, e, conseqüentemente, formas diversas de publicitação da vida pública ou privada. Não é nosso propósito analisar a construção dos textos das diversas conversações televisivas que aí decorrem – esse seria outro trabalho, com outros pressupostos, finalidades e metodologia – mas estudar a composição social desses *plateaux*, povoados por actores com diferentes papéis e variados perfis, bem como conhecer as problemáticas que são aí discutidas.

Ambas as partes são complexas. A primeira, porque qualquer engenharia de programação é tributária de múltiplas variáveis intrínsecas a um canal de TV: políticas da comunicação, situação financeira da empresa, linha editorial da grelha, público-alvo dos formatos preparados... A segunda, porque a abordagem de um programa poderá ser feita por variados caminhos, privilegiando diferentes elementos que estruturam cada emissão. Explicaremos as nossas opções mais à frente. Por agora, convém recordar, em termos globais, qual o estado da arte em Portugal do campo da televisão.

No nosso país não abundam investigações académicas centradas na televisão enquanto instância de enunciação, tendo como referência um período temporal com alguma extensão. No que à informação diz respeito, destaca-se a tese de doutoramento de Francisco Rui Cádima, publicada em livro com o título *Salazar; Caetano e a Televisão* (1996), que tem como referência o período do Estado Novo em que a RTP operava em regime de monopólio. Trata-se de um estudo longitudinal, feito em profundidade, de uma época em que a televisão dava os seus primeiros passos. Mais do que o desenho da programação, esta tese explora, com bastante pormenor, o tipo de informação que a TV fazia sob a censura. Ao longo dos últimos anos, foram aparecendo algumas dissertações de mestrado centradas na informação televisiva. Nós próprios apresentámos, em 1998, no âmbito das provas de capacidade científica e aptidão pedagógica, um trabalho intitulado “*A Informação e o Serviço Público: contributos para o estudo do Telejornal antes do aparecimento da TV privada*”, que viria a ser publicado em livro, no ano seguinte, com o título *O Telejornal e o Serviço Público*. Em 2002, surge, em livro, um estudo similar, mas com diferente universo temporal, intitulado *O Espectáculo das Notícias: A televisão generalista e a abertura dos telejornais*, da autoria de Nuno Brandão. No mesmo ano, seria publicada em livro uma outra tese de mestrado feita por Nilza Mouzinho de Sena, incidindo sobre os debates televisivos com o título *A Interpretação Política do Debate Televisivo*. Em 2003, Margarida Martins apresenta, na Universidade Católica, uma tese de mestrado, com o título “*Ética e Informação na TVP*”, elegendo como objecto de estudo os noticiários da TVI emitidos em horário nocturno. Em 2005, Dinis Alves apresenta, na Universidade de Coimbra, uma tese de doutoramento intitulada “*Mimetismos e determinação da agenda noticiosa televisiva. A agenda-montra de outras agendas*”. Nesse ano, Jacinto Godinho defende, na Universidade Nova de Lisboa, o seu doutoramento com a dissertação “*Genealogias da reportagem: do conceito de reportagem ao caso Grande Reportagem, programa da RTP (1981-1984)*”.

Paralelamente a trabalhos realizados no âmbito de provas académicas, nestes anos editam-se alguns livros que se centraram no audiovisual enquanto objecto de estudo. Destacam-se, por exemplo, as seguintes obras: *Fenómeno Televisivo* (1996b) de Francisco Rui Cádima; *Big Show Media* (1997), de Nelson Traquina; ou *Televisão e Cidadania* (2003), um livro coordenado por Manuel Pinto que integra o contributo de alguns investigadores do projecto *Mediascópico*.

Estes trabalhos, e outros, que incidem na informação audiovisual constituem contributos importantíssimos quer para conhecer a televisão que vai sendo feita, quer para perceber melhor o rumo do jornalismo e a configuração da sociedade. Ao destacar a instância de produção como linha de análise do audiovisual, qualquer estudo ver-se-á empobrecido pelo facto de não existir uma investigação que recupere de forma diacrónica aquilo que, ao longo dos anos, estrutura o macrodiscurso televisivo, ou seja, a grelha de programação. Pelo vazio criado, tratar-se-á agora de uma tarefa demasiado extensa para ser feita de forma individual e num único momento, mas é possível, e desejável, encetar esse trabalho por partes.

No âmbito da programação infantil, já se percorreu um caminho considerável. Em 1991, Maria Emília Brederode, tirando partido da sua experiência enquanto membro da equipa responsável pela adaptação da *Rua Sésamo* a Portugal através da emissão na RTP, publica o livro *Aprender com a Televisão: o segredo da Rua Sésamo*. Poucos anos depois, Cristina Ponte apresentava uma tese de mestrado sobre a programação televisiva infantil que seria publicada em livro, em 1998, com o título *Televisão para as crianças: o direito à diferença*. Partindo do ano onde essa investigação tinha parado, ou seja, 1992, Sara Pereira analisa esse tipo de oferta televisiva proposta pelos canais generalistas até 2002, numa tese de doutoramento, apresentada em 2004, intitulada “*A Televisão para Crianças em Portugal: o estudo das ofertas e dos critérios de programação dos canais generalistas*”. A estes estudos centrados na TV enquanto emissor, somam-se outros no campo da recepção, o mais importante dos quais é a investigação realizada por Manuel Pinto no âmbito da sua tese de doutoramento, publicada em livro com o título *A Televisão no Quotidiano das Crianças* (2000). Sara Pereira também perseguiu esse caminho com uma investigação publicada com o título *A TV na Família: processos de mediação com crianças em idade pré-escolar*.

Acrescentam-se alguns estudos centrados em problemáticas ligadas ao jornalismo que proporcionam dados importantes para o estudo do audiovisual. É o caso, por exemplo, da tese de mestrado de Estrela Serrano, publicada, em 2002, com o título *As Presidências Abertas de Mário Soares: as estratégias e o aparelho de comunicação do Presidente da República*. Também se destaca a investigação feita Hália Santos Costa no âmbito da sua tese de doutoramento, apresentada em 2003 com o título “*Policy making in the Portuguese television and its effects on programming*”, onde se analisa de modo particular o impacto das decisões dos actores políticos ao nível da (diferenciação) da programação nos canais públicos e privados.

Reportando-nos ao período pós-privadas, momento a partir do qual investigadores estrangeiros reconhecem uma mutação substancial nos canais dos respectivos países, nota-se uma escassez de estudos que incidam na programação informativa e de análises longitudinais desse tipo de oferta televisiva. A recuperação de uma linha evolutiva, para além de fornecer alguma compreensão sobre o caminho trilhado pelo audiovisual, ajudar-nos-ia a perceber o desenho da programação televisiva actual, proporcionando, ao mesmo tempo, um conhecimento mais apurado da sociedade na qual a TV colhe influências e em relação à qual se constitui como um marco estruturante. É essa investigação longitudinal que faremos num primeiro momento, para depois procedermos a uma análise transversal que nos permitirá apurar elementos para ponderar em que medida a TV poderá ser equacionada como uma cena privilegiada na revitalização do espaço público contemporâneo.

3. Constituição do *corpus* de análise

3.1. Critérios seguidos na selecção do material a estudar

Reconstituir a programação informativa dos três canais generalistas ao longo de uma década, procurar perceber as razões subjacentes às escolhas feitas e os argumentos apresentados para explicar essa oferta televisiva implica ir muito além de um simples inventário de programas. Todavia, nada se poderá fazer sem estar na posse da lista das emissões que, nesses anos, se integraram naquilo que se entende como informação. Poder-se-ia recorrer aos anuários da RTP, da SIC e da TVI. Num primeiro momento, solicitámos esse material aos três canais de televisão, mas o que obtivemos não era satisfatório aos nossos objectivos. Também nas instâncias de acompanhamento e de regulação dos *media* não há registos rigorosos que reúnam uma memória escrita e/ou audiovisual da programação televisiva. Foi, por isso, necessário fazer uma pesquisa *ab initio*, ou seja, consultar as grelhas publicadas nas revistas de TV e na imprensa diária.

Sendo o nosso objecto de estudo os programas semanais de informação emitidos em horário nocturno (e que estivessem no ar, pelo menos, durante 30 dias), analisámos a programação da primeira semana de cada mês dos três canais televisivos. Tendo em conta que o nosso período de análise vai de 1993 a 2003, percorremos o horário nocturno dos três canais generalistas ao longo de 132 semanas (11 anos x 12 meses) para, com essa pesquisa, elaborarmos quadros que dessem conta da oferta televisiva no âmbito daquilo que pretendíamos analisar. Esta tarefa, forçosamente morosa, garantia-nos uma certa fiabilidade.

Conhecer a informação semanal que a RTP1, a SIC e a TVI proporcionaram entre 1993 e 2003 apenas nos colocava ao nível da descrição da oferta televisiva. No entanto, os nossos propósitos iam mais

além: queríamos conhecer o contexto em que foram desenhados esses programas e, a seguir, analisar que tipo de espaço público foi proposto pelas emissões informativas estruturadas pela conversação em estúdio. Era preciso, pois, prosseguir o trabalho. Num primeiro momento, optámos por pensar esse desenho, procurando averiguar a situação da respectiva empresa e as causas/expectativas apresentadas por quem tinha responsabilidades directas sobre essas emissões a fim de perceber melhor as opções de programação. Como poderíamos obter essa informação? Poder-se-ia pensar que as entrevistas a presidentes do Conselho de Administração, a directores de Informação e a coordenadores e/ou apresentadores dos programas forneceriam material indispensável aos nossos propósitos. Não negamos a pertinência dos elementos que poderíamos obter por essa via, mas para nós ela reunia um perigo que queríamos evitar: o de perspectivar o passado recente à luz daquilo que é feito no presente, esquecendo eventualmente dados que, na altura em que o programa estava no ar, seriam importantes, e que agora teriam perdido uma certa relevância devido a factores de diversa ordem. Por isso, o material mais adequado eram os artigos (notícias, entrevistas e textos de opinião) que, ao longo desses anos, foram sendo publicado na imprensa (jornais e revistas) sobre a problemática que tínhamos em mãos.

Ao contrário daquilo que acontece a partir dos finais dos anos 90, nos primeiros anos da TV privada a imprensa-diária não tinha uma secção específica consagrada aos *media* devidamente estruturada e os jornais que apresentavam um espaço para isso seguiam uma agenda mediática mais reactiva do que pró-activa. Raramente encontrámos nessas secções apresentadores ou coordenadores de programas de informação a explicar aquilo que faziam ou a problematizar questões que eventualmente determinados formatos ou práticas aí desenvolvidas levantavam. Por norma, as fontes de informação restringiam-se ao presidente do Conselho de Administração e aos directores de Programação e de Informação das estações de TV, interlocutores a quem a imprensa generalista reconhecia autoridade e legitimidade para falar sobre a oferta televisiva. Apesar de reconhecidamente insuficiente aos nossos propósitos, esse material que a imprensa generalista foi publicando ao longo destes anos era importante. “*Público*”, “*Diário de Notícias*”, “*Jornal de Notícias*” e “*Expresso*” foram títulos onde recolhemos artigos que referiam aspectos relacionados com a RTP, SIC e TVI²⁰⁶. Essa tarefa, aliás, também se integrava no projecto *Mediascópico*, coordenado pelo Prof. Manuel Pinto, de cuja equipa também fazemos parte, que procura criar uma base de dados que reflecta uma memória do campo dos *media*, incidindo particularmente sobre a realidade portuguesa – um trabalho feito a partir de textos de diferentes géneros jornalísticos publicados na imprensa. Na posse de algumas centenas de artigos que teriam de ser alvo de uma triagem, sentíamos que faltava (ainda) material que desse conta daquilo que era o discurso dos apresentadores sobre os respectivos programas. Encontrámos esses elementos, com assinalável grau de pormenor, nas revistas televisivas, nomeadamente na “*TV Guia*”, “*TV Mais*” e “*TV 7 Dias*”, três títulos que tinham a vantagem de pertencer a diferentes grupos económicos, o que

²⁰⁶ As edições do “*Público*” foram consultadas no próprio arquivo que o jornal possui no Porto. As edições dos restantes títulos foram consultadas na Biblioteca Pública de Braga, onde também tivemos a oportunidade de consultar todas as edições da “*TV Guia*”, “*TV Mais*” e “*TV 7 Dias*” publicadas entre 1993 e 2001. A partir dessa data, nós próprios possuíamos esses exemplares.

ressalvava eventuais interesses, no caso de a revista partilhar com determinado canal televisivo o mesmo grupo mediático²⁰⁷. Consultámos as edições destes três títulos publicadas entre 1993 e 2003 e fotocopiámos todos os artigos que, em forma de entrevista ou reportagem, incidiam sobre a informação televisiva da RTP1, SIC e TVI. Também percorremos as grelhas de programação publicadas nessas três revistas para retirar os temas e os convidados das emissões que integravam a nossa lista.

Se na primeira parte deste estudo utilizámos informação ano a ano, na segunda parte procedemos a uma selecção de conveniência, baseada nos seguintes motivos:

1993: é o primeiro ano em que o Panorama Audiovisual Português (PAP) tem, em regime aberto, duas estações privadas generalistas que coabitam com os dois canais públicos, um generalista e outro de minorias. A SIC aparece a 6 de Outubro de 1992; a TVI, a 20 de Fevereiro de 1993. Em Março, é assinado um Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão. A liderança das audiências é, com grande vantagem, da RTP1, como, aliás, não poderia deixar de ser para um canal que somava quase quatro décadas de existência. A nível político, o partido do governo é o PSD, que conta com uma maioria parlamentar.

1996: é o ano em que há uma nova maioria parlamentar suportada agora pelo PS e, é claro, um novo Governo que tem outra política para a comunicação social, nomeadamente para o sector audiovisual. A SIC passa a liderar as audiências. RTP e TVI debatem-se com uma crise financeira e com uma grande instabilidade interna.

1998: mantendo-se as características de 1996, a análise deste período permite avaliar o grau das mudanças ocorridas na programação televisiva num contexto similar. Refira-se ainda que, ao avançar dois anos, recairíamos em 1999, ano de eleições legislativas e foi nossa opção excluirmos do nosso trabalho períodos temporais que incluísse esse tipo de escrutínio eleitoral.

2001: a estreia do *Big Brother* em Setembro de 2000 na grelha da TVI modificou amplamente a oferta televisiva dos canais privados e arrastou, neste período, a liderança do horário nobre para o canal Quatro. Se inicialmente os responsáveis da SIC manifestaram grandes reservas em relação a esses novos *reality shows*, em 2001 torna-se manifesta uma espécie de acto de contrição, patente ao nível dos discursos, mas sobretudo nas opções feitas em horário nocturno. Até que ponto a aposta nesse tipo de entretenimento afecta a informação semanal? A análise de 2001 ajudar-nos-á a responder a essa questão.

2003: a nível político, há um novo Governo e uma nova política para o audiovisual, nomeadamente para o serviço público. A liderança das audiências oscila agora entre a SIC e a TVI. Neste período, os canais generalistas tinham feito várias experiências nas áreas dos novos *reality shows* (TVI e SIC) e nos *games shows* (RTP1). Algumas correram bem. Outras ficaram muito aquém das expectativas. De umas e de outras resultou uma profunda mudança na composição do horário nocturno.

²⁰⁷ A “*TV Guia*” era propriedade do Estado, que, por seu lado, tutelava a RTP. A “*TV Mais*” pertencia ao grupo Impresa, de Francisco Pinto Balsemão, que, por seu lado, detinha uma posição maioritária no capital da SIC; e a “*TV 7 Dias*” fazia parte do grupo Impala.

Detendo-nos nos anos 1993, 1996, 1998, 2001 e 2003, analisaremos, nessa segunda parte do nosso trabalho, os programas que tomam a realidade como referência e que se desenvolvem pela conversação em estúdio, emitidos com uma periodicidade semanal, na franja nocturna dos canais generalistas portugueses. A lista desses programas figura no Quadro 1. Tendo como objectivo conhecer os actores que ocuparam as cenas mediáticas e os assuntos que foram aí discutidos, a nossa opção será a de analisar todas as emissões de cada um deles.

Quadro 1: Programas estruturados pela conversação em estúdio

1993	1996	1998	2001	2003
<i>Marcha do Tempo</i>	<i>Prova Oral</i>	<i>Maria Elisa</i>	<i>Rosto da Notícia</i>	<i>Prós e Contras</i>
<i>De Caras</i>	<i>Maria Elisa</i>	<i>Grande Entrevista</i>	<i>Grande Informação</i>	<i>Hora Extra</i>
<i>Entrevista de M^a Elisa</i>	<i>Ligações Perigosas</i>	<i>Esta Semana</i>		<i>Bombástico</i>
<i>Conversa Afiada</i>	<i>Crossfire</i>	<i>Conversas Secretas</i>		<i>O Crime Não Compensa</i>
<i>Você é Excepcional</i>	<i>Esta Semana</i>			<i>Escândalos e Boatos</i>
<i>Raios e Coriscos</i>	<i>Conversas Secretas</i>			<i>Eu Confesso</i>
<i>Terça à Noite</i>	<i>Grande Plano</i>			
<i>Conta Corrente</i>	<i>Sem Reservas</i>			
<i>Sexo Forte</i>	<i>Pontos nos Is</i>			
<i>Referendo</i>	<i>Carlos Cruz</i>			
<i>Frontal</i>				
<i>Prova dos Nove</i>				
<i>Artur Albarran</i>				

Chegados aqui, solicitámos à (única) empresa de medição de audiência, a Marktest, as audiências dos programas de informação desses cinco anos que pretendíamos estudar em profundidade, incluindo aí não apenas os formatos que se desenvolviam exclusivamente pela conversação em estúdio, mas todos os outros que se integravam no campo da informação. Com esses dados, queríamos reunir elementos que possibilitassem averiguar melhor certas opções feitas ao nível da engenharia de programação (mudanças de horário, saídas de grelha...). Este tipo de solicitação só poderia ser feito depois de elaboradas as listagens de programas, na medida que a Marktest não segue uma classificação por géneros televisivos. Os dados cedidos resultavam de um pedido onde se mencionava já o programa acerca do qual pretendíamos obter dados audimétricos. Com os índices de audiências, muitas das emissões vinham acompanhadas dos respectivos temas e convidados, o que permitia apurar os elementos recolhidos na imprensa e nas revistas da especialidade onde a informação era dada *a priori*, enquanto na Marktest o registo era feito *a posteriori* da emissão, o que garantia uma maior fiabilidade.

Deste modo, tínhamos material suficiente para a primeira parte do nosso trabalho, mas faltavam ainda alguns dados para a segunda parte. Separados por nomes e datas/horário de emissão, nem todos os programas eram acompanhados pela identificação do tema discutido e respectivos convidados. A isso acrescia outra dificuldade: os elementos que recolhêramos na imprensa correspondiam a uma fase anterior à emissão, o que não garantia a fiabilidade exigida. Os dados que necessitávamos apenas poderiam ser obtidos nas estações de televisão. Contactados os arquivos da RTP, da SIC e da TVI, as respostas que aí obtivemos foram variadas: em alguns casos, facultaram-nos o acesso a uma documentação detalhada sobre as emissões ou a uma base informática de dados; noutros tivemos de fazer o pedido por escrito, citando o nome do programa e os dias de emissão, e esperar uma resposta também por escrito. Em qualquer caso, a receptividade às nossas solicitações foi sendo bastante positiva, tendo encontrado, em determinados momentos, a colaboração directa por parte de alguns profissionais que nos foram ajudando a reunir o material que procurávamos. Nesta fase, o sucesso da nossa pesquisa ficou em grande parte a dever-se ao facto de já estarmos na posse das datas das emissões e de grande parte dos respectivos temas e convidados, orientando-se a pesquisa mais no sentido da confirmação dos dados. Em alguns casos, deixaríamos mesmo material nosso nos arquivos por onde passámos.

Para além do material escrito, recorreremos várias vezes a contactos pessoais (directos, por telefone, por *e-mail*) com alguns jornalistas da RTP, da SIC e da TVI a fim de obtermos mais informação sobre determinado programa, ora porque os dados publicados na imprensa eram contraditórios, ora porque a mediatização de que foi alvo esse formato era demasiado escassa para os nossos propósitos.

A selecção do material a estudar passou, assim, por várias fases que aqui sintetizamos:

1 – Elaborar a lista das emissões de informação semanal, através da consulta de grelhas de programação publicadas na imprensa.

2 – Proceder à leitura de notícias, entrevistas e reportagens publicadas na imprensa que incidiam sobre os canais generalistas, a fim de encontrar os textos mais relevantes para apurar o contexto onde foi desenhada a programação informativa.

3 – Fazer uma selecção de conveniência para estudar os programas de informação semanal estruturados pela conversação em estúdio, procurando saber para cada emissão quem fala aí do quê.

4 – Listar as audiências da programação informativa semanal para perceber se a procura condiciona a oferta.

3.2. Discussão da escolha das fontes

Poderá um trabalho académico recorrer a artigos (noticiosos e de opinião) publicados em jornais e revistas de TV? Já referimos anteriormente que a escassez de dados nos “empurrou” até essas publicações, que viriam, no entanto, a revelar-se fontes de informação mais produtivas do que aquilo que porventura pensáramos. Comparando entrevistas feitas à mesma pessoa e publicadas em diferentes órgãos de comunicação num escasso intervalo de tempo, notámos reiteradamente que os entrevistados são (excessivamente?) comédidos nas declarações que fazem aos jornais, proferindo as afirmações mais surpreendentes, e decerto mais pertinentes, nas revistas de TV. Por exemplo, em duas dessas revistas, o mesmo jornalista que apresentava, à época, um programa de economia reconhece que aquele formato surgira na grelha com o objectivo de atrair novos anunciantes. Poder-se-á dizer que haverá uma inclinação por parte destas revistas pela busca de afirmações mais sensacionalistas, mais emotivas e de interpretação mais linear. Esses traços, e outros similares, constituem um risco para o investigador, mas há formas de os ultrapassar, como veremos, mais à frente.

Vários campos disciplinares – nomeadamente no domínio das Ciências Sociais – têm, nestes últimos anos, alargado o conceito de fonte de documentação e, conseqüentemente, explorado novas vias de informação. Citando Densin e Lincoln, que dividem a história da investigação qualitativa em cinco períodos, Jurgenson (2003: 23) sublinha a configuração de um “quinto momento”, o actual, em que persiste “a preocupação pela representação do eu”, mas com o surgimento de “novas epistemologias” que pressupõem outros métodos e também outras fontes. Nessa expansão de fronteiras, os conteúdos mediáticos vão ganhando cada vez mais espaço. Referindo-se à História, João Mendes (1989: 138) reconhece que “a exploração sistemática da imprensa tem-se processado com mais frequência nas últimas décadas”. Diversos teóricos que se detêm nas práticas e métodos de investigação em Ciências Sociais também consideram a imprensa e as revistas “fontes de informação de inegável alcance político, económico e social”, embora assinalem que a respectiva “credibilidade se revele por vezes flutuante” (Albarello *et al*, 1997: 23).

Aconselham os manuais de investigação a proceder a uma crítica de “autenticidade” e a uma outra de “credibilidade” (Mendes, 1989: 125-131) sobre os documentos utilizados enquanto fonte de informação. Na primeira parte do nosso trabalho empírico, seguiremos essencialmente artigos jornalísticos publicados na imprensa (generalista e da especialidade), documentos aprovados nas assembleias-gerais dos canais e dados apurados pela empresa de medição de audiências Marktest. O material que suscita maiores problemas serão os textos publicados nos jornais e revistas acerca dos quais poderemos levantar interrogações de diversa ordem: serão rigorosas as citações feitas aí, ou seja, corresponderão àquilo que, de facto, o interlocutor disse? Reportará aquele texto um acontecimento ou criará um meta-acontecimento que se esbateu em pouco tempo, sem ganhar assinalável significação? Aquilo que se escreve reflectirá o mais significativo daquilo que se passou? Será certamente difícil detectar as limitações dos textos que temos em mãos, mas a posse de

determinada informação – por exemplo, o tipo de concentração relativa ao grupo que detém a propriedade desse título, o estatuto editorial ou as secções que compõem essa publicação – ajudará a perceber a mediatização de certos assuntos. A leitura comparativa de artigos sobre o mesmo assunto será outro meio para descobrir certos silêncios ou detectar eventuais falhas (de agenda, de selecção de informação, de omissão/deturpação ao nível da escrita do texto). No caso dos jornais e revistas, o processo circular de informação faz com que facilmente os mesmos interlocutores sejam confrontados com os mesmos assuntos, o que nos facilita o trabalho. O manuseamento dos produtos mediáticos exige, pois, conhecimentos prévios acerca das dinâmicas subjacentes ao campo da informação que, estando muitas vezes latentes, configuram modos de fazer que não são estranhos à profissão. Ainda que complexo, este tipo de fonte apresenta a singularidade de nos aproximar de contextos de época que, à distância do tempo e do espaço, serão difíceis de reconstituir a partir dos discursos produzidos no presente. Raymond Lee (2003: 109) reforça essa tese, afirmando que “*os materiais da comunicação impressa que aparecem de uma forma regular são uma fonte útil para a exploração de tendências de longo prazo*”.

Algumas perspectivas sobre práticas e métodos de investigação em Ciências Sociais defendem a adopção de fontes e, conseqüentemente, técnicas de pesquisa mais activas (observação directa, entrevistas, inquéritos, experimentação em laboratório) para se descobrirem novos dados, o que – pensa-se – estaria vedado à pesquisa documental. Não é essa a nossa visão. Embora a sua vocação seja por natureza dar conta daquilo que já existe na medida em que se apresenta como um método de recolha de dados, um procedimento metódico de documentação pode suscitar novos dados empíricos ou, pelo menos, ser um coadjuvante fundamental de outras técnicas de investigação. Albarello *et al* (1997: 31) consideram que a pesquisa documental, em alguns casos, poderá fazer com que o investigador social prescindia de outras vias. E dão um exemplo: “*Imaginemos que encontramos uma série de jornais sobre o insucesso escolar editados por alunos (...) Desta vez será a pesquisa documental a fornecer-nos o material de estudo, não sendo necessário recorrermos à entrevista*”. Poder-se-á aplicar o mesmo princípio ao nosso trabalho.

Paralelamente a fontes documentais, recorreremos, sempre que pretendíamos esclarecimentos que os textos escritos se revelavam incapazes de fornecer, àquilo que podemos considerar “*informantes privilegiados*”, ou seja, interlocutores que, em graus diferenciados, participaram na produção da oferta televisiva em análise. António Firmino da Costa (1989: 139) sublinha os riscos inerentes a esta técnica de captação de acontecimentos, práticas e narrativas nestes termos: “*É necessário ter permanentemente em conta que são depoimentos elaborados através de sistemas de representação próprios do contexto social local e do lugar social específico dos indivíduos em causa*”. Ao confrontar-se com estes actores munido de uma informação detalhada sobre aquilo que interroga, o investigador coloca esse “*informante privilegiado*” no papel de esclarecedor de questões e não como autor de narrativas desconhecidas. Convém que esse confronto se faça num registo centrado no factual e não no impressivo.

4. Metodologias e técnicas de análise no estudo da TV

Num livro em que se propõem explorar as possíveis metodologias a seguir no estudo da TV, os italianos Francesco Casetti e Frederico di Chio (1999: 28-31) estabelecem cinco orientações para a investigação deste campo: o contexto, o texto, as características do *medium*, o espectador e o momento da recepção. No nosso caso, seguiremos de perto as duas primeiras, fazendo, no entanto, pequenos desvios relativamente àquilo que tais abordagens, à partida, impõem. A nossa aproximação à programação televisiva far-se-á através de uma perspectiva que encara os programas não enquanto *textos* no sentido estrito, mas enquanto *discursos*. Perspectivamos as emissões televisivas como *factos sociais*, ou melhor, como *elementos simbólicos* da realidade social que desenham, dentro do pequeno ecrã, uma espécie de ágora que condiciona a evolução do espaço público da sociedade contemporânea, mas que também é condicionada pelas alterações desse mesmo espaço. Será, pois, nessa análise que incidirá a segunda parte do estudo que faremos. A primeira parte procurará identificar aquilo que condiciona o desenho da grelha, que abre os programas a determinadas leituras e que confere significação à oferta televisiva. Esse co-texto, prévio às emissões, compõe-se de elementos de natureza diversa, nem sempre fáceis de identificar, na medida em que grande parte deles não se manifesta de forma visível. As orientações distintas de cada uma das partes do nosso trabalho implicam a adopção de diferentes metodologias.

São as realizações comunicativas inerentes à informação televisiva – nomeadamente a identificação desses programas, as razões por que surgem numa grelha e as propostas que lançam aos espectadores enquanto formatos – que nos interessa estudar em primeiro lugar. Como já afirmámos, o entendimento da TV como um espaço de debate e de questionamento da realidade passa também por analisar a semiótica que lhe é intrínseca, perspectivando esta enquanto teoria da significação que ultrapassa uma emissão em específico para se situar, antes de mais, a um nível superior que pode ser o da grelha onde se integra, o do género a que pertence ou da promessa de comunicação que se pretende estabelecer com os espectadores. Quando ligamos a televisão, o sentido do que vemos não se circunscreve àquilo que se transmite, mas ao(s) campo(s) em torno do(s) qual (ais) determinada programação actua, ou seja, ao contexto comunicativo. Neste sentido, pode dizer-se, juntamente com Casetti e di Chio, que “*a comunicação do texto já existe como hipótese no texto*” (1999: 282), não sendo este apenas “*o objecto que se comunica*”, mas também “*o território da comunicação*” (1999: 283). São exactamente marcas (de natureza diversa) deste último que encontramos nos textos publicados nos jornais generalistas e nas revistas de televisão entre 1993 e 2003 que têm como ângulo de noticiabilidade a oferta de televisão dos canais generalistas portugueses em geral e a programação informativa em particular. Aproximar-nos-emos desse material através de uma análise textual centrada em dois vectores:

- nos processos subjacentes à programação informativa,
- nas estruturas que compõem a informação televisiva.

Prescindido do estudo dos elementos linguísticos – que se situam longe do âmbito deste trabalho –, uma emissão, podendo ser explicada através da análise textual dos elementos que lhe são intrínsecos, terá uma outra dimensão daquilo que é quando pensada em função do canal onde se insere e da oferta das estações concorrentes e perspectivada de acordo com elementos intrínsecos aos formatos que integram uma grelha. Procura-se, assim, conhecer o texto a partir do seu contexto. Mais do que a descrição, buscaremos uma interpretação. Dados quantitativos seriam, neste âmbito, insuficientes. Não queremos medir quantitativamente temas, figuras ou ambientes. Se o nosso objectivo é salientar as razões da arquitectura de uma parte importante da grelha e as estratégias inerentes a essa programação, será inevitavelmente para dados qualitativos que orientaremos a nossa análise. O material que seleccionámos será, pois, encarado como uma estrutura, o que permite “*passar o inventário dos referentes da fonte para a análise do sistema de pensamento da fonte*” (Vala, 1989: 108). Eis algumas perguntas que nortearão a análise dos textos da imprensa:

- Quais são as expectativas que os responsáveis dos canais manifestam em relação às novidades que apresentam no campo da informação?
- Novos presidentes/novos directores provocam uma renovação da grelha?
- No caso afirmativo, em que contexto?
- Em momentos de crise económica, quais as estratégias a que se recorre mais?
- Que relação existirá entre níveis de audiências e iniciativas quanto às inovações na programação?

A segunda parte incidirá no estudo de formatos que se constituem como cenas privilegiadas de revitalização do espaço público contemporâneo: os programas de informação estruturados pela conversação em estúdio (grande-entrevista, debates e *talk shows*). Aproximar-nos-emos deles através da análise de conteúdo que procurará explorar algumas variáveis, avaliadas pelo grau de frequência. Este procedimento metodológico tem uma longa tradição dos estudos da comunicação, remontando aos anos 20, sendo utilizado pela teoria hipodérmica, considerada o primeiro esforço de reflexão sistemática sobre o processo de comunicação e respectivos efeitos no contexto social²⁰⁸. Nos últimos anos, vários investigadores que elegem a televisão como objecto de estudo têm desenvolvido os seus trabalhos segundo esta técnica de análise²⁰⁹, por vezes complementada com a análise textual ou com os contributos dos Estudos Culturais.

²⁰⁸ As teorias dos efeitos limitados e da persuasão também recorreram à análise de conteúdo cuja importância diminuiu com o surgimento da teoria dos usos e gratificações que veio introduzir outras técnicas, nomeadamente a entrevista. Nos anos 70 e 80, o texto volta a ocupar algum relevo, fazendo renascer o interesse pela análise de conteúdo, como atestam, por exemplo, os estudos do *Glasgow Media Group*.

²⁰⁹ Cf. *Inside Prime Time*, de Todd Gitlin (1983); os estudos da equipa coordenada por Patrick Charaudeau sobre os debates televisivos de âmbito cultural (1991); parte da análise de *talk shows* europeus feita pelas equipas do Centre d'Analyse du Discours da Universidade Paris XIII, do Centre de Recherche sur La Parole da Universidade Paris VIII; do Cercle d'Analisis del Discurs da Universidade Autònoma de Barcelona; e da Universidade de Bari (1999); os trabalhos de Sébastien Rouquette (2001), (2002) sobre os debates televisivos difundidos nos canais franceses, entre outros exemplos.

Mais apta a acolher dados quantitativos, a análise de conteúdo apresenta limitações – por exemplo, actua sobre unidades semânticas isoladas umas das outras, ignora as intenções do destinador do acto comunicativo, é incapaz de explicar a complexidade da comunicação televisiva –, mas também reúne virtualidades no estudo da informação televisiva. Se construirmos uma problemática consistente e bem articulada com um quadro teórico através do qual se definam variáveis que se orientem para aquilo que se pretende saber, este enfoque poderá ser bastante pertinente. Estamos conscientes de que a opção pela análise de conteúdo retira a possibilidade de explorar dados relativos aos processos de codificação e decodificação do emissor e destinatário, mas também não é nosso objectivo entrar no *texto* e explorar esquemas de leitura fixados por emissões específicas. Sendo nosso propósito conhecer *quem fala do quê?* nos *plateaux*, a análise de conteúdo engloba um conjunto de técnicas de investigação empírica adequada à nossa amostra. Será com dados quantitativos que trabalharemos nessa parte do nosso trabalho, mas a inventariação de temas e de perfis dos actores presentes nos respectivos *plateaux* será feita para, com os resultados obtidos, procedermos a um conjunto de inferências sobre essa oferta televisiva, o que implica passar de uma análise de ocorrência para uma análise estrutural. Essa interpretação dos dados quantitativos faz com que a análise de conteúdo vá além do cômputo de elementos recorrentes para articular os dados inventariados com quadros teóricos centrados nas problemáticas que se tomam como ponto de partida de qualquer trabalho empírico.

Face ao que já foi explicado, poderemos afirmar que o trabalho empírico se constituirá como resultado de uma análise associativa a ser construída através de métodos qualitativos (na primeira parte) e métodos quantitativos (na segunda parte). A primeira parte centrar-se-á, como já explicámos, numa investigação longitudinal que abrange um período que vai de 1993 a 2003, do qual nos aproximaremos através de um método essencialmente qualitativo aplicado a uma análise textual. A segunda parte circunscrever-se-á a uma investigação transversal ou de corte, em relação à qual utilizaremos predominantemente um método quantitativo aplicado a uma análise de conteúdo. Poderíamos discutir qual das duas direcções – a quantitativa ou a qualitativa – será mais adequada. Num artigo sobre esta problemática, Jorge Vala (1989: 103) afirma o seguinte:

“A quantificação é, sem dúvida, uma estratégia cheia de virtualidades, mas não há justificação para não reconhecer os sucessos das investigações de orientação qualitativa. O rigor não é exclusivo da quantificação, nem tão-pouco a quantificação garante por si a validade e a fidedignidade que se procura.”

Apresentando características específicas, estes dois tipos de investigação exigem posturas diferentes por parte do investigador. Steve Taylor e Robert Bogdan – citados por Jurgenson (2003: 23-27) – encontram nos métodos qualitativos dez traços distintivos, entre os quais sobressaem a natureza indutiva, a perspectiva holística e a valorização dos contextos. Uma investigação qualitativa não se preocupa em recolher dados para avaliar hipóteses ou modelos, mas para desenvolver conceitos. Isso implica uma certa flexibilidade no desenho da investigação, que está ausente no enfoque de natureza quantitativa. Também não há uma preocupação em construir variáveis que isolem determinados vectores. Todos os cenários e pessoas são alvo de estudo e considerados sob uma perspectiva global em relação à qual importa conhecer o marco de referência actual e o contexto passado.

Optando preferencialmente pelas análises textual e de conteúdo enquanto técnicas de tratamento de informação – a primeira desenvolvida através dos métodos qualitativos, a segunda orientada por métodos quantitativos –, não se pense que será para o registo descritivo que se norteará esse trabalho, mas para a interpretação do material que teremos em mãos, o que implica uma opção pela inferência cujos traços de significação serão articulados com as questões para as quais buscamos respostas. Quando o material se revelava insuficiente ou confuso, recorremos a contactos pontuais com coordenadores/apresentadores de programas de informação semanal para esclarecer um ou outro dado.

5. À procura do espaço social configurado nos *plateaux* informativos: um projecto de trabalho

Trabalhos empíricos desenvolvidos noutros países assinalam os *media*, nomeadamente a televisão, como lugar propício à reformulação da hierarquia social – um retrato que vem ao encontro das teses dos investigadores da Escola de Frankfurt, para quem, como já explicámos, os meios de comunicação social reproduziriam a lógica de dominação vigente na sociedade, neutralizando a capacidade crítica dos receptores. Em Portugal, não existem pesquisas sobre os intervenientes nos programas de informação semanal, nem acerca das temáticas que são aí privilegiadas. Um dos investigadores que mais atenção têm dado ao estudo do perfil daqueles que ocupam os *plateaux* televisivos das emissões de informação é Sébastien Rouquette. Na sua perspectiva, esse trabalho permite elaborar “*um rascunho da face valorizada da sociedade que conta simbolicamente*” (2001: 16). Sendo alvo de elogios e reparos, o paradigma do *agenda-setting*, quando aplicado ao audiovisual, sublinha o impacto que qualquer emissão televisiva tem junto da respectiva audiência. Por isso, para além de saber quem é chamado a falar, é igualmente importante conhecer do que se fala. Serão os *plateaux* dos programas de informação dos canais generalistas espaços abertos a todo o tipo de problemática ou circunscrever-se-iam a determinados assuntos? Muito crítico em relação ao audiovisual que, na sua opinião, uniformiza a realidade, Todd Gitlin (1983) assinala, no seu livro *Inside Prime-Time*, a influência da televisão não tanto no modo como pensamos, mas sobre aquilo que pensamos. Depois de analisar as grelhas de programação entre as 20h00 e as 23h00, o investigador norte-americano afirma que um programa de TV é valorizado na justa medida do seu potencial de venda aos anunciantes, cumprindo-se, assim, a lógica do mercado do sistema capitalista²¹⁰. Esta é uma constatação que impõe sérias reservas a um entendimento da televisão enquanto cena privilegiada da esfera pública contemporânea. A análise dos temas e dos convidados em destaque em programas que tomam a realidade como referência é um dos meios que permitem ponderar a vitalidade e pluralidade desse espaço público mediatizado.

5.1. Quem ocupa os *plateaux* televisivos?

²¹⁰ O caso do programa *Lou Grant* é paradigmático desta conjuntura. Apesar de apresentar temas interessantes e da sua concepção se revelar inteligente, os responsáveis da CBS retiraram-no da grelha, quando deram conta da respectiva queda das audiências.

Olhando o audiovisual como uma cena privilegiada do espaço público contemporâneo, é importante conhecer os actores que se movimentam nos palcos televisivos. Nos *plateaux* dos programas de informação, estarão sempre o(s) apresentador(es) e os seus convidados, podendo estes ser secundados por um painel-residente e por uma bancada destinada ao público-assistente. Interessa-nos conhecer a identidade profissional daquele a quem é entregue a condução do programa e o perfil daqueles que são interpelados a discutir determinada questão. Em relação ao painel-residente e ao público-assistente, eles serão alvo de referência, sem nos determos neles de forma particular. Por duas razões: por não ocuparem um lugar de relevo nas emissões que constituem a nossa amostra e porque o material que temos em mãos não permite avaliar de forma sistemática o papel que têm nas respectivas emissões.

A – O apresentador

Se os programas que iremos analisar se centram em questões diversificadas da realidade, seria de esperar que a respectiva emissão fosse conduzida preferencialmente por alguém com a carteira profissional de jornalista. Segundo o Estatuto da classe (Lei n.º 1/99, de 13 de Janeiro), “*são considerados jornalistas aqueles que, como ocupação principal, permanente e remunerada, exercem funções de pesquisa, recolha, selecção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação informativa pela imprensa, por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão electrónica*” (artigo n.º1).

A eles exigem-se deveres como (art. n.º 14):

- “*exercer a actividade com respeito pela ética profissional, informando com rigor e isenção*”;
- “*abster-se de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência*”;
- “*não tratar discriminadamente as pessoas*”;
- “*abster-se de recolher declarações que atinjam a dignidade das pessoas*”;
- “*não falsificar ou encenar situações com intuito de abusar da boa-fé do público*”.

Estes profissionais seriam um dos elementos que ajudariam o jornalismo a estruturar-se como campo social e a conferir às emissões televisivas um estatuto de informação. A opção de entregar a apresentação de um programa a um jornalista ou a alguém sem carteira profissional poderá ter subjacente o desenho de promessas de comunicação diferenciadas: uma mais vocacionada para a vertente informativa, a outra mais inclinada para a componente lúdica. É evidente que a análise do respectivo comportamento em estúdio – postura, gestos, trocas verbais... – fornecer-nos-ia elementos mais precisos para caracterizar a natureza desses programas, mas a identidade do apresentador e os papéis que ele pensa serem os seus são vectores que

nos aproximarmos daquilo que é construído na cena televisiva. Nesta variável que denominamos como *apresentador*, distinguiremos *jornalistas* de *não-jornalistas* e recorreremos a entrevistas publicadas na imprensa (generalista e especializada) para ponderar os papéis que eles reivindicam como seus.

B – Os convidados

Um espaço público igualitário, diversificado e acessível é algo que identificamos com uma democracia e que fazemos transitar para a televisão, actualmente um dos lugares mais expressivos da esfera pública. Para averiguar o grau de democraticidade das arenas colectivas construídas pelos programas que abrem os respectivos cenários para a conversação de temáticas diversas, é importante saber quem é chamado a tomar parte dessas discussões. Se a conversação televisiva é um momento privilegiado de observação das relações sociais, quais são os grupos mais visíveis mediaticamente? Os *plateaux* televisivos constituem-se como espaços abertos a todos ou operam como lugares cativos para uma elite? Há cidadãos mais legítimos do que outros? Com quem dialogam os jornalistas? Nessa selecção, a questão do género é relevante, ou seja, os homens sobrepõem-se às mulheres quanto ao direito de falar em público? Para responder a estas questões, que, na nossa perspectiva, contribuem para encontrar alguns traços da identidade do espaço social criado na informação semanal, dividiremos os convidados pelas seguintes categorias, distinguindo, no interior de cada uma delas, os homens das mulheres:

Convidados portugueses

- Políticos²¹¹
- Cargos/Responsáveis por Instituições
- Sindicalistas/Representantes de Associações
- Professores/Investigadores
- Juristas/Magistrados
- Jornalistas/Analistas
- Economistas/Empresários
- Médicos/Psicólogos
- Militares/Forças policiais/Protecção Civil
- Religiosos
- Técnicos
- Profissionais do sector produtivo/industrial
- Desportistas
- Actores das Indústrias Culturais

²¹¹ Esta categoria será subdividida em governantes, políticos PSD, políticos PS, políticos PCP, políticos PP, políticos outros e autarcas/candidatos a autarcas. Nos quadros, aparecerá apenas a categoria *políticos*, mas o nosso texto dará conta das especificidades.

- *Jet 7*
- Cidadão Comum
- Crianças/Jovens/estudantes
- Outros

Convidados estrangeiros

- Personalidades Internacionais

5.2. De que se fala nos *plateaux* de televisão?

Como explicámos anteriormente, a televisão procede a uma construção social da realidade e, através dessa mediação, aproxima-nos de universos próximos ou longínquos, podendo, de certa forma, alargar o nosso conhecimento da vida do mundo ou do mundo da vida. Porque têm a realidade como referente, os programas de informação, ou os formatos contíguos a esse campo, serão aqueles que reúnem, à partida, maiores potencialidades para dar múltiplas e pertinentes visões de variados assuntos. Mais centrados nos enunciados ou nas enunciações, cada formato será um momento propício à (re)construção de um mundo comum, constituindo-se, desde modo, como instâncias de produção de informação que iniciam as audiências em temáticas que interessa pensar e debater. Esta capacidade da TV para nos colocar diante de temas que suscitam a nossa mobilização (cognitiva ou emocional, cívica ou política...) é explicada por várias teorias que se detêm nos efeitos das mensagens de massas, nomeadamente pelo *agenda-setting*. A pergunta-chave neste contexto é, pois, a seguinte: o que as emissões debatem nos serões televisivos? Não pretendemos chegar a uma análise minuciosa dos assuntos abordados em cada uma delas, mas conhecer as áreas aí privilegiadas. Os programas temáticos facilitam o nosso trabalho, mas os debates, pela variedade de assuntos em discussão, exigem que se proceda a uma classificação dos tópicos escolhidos. Esse trabalho será feito com base em categorias que serão inseridas em quatro grupos: política, áreas estruturais, vida em sociedade e desenvolvimento/bem-estar pessoais. Os dois primeiros grupos formarão aquilo a que designaremos como *macro-temas* e dos dois últimos darão origem àquilo que chamaremos *micro-temas*. Explicamos sucintamente cada uma dessas categorias.

Grupo A: Política: tudo o que envolve a acção dos políticos.

Política de Estado: assuntos que envolvem o Governo, a Presidência da República ou a Assembleia da República.

Política partidária: actividade dos partidos políticos.

Política local: tudo o que se relaciona com as autarquias.

Política Internacional: assuntos relativos aos Governos/partidos políticos estrangeiros.

História Política: memória/passado que envolve (factos) políticos.

Grupo B: Áreas Estruturais: áreas em que assenta ou que fomenta a vida social.

Questões Internacionais: o que se passa no estrangeiro para lá da actuação dos Governos.

Macro-Economia: situação económica/financeira do país, decisões/conjuntura de grupos económicos inserem-se aqui.

Agricultura/Indústria: tudo o diz respeito aos sectores agrícola e industrial.

Questões regionais: questões intrínsecas a uma determinada região.

Educação: integra-se aqui tudo o que respeita qualquer grau de ensino.

Saúde: o que corre bem e o que corre mal no sistema de saúde, as doenças e os tratamentos.

Justiça: situações que envolvem a actuação dos tribunais.

Religião/Crenças: as manifestações de qualquer credo religioso ou que reflectem crenças de qualquer origem.

Manifestações Culturais: as artes, o património, a literatura, o cinema, a música... situam-se a este nível.

Ciência e Inovação: conhecimento científico e novas descobertas são os vectores estruturantes desta categoria.

Ambiente: o espaço que habitamos, a sua preservação, os atentados ao seu equilíbrio são tópicos a integrar aqui.

Media: assuntos respeitantes à conjuntura e ao funcionamento dos meios de comunicação social.

Grupo C: Vida em Sociedade: tópicos relacionados com a vida enquanto dinâmica colectiva.

Micro-Economia: o deve-haver da contabilidade diária dos portugueses.

Trabalho/Sindicatos: assuntos ligados ao mercado laboral ou relacionados com estruturas sindicais/associativas.

Casos de Polícia: assuntos que envolvem forças policiais ou que reivindicam a sua presença.

Problemas Sociais: o lado negativo da vida social: pobreza, fome, racismo...

Solidariedade: iniciativas que visam ajudar terceiros.

Emigração/Imigração: a vida dos portugueses que partem para outro país ou daqueles que chegam do estrangeiro.

Imagens de Portugal: o que pensamos do nosso país e o que os outros pensam de nós, como nos vemos e nos vêem...

Turismo/Gastronomia: o que temos para dar aos turistas: o património natural e cultural, incluindo a gastronomia.

Lazer: os passatempos, as férias... o que se faz para descontrair nos nossos tempos livres.

Desporto: tudo o que tem uma relação intrínseca com qualquer modalidade desportiva.

Grupo D: Desenvolvimento e bem-estar pessoais: temáticas intrínsecas à vida individual.

Infância e Juventude: questões intrínsecas à vida dos mais novos.

Sexualidade/Vida de casal: situações relacionadas com a vida entre duas pessoas, incluindo o relacionamento sexual.

(Des)equilíbrio pessoal: problemas que provocam uma ruptura ou que ajudam a uma vida equilibrada.

Terceira Idade: tudo o que diz respeito à vida dos mais velhos.

Questões de Género: problemáticas que afectam o homem ou a mulher enquanto género.

Moda/Beleza: a moda em qualquer sector e os cuidados com o nosso corpo.

Histórias de Vida: percursos singulares/individuais

Outros

6. Limitações e modos de articulação de um projecto de trabalho

O material de que dispomos não nos permite saber tudo aquilo que gostaríamos. Na primeira parte, poder-se-ia ir mais além e confrontar presidentes do Conselho de Administração, directores de Informação e responsáveis pelos programas informativos semanais dos canais generalistas com aquilo que disseram/fizeram para perceber melhor os constrangimentos, as limitações e os erros de certas opções. Esse trabalho implicaria outra metodologia e outros rumos de orientação. Também seria pertinente conhecer as causas de agendamento de certos temas. Porque se escolhe, em determinadas alturas, certos tópicos? Será porque essas problemáticas eram destacadas na imprensa? Será que faziam parte dos noticiários diários? Qual a direcção que tomavam esses assuntos no que aos meios de comunicação social diz respeito? Passariam da informação diária para a semanal? Ou seriam introduzidos na TV através da rádio ou da imprensa? Outro ponto a merecer desenvolvimento seria o dos convidados. De que forma os responsáveis dos programas de TV compunham os *plateaux* televisivos? Por vezes, as entrevistas publicadas na imprensa fornecem esclarecimentos a esse respeito, mas convinha que a explicação inerente a essa escolha resultasse de um trabalho apurado e sistemático que, no entanto, o nosso material não permite fazer. Poderíamos ainda analisar as estratégias de introdução dos convidados na conversação televisiva e os papéis que lhes eram atribuídos. Todavia, isso implicaria recorrer a um material em suporte vídeo que não utilizamos por não ser necessário aos propósitos do estudo que desenvolvemos.

Embora com limitações, pensamos, no entanto, que os elementos recolhidos possibilitam um projecto de trabalho articulado. O resultado desse estudo será apresentada no próximo capítulo que desenvolvemos em cinco pontos que, por seu lado, incidem nos seleccionados para analisar mais em profundidade: 1993, 1996, 1998, 2001 e 2003. Em cada um desses pontos, apresentamos outros cinco subpontos que se destinam a:

- definir o Panorama Audiovisual Português,
- caracterizar a programação dos canais generalistas
- explicar quem fala do quê nos *plateaux* televisivos dos programas de informação,
- fazer o balanço das tendências da informação semanal,
- focar os aspectos principais dos anos seguintes que antecedem o ano em destaque a seguir.

No Capítulo 8, destacaremos as audiências dos programas de informação e procuraremos, através dos números, perceber até que ponto as opções de programação foram influenciadas pelo audímetro. O Capítulo 9, recuperamos questões-chave que foram ressaltando ao longo do nosso estudo.

Capítulo 7: O espaço público que a informação semanal desenha

1. No centro de um espaço televisivo político

1.1. O Panorama Audiovisual Português (PAP) em 1993

Com a entrada em funcionamento da Quatro a partir de 20 de Fevereiro de 1993, completa-se o PAP no que diz respeito aos canais que operam em regime aberto. Neste primeiro ano de coabitação da TV pública/privada, a RTP sofre apenas uma ligeira diminuição das audiências. A SIC tenta estratégias de programação que abrem confronto com o canal generalista público, mas, apesar da sua grelha não conseguir reunir uma audimetria expressiva, este canal privado propõe alguns formatos inovadores.

O ano de 1993 é marcado pelo início das emissões do canal Quatro, a segunda estação privada, que é propriedade da Igreja Católica. Mesmo antes de entrar em funcionamento, esta estação privada lança uma oferta pública de acções, aumentando o seu capital de 2.5 milhões de contos para 5 milhões. No primeiro dia de emissões, o número de accionistas situa-se perto dos 13 mil. De entre eles, sobressai a Rádio Renascença (RR) que ocupa dois lugares no Conselho Geral da empresa. O presidente do Conselho de Administração (CA) do quarto canal diz que a RR “*é necessariamente ouvida em todas as decisões estratégicas*”. Apesar de sublinhar a existência de traços específicos – “*são meios de comunicação social diferentes (...) em ciclos distintos* –, Roberto Carneiro reconhece semelhanças entre as duas empresas: “*Partilham valores análogos. A visão humanista e cristã que as inspiram baseia-se na doutrina social da igreja*”²¹² (“Público”, 31 de Julho de 1993). Tal como a RR, a TVI nasce como uma identidade religiosa que se evidencia no logótipo em que o número “quatro” não serve apenas para assinalar o canal, mas também para marcar a conhecida Cruz de Cristo. Ainda que a ligação a instituições religiosas seja uma realidade, nota-se uma preocupação em traçar fronteiras entre a natureza dos accionistas e o projecto jornalístico a desenvolver. Embora reconhecendo que se irá prestar uma atenção àqueles que “*são movidos por ideias religiosos*”, o director-adjunto da Informação, Jorge Nuno Oliveira, garante que não se tratará de uma “*televisão de confessorário*”, mas, como aliás se lê na “*Carta de Princípios*” da estação²¹³, de um canal “*popular, centrado na família*” (“TV 7 Dias”, n.º 304, Janeiro de 1993). Todavia, a ligação à doutrina social da Igreja é

²¹² Num editorial que acompanha a transcrição da conversa com o presidente do CA da TVI, os jornalistas responsáveis por essa entrevista, Jorge Wemans e David Lopes Ramos, sublinham o facto de o discurso do entrevistado não fazer sobressair uma preocupação com a conquista do público: “*Fala mais de cultura, solidariedade e libertação do que de audiências, quotas de mercado, lucros*”. Talvez porque, como se acrescenta, “*sem o dizer, percebe-se que acredita que as razões que tornaram a RR um líder de audiência vão funcionar no 4º canal*”. Numa entrevista ao “Público” (30 de Janeiro de 1993), o director de Informação, António Rego, fala em estudos de mercado, através dos quais se procurou saber se os ouvintes da emissora radiofónica poderiam transitar para a sua estação televisiva e os resultados revelaram-se “*tranquilizadores*” para os responsáveis da nova estação.

²¹³ No PAP, a TVI é a única estação a elaborar uma “*Carta de Princípios*” que rege a sua actividade e a primeira televisão em Portugal a criar um Provedor do Cidadão Telespectador. Antes de iniciar as emissões, o Conselho Geral da empresa empossa Sousa Franco nessa função que se pretende desenvolvida com independência da direcção do canal. Esse tipo de mediação nunca foi concretizada.

clara e a atenção aos assuntos religiosos comprova-se, desde logo, ao ser criada, na redacção do canal Quatro, uma editoria específica para a religião.

Em situação de liderança de audiências e de mercado publicitário, a RTP é alvo de uma crítica permanente quanto ao cumprimento do serviço público a que está obrigada e para o qual recebe financiamento estatal através de *indenizações compensatórias*. O presidente do CA da TVI apoia-se nas “*regras do relacionamento do Estado com a RTP em matéria de serviço público*” e nas “*dotações de capital*” para dizer que essa situação pertence “*à fase da ditadura*”. Ao Governo pede que seja “*rigorosamente equitativo e equidistante de todos os operadores de televisão*” (“*Público*”, 31 de Julho de 1992). Baseando-se no Contrato de Concessão de Serviço Público assinado em Março de 1993, Roberto Carneiro defende que as obrigações de serviço público prescritas naquele documento poderiam ser feitas pela RTP ou pelo operador privado que oferecesse o melhor produto ao mais baixo preço (“*Diário de Notícias*”, 4 de Outubro de 1993). Por seu lado, a SIC critica a RTP pelo financiamento estatal, pela ausência de qualquer restrição ao nível da publicidade e pela programação que apresenta²¹⁴. O respectivo director de Programas e Informação argumenta que a TV pública portuguesa “*é a estação estatal europeia mais comercial e subsidiada*” (“*TV Mais*”, 2 de Outubro de 1993). Numa entrevista à edição de 30 de Setembro de 1993 do “*Se7e*”, o presidente do CA da SIC já tinha deixado as seguintes acusações: “*A RTP recebe este ano (1993) 7,1 milhões de contos por via do contrato (de concessão do serviço público) para, entre outras coisas, a TV2 dar no horário nobre artes plásticas, bailado, ópera. Em vez disso, está a dar novelas brasileiras*”²¹⁵. Parecendo ignorar as críticas de que era alvo o serviço público de televisão, os discursos dos responsáveis da RTP evidenciam entendimentos específicos em relação àquilo que julgam ser a natureza do Canal1 (que apresentam como “*popular*”) e a vocação da TV2 (mais centrada nas “*minorias*”). Esta distinção é, em parte, tributária da dependência que a empresa pública manifesta ter em relação ao mercado. Adriano Cerqueira, director da emissão da RTP, explica que o Canal1, recebendo maior investimento publicitário, “*tem de ter programas de grande audiência*”, devendo a respectiva informação “*ser agressiva*” enquanto na TV2 “*não há obrigatoriedade de mostrar todas as notícias do país, mas de dissecar o que de mais importante se passa em cada dia*” (“*TV Guia*”, n.º 747, Maio de 1993). Isto não significa que não se admitam excessos. Numa entrevista ao “*Expresso*” (24 de Julho de 1993), o presidente do CA da RTP, Freitas Cruz, reconhecia que “*se está a exagerar na informação-espectáculo*”, incluindo aí aquela difundida pelo serviço público de televisão: “*De vez em quando, a informação da RTP, seguindo a tendência dominante no nosso país, está a ceder à tentação fácil de um certo sensacionalismo*”.

²¹⁴ Por considerar aquele Contrato inconstitucional, a SIC, com base em dois pareceres de Freitas do Amaral, recorre, no quarto trimestre de 1993, aos tribunais (português e europeu), solicitando a anulação do mesmo (o que nunca foi conseguido).

²¹⁵ O director de Emissão da RTP, Adriano Cerqueira, diz que a integração do desporto na TV2 “*foi uma opção que, acima de tudo, teve em conta o interesse do espectador*” (“*TV Guia*”, n.º 747, Maio de 1993). Essa estratégia acolhe a receptividade do presidente do CA da RTP, que declara “*contestar frontalmente a alegação de que (o desporto) está mal colocado na RTP2*” (“*Expresso*”, 30 de Setembro de 1993). Freitas Cruz já não aceita do mesmo modo a engenharia de programação adoptada quanto às telenovelas, cujo número considera “*excessivo*” e cuja presença diz querer “*ver afastada da TV2*”.

1.2. A programação dos canais generalistas: “A RTP1 marca a cadência do audiovisual”

1.2.1. RTP: um serviço público como sinónimo de *TV popular*

Adoptando uma programação de confronto com os canais privados, os responsáveis da RTP reiteram um discurso que insiste em desligar as opções feitas de uma lógica concorrencial. Por outro lado, lembram que o serviço público se circunscreve a um conjunto de obrigações específicas fixadas num Contrato celebrado em Março de 1993 em que nada se dizia ao nível da oferta televisiva, dando-lhe, assim, espaço para uma engenharia de programação que rivalizasse com a das estações privadas. Foi isso que se fez. Por altura do aparecimento da SIC (Outubro de 1992), a RTP coloca no ar um *spot* em que da barriga de uma mulher nasce uma televisão. Não se trata de mera retórica. Um mês antes da entrada em funcionamento do primeiro canal privado, a TV pública apresenta uma grelha para a temporada de Outono/Inverno cheia de novos programas. Em entrevista ao “*Público*” (13 de Setembro de 1992), o director-coordenador de Programas e Informação da RTP diz que o orçamento previsto para esse ano destinado às áreas de informação e programação ronda os 16 milhões de contos, três milhões dos quais são para a informação e para o desporto²¹⁶. Ao contrário do director da SIC, que fala da sua programação em termos de “*confronto*” com a TV pública, José Eduardo Moniz assume um discurso que desvaloriza a concorrência, considerando que a televisão que dirige “*marca a cadência do audiovisual português*” a vários níveis: na informação assegura que a RTP define o modelo de fazer jornalismo em Portugal; no que diz respeito à produção portuguesa de ficção e às comédias, defende que os canais de serviço público “*foram praticamente os únicos*” a produzi-las; garantindo ainda que a RTP foi “*pioneira*” na área das comédias de situação (“*TV Guia*”, n.º 762, Setembro de 1993).

A despreocupação com os canais privados é mais teórica do que real. Em 1993, por altura do lançamento da Quatro, a RTP cria um *spot* auto-promocional em que proclama que é “*a televisão da Judite, da Manela, do Zé...*”. Este conceito de proximidade é uma forma de contra-ataque ao discurso da TVI, que se assume como um canal familiar e de valores humanistas. O próprio José Eduardo Moniz retoma essas referências em várias entrevistas. “*Queremos ser a televisão da família*”, afirma, em Setembro de 1993, à “*TV Guia*” (n.º 762). Outro exemplo: pouco tempo antes do aparecimento dos canais privados, as direcções do Canal1 e da TV2 são separadas. Na edição n.º 747 da “*TV Guia*” (Maio de 1993), Adriano Cerqueira, director de Emissão da RTP, refere-se a essa opção como “*um ensaio de concorrência*”. Outra das alterações diz respeito ao modo como se colocam no ar as grelhas de programação: em 1993 a RTP opta por não apresentar de uma só vez as novidades de Outono/Inverno, mas por as inserir gradualmente entre Setembro e Março, uma forma de impedir a contra-programação das privadas e de manter os telespectadores em permanente expectativa.

²¹⁶ A SIC arranca a 6 de Outubro de 1992 com um investimento inicial de seis milhões de contos, aumentado nos meses seguintes, porque, segundo o presidente do CA do canal, as receitas publicitárias ficaram aquém do esperado (“*Se7e*”, 30 de Setembro de 1993).

Embora os programas informativos continuem a ter um espaço assinalável nas grelhas da RTP, nomeadamente no Canal 1, em 1993 a aposta divide-se por três géneros: as telenovelas brasileiras, as *sitcoms* e os programas de “apanhados”. São eles que ocupam grande parte dos serões televisivos.

No que diz respeito à informação semanal, o Canal1 integra em período nocturno um número razoável de programas, mas grande parte deles caracteriza-se por uma periodicidade irregular. No primeiro semestre, estão no ar dois debates que alternam nos serões de 3.^a feira (*De Caras e Marcha do Tempo*), um programa de grande reportagem (*Repórteres*), um de desporto que mistura reportagens com entrevistas em estúdio (*Grande Área*), um *talk show* (*Conversa Afiada*) e uma espécie de magazine intitulado *Sexualidades*, da responsabilidade do psiquiatra Júlio Machado Vaz ²¹⁷. No segundo semestre, desaparecem *Marcha do Tempo*, *Grande Área*, *Conversa Afiada* e *Sexualidades*; e surgem ao sábado *Entrevista de Maria Elisa* e alternadamente à 5.^a feira *Raios e Coriscos* e *Você é Excepcional*, dois *talk shows*, apresentados por jornalistas (cf. Quadro 2).

1.2.2. SIC: o confronto com o Canal1

Apenas com três meses de existência, a SIC inicia o ano de 1993 com *shares* pouco expressivos, sendo ainda longo o caminho a percorrer para cumprir os objectivos traçados: alcançar a estação de maior audiência. Mesmo antes de iniciar as suas funções, a SIC assume uma estratégia de “confronto” com o Canal1, que Pinto Balsemão encara como o “*verdadeiro adversário*” (“*Público*”, 24 de Setembro de 1992). É também esse o entendimento do director de Informação e Programação que fala da estação generalista pública como uma “*concorrente*”, em relação à qual tece duras críticas. Assegurando que “*com menos duas horas de emissão (a SIC) produz mais informação do que o Canal 1 da RTP*”, Emídio Rangel garante que o jornalismo da sua televisão “*é muito mais credível*” e promotor de inovação. Um dos exemplos apontados é *Praça Pública*, um programa diário centrado em problemas locais ignorados pelas instituições competentes, que se mantém em antena até Fevereiro de 1996. Esta prioridade dada à informação foi uma das principais marcas do canal. Não certamente por acaso a inauguração das emissões foi feita, a 6 de Outubro de 1992, com um noticiário cujo *pivot* de lançamento da primeira notícia foi: “*Estudantes em luta contra as propinas*”. Estava dado o mote de um jornalismo interventivo, grande parte dele feito à revelia das fontes institucionais. É através deste posicionamento editorial irreverente em relação aos vários poderes (político, económico, social...) que se devem perspectivar emissões especiais como *Morrer em Évora* dedicada à

²¹⁷ *Sexualidades* teve um percurso acidentado na grelha da RTP. Em Abril passa para a TV2 e, meses depois, desaparece de antena. O seu coordenador e apresentador, o psiquiatra Júlio Machado Vaz, diz que todo esse processo “*foi uma desilusão*” (“*TV Mais*”, 29 de Julho de 1993).

polémica dos hemofílicos, *TAP: vida ou morte*, centrada na análise da situação da transportadora área; ou *Lei da Bomba*, onde se procurou debater o crime do padre Max²¹⁸.

Não deixando de privilegiar a informação, os responsáveis da programação adoptaram as novelas brasileiras como produtos estruturantes do horário nobre²¹⁹. Em Junho de 1993, o *Jornal da Noite* andou a reboque da programação estipulada para a produção da Globo *Renascer*, cedendo-lhe mesmo o espaço das 20h00²²⁰. Paralelamente a uma política de confronto concretizada através dos noticiários e das novelas, arrisca-se a compra de formatos que introduzem alguma inovação na oferta televisiva. Por exemplo, em Outubro de 1993, estreia *Chuva de Estrelas*, apresentado por Catarina Furtado, que veio a ser o programa da SIC mais visto do ano. Por esta altura, a estação de Carnaxide pôde contar ainda com Marina Mota e Teresa Guilherme, cujas transferências da RTP permitiram a emissão de conteúdos popularizados na TV pública: *Ora Bolas! Marina*, uma espécie de *remake* de *Marina, Marina*; e *O Resto é Conversa*, um *talk show* emitido no período da tarde conduzido por Teresa Guilherme, semelhante àquele que a apresentadora coordenara anteriormente com o título *O Chá das Cinco*. Em horário tardio, a SIC explora um filão ignorado nos outros canais: os programas eróticos²²¹.

No que diz respeito à informação semanal do primeiro semestre de 1993, a SIC tem no ar dois debates generalistas (*Terça à Noite* e *Conta Corrente*), dois *talk shows* de traço intimista (*Segredos* e *Sexo Forte*) e três programas de informação temática (*Os Donos da Bola*, *Internacional SIC* e *Tostões e Milhões*). Na grelha de Outono, desaparecem *Conta Corrente*, *Segredos* e *Sexo Forte* e estreiam *Casos de Polícia*, um programa que mistura reportagens com debate em estúdio; e *Conversas Curtas*, moderado pelo editor de política da SIC. Em Dezembro, a apresentadora de *Sexo Forte* surge com o *talk show* *O Pecado Mora Aqui*. Todos estes programas são apresentados por jornalistas, excepto *Segredos*, entregue à economista Helena Sacadura Cabral. Não é, porém, nos *talk shows* que a SIC se evidencia, mas em programas de debate e/ou reportagem que, ao contrário daquilo que acontece na RTP, cumprem uma periodicidade semanal e apresentam formatos que se constituem como micro-esferas públicas que, mais do que absorverem aquilo que lhes é exterior, são, acima de tudo, territórios que reconfiguram a realidade de que tratam (cf. Quadro 2).

²¹⁸ Ainda que os responsáveis pelo canal insistam em proclamar o investimento no campo da informação, convém não esquecer que se trata aqui de uma estação privada que visa o lucro. No dia da apresentação do canal às agências publicitárias, o director comercial da SIC afirma isto: “Seremos o que os senhores que estão nesta sala quiserem que sejamos” (“Público”, 6 de Outubro de 1992). Esta dependência do mercado é assumida pelo próprio presidente do CA da SIC, que, poucos dias antes do arranque da estação, diz ser “desejável começar as emissões, uma vez que este é o trimestre forte da publicidade” (“Público”, 24 de Setembro de 1992). E é reiterada pelo próprio director de Informação e Programas, para quem a concorrência com o Canal1 da RTP existe, “porque ele é o dono da audiência, é o líder da publicidade” (“Público”, 6 de Dezembro de 1992).

²¹⁹ Refira-se a promoção, feita em Novembro de 1992, à novela *De Corpo Alma* que desencadeou o primeiro grande confronto de contra-programação do Canal1 que, na noite de 15 de Novembro, antecipou inesperadamente a estreia da sua novela *Pedra sobre Pedra* a fim de desviar a atenção das audiências da SIC.

²²⁰ Depois de um tempo em que a tática foi a de “*telejornal contra telejornal e novela contra novela*”, a SIC optou por outra: “*telejornal contra novela*”. Mas isso não resultou em termos de audiências. Por isso, pouco tempo depois, regressaria ao confronto horário dentro do mesmo género de programas.

²²¹ Em Janeiro de 1993, a estação de Carnaxide integra na sua grelha *Água na Boca* que chega a ser um dos seus programas mais vistos e, em Fevereiro, estreia *Playboy*«. A estes dois programas, sucedem-se outros similares (*Diários Eróticos*, *Valentina* e *Diamantes*). Estas produções, adquiridas no estrangeiro, encontravam também ecos em programas produzidos pela própria estação, nomeadamente em *Encontros Imediatos* e *Na Cama Com*.

1.2.3. TVI: a influência das instituições religiosas

Uma televisão alternativa: esta é a ambição dos primeiros tempos da Quatro. Iniciando as emissões a 20 de Fevereiro de 1993²²², o canal está no ar 66 horas por semana²²³, 21 das quais com produção própria. No dia de abertura das emissões, o respectivo presidente do CA reafirma o seu projecto como “*uma televisão de valores, com uma clara orientação de personalismo humanista e cristão*” e garante que não se vai encetar “*uma corrida contra a RTP ou contra a SIC*” (“*Público*”, 20 de Fevereiro de 1993). No que diz respeito ao perfil do espectador-tipo, o director de Informação, António Rego, apresenta-o como “*popular*” (“*TV Guia*”, n.º 732, Fevereiro de 1993); o director de Programação, José Nuno Martins, acrescenta que “*é gente simples, de trabalho*” (“*TV Guia*”, n.º 748, Junho de 1993). É curioso notar o número de vezes que se reitera o conceito de “*TV popular*”, acreditando que, a partir daí, se poderia proporcionar uma oferta televisiva “*alternativa*”. Quanto à filosofia da estação, a “*família*” e o “*humanismo cristão*” são sempre referenciais de base, mas que não foram suficientemente fortes para sustentarem um canal que cedo começou a denunciar limitações financeiras. Quatro meses depois da primeira emissão, José Nuno Martins reconhece insuficiências ao nível dos “*recursos logísticos, tecnológicos, operacionais e até humanos*”, o que retira aos programas a qualidade necessária (“*TV Guia*”, n.º 748, Junho de 1993). Este discurso que acentua os constrangimentos orçamentais é assumido por Roberto Carneiro no primeiro dia de emissões: “*Se tivesse todo o dinheiro do mundo, garanto que não teria esta grelha – teria outra bastante diferente*” (“*Público*”, 20 de Fevereiro de 1993).

Ao contrário da SIC, que faz das novelas brasileiras uma aposta da tira diária do horário nobre, a TVI opta por uma novela portuguesa (*Telhados de Vidro*) e por outra venezuelana (*Lágrimas*). Paralelamente ao cinema, a oferta da estação centra-se em programas produzidos em Portugal²²⁴. A partir da temporada de Outono, nota-se alguma renovação, resultante essencialmente da entrada de dois profissionais da RTP: Manuel Luís Goucha, a quem se entrega a apresentação de *Momentos de Glória*, e Artur Albarran, que é colocado à frente de um debate semanal ao qual é dado o nome do jornalista. A estes dois programas juntam-se, na área do entretenimento, a telenovela brasileira *Rosa Baiana* (uma produção da TV Bandeirantes), uma outra venezuelana (*Topázio*) e o concurso *Queridos Inimigos*.

²²² As emissões da Quatro começam às 20 horas do dia 20 de Fevereiro, com um programa – narrado em *off* por Teresa Fernandes – em que se faz uma dramatização com uma família fictícia que, no ano 2003, ocupa os seus tempos livres a rever os momentos iniciais deste canal. Segue-se o espaço publicitário com 20 *spots*, no primeiro dos quais se vêem monges publicitando rebuçados peitorais. Este quadro idílico está longe de reter o essencial daquilo que viria a acontecer na Quatro.

²²³ A TVI começa com oito horas de emissão diária de 2.ª a 6.ª feira e 14 horas aos fins-de-semana. Na sua estrutura, conta com cerca de 230 funcionários.

²²⁴ *Cozido à Portuguesa, Fado, Fadinho, Cartas de Amor* são alguns dos programas semanais colocados em horário nobre. Outro destaque da estação é um concurso diário, marcadamente popular, *A Amiga Olga*.

No campo da informação, a TVI não sobressai no PAP. Convém não esquecer que a política editorial da Quatro se distancia do tom agressivo adoptado nos restantes canais²²⁵. Apesar de reconhecer que “*o espectáculo das emoções interessa*”, o director de Informação, António Rego, insiste em fazê-lo com “*as coisas bonitas que acontecem na vida*”, encarando o jornalismo da sua estação como “*exercício de convívio com os espectadores*” (“*TV Guia*”, n.º 732, Fevereiro de 1993). Antes da inauguração do canal, António Rego, em declarações à edição do “*Público*” de 30 de Janeiro de 1993, deixava as seguintes intenções:

“Vamos tentar descobrir ângulos complementares dos factos, pontos de vista desbloqueantes dos problemas. Não nos contentaremos com o espectáculo das situações. Não vamos ter nem uma linguagem nem uma óptica institucionais, não vamos estar dependentes apenas do último foguetório. Não me importo que a Quatro chegue um minuto atrasada aos acontecimentos, prefiro que narre de forma diferente aquilo que vir.”

Em termos de informação semanal, há um número razoável de programas que percorre (quase) todo o ano de 1993, embora com permanentes mudanças horárias. É o caso dos formatos de desporto que se repartem entre o futebol (*Prolongamento*), os desportos radicais (*Na Maior*) e as modalidades automóveis (*Quarta a Fundo* e *Telemotor*). Estas são, sobretudo, emissões feitas com um conjunto de peças noticiosas que dão conta dos principais acontecimentos da semana. No primeiro semestre do ano, salientam-se ainda um magazine que se centra numa figura do chamado *jet 7* (*Olhares*) e um formato voltado para as novidades do universo da informática, nomeadamente jogos electrónicos (*Janelas Virtuais*). O primeiro é apresentado por um corredor de automóveis; o segundo por jovens estudantes, evidenciando-se em ambos uma componente mais de entretenimento do que de informação²²⁶. No que diz respeito a debates, a Quatro coloca no ar *Referendo*, um programa feito em colaboração com a Universidade Católica e apresentado pela jornalista Graça Franco; e *Frontal*, um programa conduzido pelos jornalistas Paula Magalhães e Jorge Nuno Oliveira. Em Outubro, desaparecem da grelha estes dois últimos debates e *Olhares*, surgindo, por outro lado, um programa religioso apresentado pelo jesuíta Vaz Pinto (*Caixa de Perguntas*); uma emissão vocacionada para notícias regionais (*País Real*) e um debate (*Artur Albarran*). Este último programa provocará uma certa ruptura no tipo de jornalismo desenvolvido nesta estação. Concentrando grandes meios técnicos e humanos, *Artur Albarran* será um grande fórum de discussão de assuntos públicos, onde têm assento algumas dezenas de convidados e onde se perde em explicação detalhada dos temas o que se ganha na visibilidade de vários intervenientes. À sobriedade do estúdio, sucede um cenário colorido que se abre em múltiplas direcções.

Quadro 2: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 1993

²²⁵ A preocupação com a concorrência (quase) nunca é assumida pelos jornalistas da Quatro. “*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 maior rigor*”, afirma o director-adjunto de Informação Jorge Nuno Oliveira (“*TV 7 Dias*”, n.º 304, Janeiro de 1993).

²²⁶ Paulo Dimas, coordenador de *Janelas Virtuais*, assume precisamente isso ao afirmar que o programa pretende “*divertir e surpreender o espectador*” (“*TV Mais*”, 22 de Maio de 1993).

Programas	Canal	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<i>De Caras</i> ²²⁷	RTP	█	█	█	█	█	█			█	█	█	█
<i>Marcha do Tempo</i> ²²⁸	RTP	█	█	█	█	█	█						
<i>Entrevista de M^a Elisa</i>	RTP									█	█	█	█
<i>Repórteres</i> ²²⁹	RTP	█	█	█	█	█	█			█	█	█	█
<i>Grande Área</i>	RTP	█	█	█									
<i>Conversa Afiada</i>	RTP	█	█	█	█	█	█						
<i>Sexualidades</i>	RTP	█	█	█									
<i>Raios e Coriscos</i>	RTP									█	█	█	█
<i>Você é Excepcional</i>	RTP									█	█	█	█
<i>Conta Corrente</i>	SIC												
<i>Terça à Noite</i>	SIC												
<i>Conversas Curtas</i>	SIC												
<i>Os Donos da Bola</i>	SIC												
<i>Internacional SIC</i>	SIC												
<i>Tostões e Milhões</i>	SIC												
<i>Casos de Polícia</i>	SIC												
<i>Segredos</i>	SIC												
<i>Sexo Forte</i>	SIC												
<i>O Pecado Mora Aqui</i>													
<i>Referendo</i>	TVI		█	█	█	█	█						
<i>Frontal</i>	TVI			█	█	█	█						
<i>Prova dos Nove</i>	TVI										█	█	█
<i>Artur Albarran</i>	TVI										█	█	█
<i>Prolongamento</i>	TVI				█	█	█	█	█	█	█	█	█
<i>Telemotor</i>	TVI		█	█	█	█	█	█	█		█	█	█
<i>Quarta a Fundo</i>	TVI			█	█	█	█	█	█	█	█	█	█
<i>País Real</i>	TVI										█	█	█
<i>Olhares</i>	TVI		█	█	█	█	█						
<i>Na Maior</i>	TVI		█	█	█	█	█	█	█	█			
<i>Janelas Virtuais</i>	TVI			█	█	█	█	█	█				
<i>Caixa de Perguntas</i>	TVI										█	█	█

Fonte: Markttest

²²⁷ Periodicidade irregular.

²²⁸ Periodicidade irregular.

²²⁹ Periodicidade irregular.

1.3. Programas de informação: quem fala do quê nos *plateaux* televisivos

1.3.1. Uma informação estruturada e estruturante em relação ao espaço público

Não é na reconquista da rua que o espaço público das sociedades urbanas culturalmente heterogêneas e territorialmente dispersas se fortificará, ao contrário do que, por vezes, se defende²³⁰. Talvez seja difícil actualizar hoje este conceito num lugar de debate estruturado pelo prazer de falar em conjunto sem qualquer constrangimento, próximo da esfera da Publicidade desenhada por Jürgen Habermas. Mas podemos perspectivá-lo como espaço de circulação e de comunicação, sujeito a algumas limitações, mas, mesmo assim, suficientemente aberto para, pelo menos, chegar àqueles que manifestem interesse em conhecer aquilo que aí se passa. Deste ponto de vista, os debates televisivos dos canais generalistas afiguram-se como um dos pontos centrais do espaço público contemporâneo.

Sendo palcos por excelência de representação da realidade, os programas de informação são simultaneamente uma oportunidade para um redimensionamento do objecto de debate. É nessa circularidade que se percebe o condicionamento recíproco entre a sociedade e a televisão e que Mário Mesquita (2003: 117) explica assim: “*As relações sociais, políticas e económicas induzem representações mediáticas que, por sua vez, se repercutem na sociedade*”. Esta mútua influência é assinalada em vários trabalhos que elegem o audiovisual como objecto de estudo. Veja-se, por exemplo, a investigação desenvolvida por Teresa Velázquez (1992) sobre o relacionamento dos políticos com a televisão. Citando Mauro Wolf, a autora defende que “*a função primordial dos media é a construção da imagem da realidade social*” (1992: 23), apresentando os *plateaux* televisivos como um espaço ao mesmo tempo institucionalizado por práticas que lhes são exteriores e instituinte de novos contornos da realidade que absorve (1992: 109-119). Não é diferente a perspectiva de Noël Nel que, tomando os debates televisivos como uma espécie de “*laboratório da opinião*” (1990: 43), faz deles um momento estruturado e estruturante em relação àquilo que existe. São, na verdade, muitas as propostas que nos remetem para este diálogo. Reactualizamos aqui a visão de Louis Quéré sobre o espaço público por nos parecer aquela que, neste contexto, proporciona vectores de aproximação ao nosso objecto de estudo. Considerando o espaço público “*como forma*” e “*como acontecimento*”, o investigador francês (1995: 94-99) defende que esse espaço configura relações/práticas sociais que absorve do exterior (nível da forma) e que as faz emergir a uma visibilidade que lhes confere uma individualização (nível do acontecimento), ou seja, torna-se um produto das práticas que suscita, torna possível e/ou condiciona. Segundo Quéré, esse espaço público que se pretende vivo apenas se constituiu como tal através da tematização contínua das questões de que se ocupa. Dar forma e conferir o estatuto de acontecimento a alguma coisa implica saber de que estamos a falar (temas) e, antes disso, perceber que tipo de relação podemos estabelecer com a sociedade (mais pró-activo ou mais reactivo).

²³⁰ Num livro organizado por si sobre o espaço público contemporâneo, Isaac Joseph abre a obra com um artigo que intitula “*Reprendre la Rue*”. Na sua opinião, “*não há democracia mais durável do que a da rua, como espaço de reencontro com o estrangeiro, como espaço de co-presença não apenas com outrem, mas com cada um, testemunho e juiz da vulnerabilidade do laço social*” (1995: 34).

É para a procura dos temas e para o relacionamento que os formatos televisivos mantêm com a actualidade que orientaremos, neste ponto, a análise dos programas de debate e/ou entrevista que, em 1993, foram emitidos nas estações generalistas. No Canal 1, integram-se *De Caras*, *Marcha do Tempo* e *Entrevista de Maria Elisa*; na SIC, *Terça à Noite*, *Conta Corrente* e *Conversas Curtas*; na Quatro, *Referendo*, *Frontal* e *Artur Albarran*. Todos colocados num segmento considerado como horário nobre (antes da meia-noite). Alguns em sobreposição. Outros em alternância. Uns mais vocacionados para criar uma agenda mediática; outros mais seguidores de uma agenda pública.

É no *De Caras*, apresentado pelo director-coordenador de Programas e Informação da RTP, que os assuntos políticos mais se evidenciam. Em ano de eleições autárquicas, este programa integrou nos dois últimos meses do ano quatro debates consagrados aos municípios do Porto, de Lisboa e das respectivas zonas metropolitanas, reservando no primeiro semestre duas emissões para entrevistar os presidentes dos municípios de Lisboa e do Porto. A política governamental também foi privilegiada, notando-se aí uma linha editorial reactiva aos factos. Por exemplo, a 2 de Fevereiro, chama-se o ministro do Emprego e Segurança Social para falar do trabalho infantil ou do aumento da Função Pública, quando esses tópicos constavam já da agenda da Assembleia da República e dos sindicatos. Na verdade, *De Caras* foi mais uma espécie de fórum para debater o que já circulava na esfera pública do que uma oportunidade para aí introduzir novas questões. Mesmo nos (poucos) programas que consagrou a áreas fora do campo político, a postura da equipa de José Eduardo Moniz não se alterou. Por exemplo, a 16 de Fevereiro convida para o *plateau* o presidente do Conselho de Arbitragem para perceber “*o que se passa com a arbitragem portuguesa*”. Não é, pois, a novidade ou a estruturação de novos temas que *De Caras* constrói em cada uma das suas (irregulares) emissões, mas uma ampla sala de trabalho onde se interpelam as fontes oficiais do país perante uma vasta assembleia que está ali, sobretudo, para ouvir.

Alternando semanalmente com *De Caras*²³¹, *Marcha do Tempo*, conduzido por Maria Elisa, privilegia igualmente a política, mas, ao contrário do programa de José Eduardo Moniz, que a circunscreve ao plano nacional, neste debate a prioridade é dada à política internacional. No último programa (22/7), a jornalista desloca-se mesmo a Moçambique para aí entrevistar o presidente Joaquim Chissano e o líder da Renamo, Afonso Dlakhama. Trata-se aqui de uma excepção, já que não é com os protagonistas dos acontecimentos que *Marcha do Tempo* discute os temas internacionais, mas com políticos ou jornalistas portugueses²³², o que “des-localiza” o que é dito para dentro das nossas fronteiras. Dias antes do seu programa começar, Maria Elisa promete desenvolver as emissões numa linguagem simples e com um enquadramento acessível, sublinhando, no entanto, que alguns assuntos serão, “*de certo modo, elitistas*” (“*TV Mais*”, 1 de Fevereiro de 1993). Num primeiro momento foi isso que aconteceu, sobretudo devido aos

²³¹ Uma alternância nem sempre respeitada devido à inconstância dos debates da RTP.

²³² Por exemplo, para analisar a presidência de Bill Clinton, Maria Elisa convidou Vasco Pulido Valente e Vicente Jorge Silva (29/7).

interlocutores escolhidos para debater o “dinheiro” (pessoas ligadas à macro-economia) e a “ciência e conhecimento científico” (conceituados investigadores). A partir da terceira emissão (9/3), onde se fez uma retrospectiva da vida do Presidente da República Mário Soares, a linha editorial anunciada como um esforço para puxar temas de minorias (ligados a elites sociais) para o centro do espaço mediático esbate-se para dar lugar a temáticas que ocupam grande espaço na actualidade noticiosa, principalmente no plano internacional²³³. Pelo meio, Maria Elisa ainda fez alguns desvios do campo político. Apesar do número reduzido, foram programas que promoveram áreas sociais desligadas de uma agenda pública. Como quando se falou nos emigrantes de sucesso (6/4), na influência do Norte (18/5) ou na saúde que temos (15/6).

Na temporada de Outono, Maria Elisa conduz um espaço de entrevista a que dá o seu nome. A política nacional é aí o filão central, seguido de temas que se integram noutras áreas estruturais, como a macro-economia ou a cultura. As entrevistas com o toureiro Pedrito de Portugal (16/10) e com o piloto Pedro Lamy (12/11) fizeram a entrevistadora enveredar por áreas pouco frequentes a este género, introduzindo nelas uma acentuada noticiabilidade. Foram apenas duas emissões, mas, de certa forma, assinalaram a possibilidade de preencher uma grande-entrevista com actores que não integram as chamadas fontes oficiais que diariamente ocupavam o topo dos alinhamentos dos noticiários da TV pública, como constatámos num estudo que desenvolvemos sobre o *Telejornal* da RTP1 (Lopes, 1999).

Quadro 3: Temas dos debates e/ou grandes-entrevistas dos canais generalistas em 1993

Programas	Canal	Género	Temática			
			Macro-temas		Micro-temas	
			Política	Áreas Estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento/bem estar pessoais
<i>Marcha do Tempo</i>	RTP	Debate	6	4	2	1
<i>De Caras</i>	RTP	Debate	11	1	3	1
<i>Entrevista de Maria Elisa</i>	RTP	Entrevista	6	5	2	-
<i>Terça à Noite</i>	SIC	Debate	8	20	7	-
<i>Conta Corrente</i>	SIC	Entrev. + Debate	9	10	1	1
<i>Conversas Curtas</i>	SIC	Entrevista				
<i>Referendo</i>	Quatro	Debate	4	6	4	-
<i>Frontal</i>	Quatro	Entrev. + Debate	4	8	-	-
<i>Artur Albarran</i>	Quatro	Debate	6	1	3	-

²³³ Como a guerra entre o MPLA e a UNITA (16/3), a política europeia (4/5), as eleições legislativas em Espanha (1/6), a América de Clinton (29/6) ou o clima político agitado de Moçambique (22/7).

A SIC tem um número semelhante de debates que aparecem regularmente em antena, ao contrário daquilo que acontece na estação de serviço público. Outra diferença tem a ver com o tipo de relação que esses formatos estabelecem com a realidade. Mais do que seguir uma agenda pública, essas emissões de informação semanal constroem alinhamentos que condicionam frequentemente a actualidade. E se nesta fase há uma preferência por temas relacionados com a política ou com as áreas estruturais da sociedade, a aproximação a esses assuntos faz-se através de um tom crítico ou com convidados que assumem posições contundentes em relação àquilo que se discute.

“*Um espaço aberto àqueles que têm de prestar contas*”: é neste slogan que *Conta Corrente* encontra uma linha condutora que o orienta para a vida pública de um convidado que, em estúdio, se sujeita a uma contabilidade do “deve e haver”, promovida na primeira parte pela entrevistadora e, na segunda parte, por um convidado-surpresa que estabelece um contraditório mais acentuado do que aquele que era permitido à jornalista²³⁴. Para além das questões que estão na ordem do dia, Margarida Marante, que apresenta e coordena este programa da SIC, diz que a importância do entrevistado também se constitui como um *gatekeeper*²³⁵ (“*TV Mais*”, 8 de Fevereiro de 1993). Estes vectores constroem um formato orientado para temas de grande visibilidade e notoriedade públicas, não sendo, por isso, surpreendente que a política se constitua como o mote de grande parte dos programas. Reunindo o maior número de emissões, os temas que se concentraram em áreas estruturais da sociedade foram muitas vezes discutidos próximos do terreno político. Mais do que seguir uma agenda noticiosa, Margarida Marante procurou que os seus programas fossem momentos criadores de noticiabilidade: trouxe a estúdio temas incómodos a certos membros do Governo que, por vezes, se recusaram a participar no programa; antecipou discussões que ainda não tinham sido feitas publicamente; esteve atenta àqueles que abandonaram cargos ou foram nomeados para certas funções; relembrou polémicas esquecidas e ampliou as existentes. Com tudo isso, construiu um espaço estruturado, mas sobretudo estruturante da vida pública, nomeadamente no campo político. Se protagonistas de certos factos ou responsáveis por determinados trabalhos recusavam o convite de Margarida Marante, a jornalista ocupava a cadeira principal do seu programa com os interlocutores mais críticos do assunto em destaque. Por exemplo, a 18 de Fevereiro, elegeu-se como tema de debate a agricultura, numa altura em que os produtores se manifestavam, um pouco por todo o lado, contra a Política Agrícola Comum. Para discutir estas convulsões, pretendia-se o ministro português da Agricultura, que declinou o convite, sendo esse lugar preenchido por um deputado do partido da oposição, o socialista António Campos. Marante iniciou esse programa assim:

²³⁴ *Conta Corrente* era gravado horas antes da respectiva emissão. Não se perdia, assim, a possibilidade de recuperar factos do dia e confrontá-los com a versão do entrevistado, mas impossibilitava-se a participação directa do telespectador.

²³⁵ Algumas emissões foram pensadas a partir do nome dos convidados. Por exemplo, de Collor de Melo (14/1), de José Luís Judas (4/3), de Vítor Constâncio (25/3), de José Saramago (1/4) ou de Otelo Saraiva de Carvalho (6/5).

“O senhor ministro da Agricultura recusou o convite, sem outra explicação. Mas não é por o senhor Ministro da Agricultura recusar que os problemas da agricultura portuguesa se resolvem, são menos importantes ou menos actuais. Por isso, mantivemos a decisão de dedicar o programa de hoje aos agricultores e dirigimos convite ao Eng. António Campos, deputado do Partido Socialista que protagonizou, nestas últimas semanas, uma acesa polémica com o Governo e com a CAP a propósito da aplicação dos fundos comunitários.”

A mesma situação repetir-se-ia a 8 de Abril, quando se discutiu “o novo regulamento da Assembleia da República e o blackout dos jornalistas parlamentares”. Não tendo conseguido trazer a estúdio responsáveis parlamentares e governamentais do PSD para debater esta questão, *Conta Corrente* convidou um dos jornalistas com uma opinião mais radical contra esta iniciativa política: o director do jornal “*Público*”, Vicente Jorge Silva. Curiosamente quinze dias depois, o subsecretário de Estado Amândio de Oliveira aceita explicar a Margarida Marante o défice de 10 milhões de contos que a RTP acumulara no ano anterior e que, naquela semana, tinha sido noticiado na imprensa. Aos poucos, os políticos iam compreendendo que, na sua ausência, o programa se realizava com os críticos²³⁶. Das áreas estruturais, a jornalista Margarida Marante – formada também em Direito – privilegia a justiça, à qual faz diferentes aproximações, quase sempre contra a corrente. Por exemplo, a 25 de Fevereiro, discute-se o novo Código Penal que, dali a semanas, haveria de ser apresentado em Conselho de Ministros pelo titular da pasta da Justiça. Marante antecipa-se com um debate centrado no campo jurídico, convidando, para isso, Figueiredo Dias, presidente da Comissão de Reforma donde saiu a versão desse novo Código Penal. Ao introduzir o entrevistado, a jornalista afirma que “a elaboração deste Código não foi acompanhada de debate público”, acrescentando ser esse “carácter restrito e quase confidencial do trabalho da comissão a primeira das críticas que se pode fazer ao novo Código Penal”²³⁷. A 26 de Maio, recupera-se a discussão sobre a polémica lei anti-corrupção que decorria na Assembleia da República, mas, em vez de deputados, a jornalista opta pelo procurador-geral António Maximiano e pelo advogado José António Barreiros, juntando, assim, à discussão parlamentar o conflito latente entre magistrados e Polícia e entre poder político e poder judicial.

Conduzido por Miguel Sousa Tavares²³⁸, *Terça à Noite* confrontar-se-á, no primeiro semestre de 1993, com *De Caras e Marcha do Tempo* – um embate que a SIC procurou minimizar, preferindo salientar a idiossincrasia do seu formato²³⁹. Num país onde há, na perspectiva de Sousa Tavares, “pouca coragem para discutir certos temas e assumir divergências”, o objectivo era fazer “um verdadeiro debate de ideias”, partindo do seguinte pressuposto: “Ou o cavaquismo esgota a vontade de o país pensar, discutir, ter ideias; ou não esgota. E se não esgota”, acrescenta o jornalista, “há espaço para questionar” (“*TV Mais*”, 1 de

²³⁶ Não se pense que apenas o partido do Governo foi afectado por esta postura editorial. A 4 de Março, quando começa o 7.º Congresso da CGTP, Margarida Marante entrevista José Luís Judas, que se afastara daquela central sindical, depois de entregar uma carta de demissão onde se dizia vítima de um processo persecutório, numa alusão ao ajuste de contas da direcção do PCP, que não lhe terá perdoado a dissidência do partido. O convidado-surpresa era o PCP, que acabou por não se fazer representar. A emissão fez-se apenas com Judas, mas, na semana seguinte, Carlos Carvalhas aparecia diante da jornalista para a sua primeira entrevista televisiva na qualidade de secretário-geral do PCP, sendo aí confrontado com a questão que o seu partido recusara responder dias atrás.

²³⁷ Na segunda parte, o convidado-surpresa foi o juiz Orlando Afonso, do Conselho Superior da Magistratura.

²³⁸ Sousa Tavares havia declinado o convite da SIC para participar no *Jogo da Verdade*, o programa que antecedeu *Terça à Noite*.

²³⁹ José Eduardo Moniz também recusou assumir abertamente o confronto, mas Maria Elisa reconhece isso, considerando Miguel Sousa Tavares “um sério concorrente”, embora garanta preferir que “seja um jornalista com qualidade a estar do lado de lá”, na medida em que considera ser “esse tipo de concorrência” que a estimula (“*TV Mais*”, 1 de Fevereiro de 1993).

Fevereiro de 1993). Acredita-se nesta segunda hipótese, pretendendo-se fazer de *Terça à Noite* o motor de uma discussão que coloque em confronto diferentes opiniões sobre temas que se consideram pouco problematizados socialmente. “*Só os ignorantes não têm dúvidas. Só as ditaduras não debatem. Num regime aberto, num país inteligente, não há tabus, não há constrangimentos, não há medo de discordar*”, lia-se no anúncio do lançamento deste programa. Estas afirmações têm subjacente a vontade de promover uma esfera pública que privilegie os assuntos da *polis* e que contribua para redesenhar o espaço social. A ideia não é, de todo, gerar consensos, mas provocar uma discussão colectiva. O ecrã assemelha-se a uma espécie de agora pela amplitude dos debates e a um teatro pela carga dramática que encerra cada emissão.

Dos programas de informação semanal dos canais generalistas, o de Sousa Tavares é o que apresenta mais diversidade de temas. Porque foi o que mais tempo permaneceu em antena em 1993 e também o que mais se preocupou em trazer para o espaço mediático diferentes campos sociais, como se comprova no Quadro 3. A nível político, discutiram-se políticas governamentais, locais e partidárias. De âmbito nacional e internacional. No que diz respeito a áreas estruturais, evidenciaram-se assuntos macro-económicos (como o aproveitamento e aplicação dos fundos comunitários); falou-se da agricultura, abordaram-se questões educativas (as greves no Ensino Superior ou a formação dos alunos nos primeiros graus de ensino); focaram-se problemas da saúde (a negligência médica, a eutanásia, a SIDA); discutiram-se algumas dimensões da justiça (o novo Código Penal, a governamentalização da Justiça); abordou-se o poder da Igreja, entre outros tópicos. Relativamente à vida social perspectivada numa micro-dimensão, falou-se da relação dos cidadãos com a Polícia, da droga, do turismo algarvio, das coutadas turísticas e associativas, entre outros assuntos.

Nesse espaço público televisivo, participavam dois comentadores-residentes (Pacheco Pereira e António Barreto, militantes dos dois principais partidos políticos portugueses e com uma conhecida apetência por um vivaz debate argumentativo) e dois convidados em função do tema em debate, aos quais se juntavam testemunhos pontuais de pessoas que se sentavam numa parte marginal do estúdio (bancada). O programa arrancava com uma pergunta inicial²⁴⁰, à qual os telespectadores, através de uma chamada telefónica, podiam responder com um *sim* ou um *não*. Para António Barreto, “*a função mais importante do programa é deixar um dilema em cima da mesa dos cidadãos*”. No início da segunda série, Pacheco Pereira fazia um balanço positivo do programa cuja fórmula considerava “*inovadora*”, apesar de defender a necessidade de se evoluir na discussão dos temas (“*TV 7 Dias*”, n.º 343, Outubro de 1993)²⁴¹. Em termos de tópicos, não se nota diferenças substanciais nas duas séries de *Terça à Noite*. Em ambas se salientou o esforço por cumprir aquilo que os seus responsáveis haviam anunciado: criar um espaço de debate público, que trouxesse para estúdio temas da actualidade para os problematizar noutras dimensões, mas

²⁴⁰ Apontamos exemplos de perguntas que deram o mote a algumas emissões de *Terça à Noite*: “*Os políticos servem-se do futebol?*” (6/4); “*Há razões válidas para a contestação estudantil?*” (25/5); “*A imprensa tem poder a mais?*” (1/6).

²⁴¹ E se a inexistência de um leque amplo de pessoas com capacidade de intervir neste programa era considerado um problema, já a escolha dos assuntos a debater reflectia a situação inversa. Seleccionados pelo apresentador e pelos comentadores residentes, os temas cedo começaram a exceder o número de emissões previstas. No início da segunda série do programa, António Barreto dava conta de “*140 propostas para apenas 25 programas*” (“*TV 7 Dias*”, n.º 342, Outubro de 1993).

suficientemente autónomo para gerar discussões soltas da agenda pública. Conseguiu ser inovador não pelos temas tratados, mas sobretudo pelo tipo de interlocutores escolhidos, como explicaremos mais à frente.

Ao *Terça à Noite* junta-se, a partir de Outubro, *Conversas Curtas*, um programa apresentado pelo editor de política da SIC, Carneiro Jacinto, que reúne, no serão de domingo, quatro pessoas que, por qualquer motivo, foram notícia nos dias anteriores. “*O que se pretende é que o convidado venha ao programa e explique às pessoas o porquê de ter estado em evidência*”, diz o apresentador de *Conversas Curtas* (“*TV 7 Dias*”, n.º 338, Setembro de 1993). Subjacente a esta ideia de criar um formato onde se analise a actualidade noticiosa está aquilo que o jornalista considera terem sido as “*insuficiências*” da SIC na área de que é responsável: a política nacional²⁴². Não se pense, porém, que *Conversas Curtas* é um espaço exclusivamente político. Também o é, mas nele cabem muitos outros temas. Vários em cada emissão. Na estreia (3/10), Carneiro Jacinto, ao apresentar os seus convidados, lançava, juntamente com o *pivot* de abertura, a linha editorial do programa: um jornalismo irreverente face aos diferentes poderes; de balanço da semana; feito com fontes oficiais, especializadas e também com o cidadão comum de quem o apresentador diz esperar cartas sobre aquilo que se vai conversando semanalmente em estúdio:

“*Esta semana meteu-se água por todos os lados. Afinal a história do alumínio de Évora era só uma parte do reservatório. Agora que se sabe que, de norte a sul do país, há por aí muitas Évoras... resultado... mal a SIC pôs a nu o estado da água da nação, foi um ‘vê se te avias’.* Tudo o que era vasilhame disponível desapareceu num abrir e fechar de olhos e quem ficou a ganhar foi Sousa Sintra, mas, como ainda não há anedota, ficou tudo na mesma. Os responsáveis não tugeram nem mugiram. Para este primeiro programa, convidei o ministro da Educação, Couto dos Santos, por razões que diria quase óbvias (as propinas, o acesso ao Ensino Superior...); o ‘pai’ do primeiro satélite português, o professor Carvalho Rodrigues, para nos contar a aventura do Po-SAT1 lá em cima e cá em baixo; Magalhães Pereira, o advogado das pequenas e médias empresas que estão em conflito com a Expo’98; e o Coronel Rebocho Vaz, autor de um livro sobre a sua vivência como militar em África. É evidente que vocês que me acompanham aí em casa terão algo a dizer sobre esta e outras entrevistas, sobre o critério dos convites, as perguntas e respostas...”

Nas dez emissões que coordenou e apresentou em 1993, Carneiro Jacinto trouxe para *Conversas Curtas* tópicos que fizeram a actualidade da semana e também puxou para aí muitos outros que não tiveram grande destaque mediático. Nos primeiros, integraram-se essencialmente temas políticos enquadrados não só pelos protagonistas desses factos²⁴³, mas também por quem se pronunciou criticamente acerca deles²⁴⁴; nos segundos couberam variados assuntos²⁴⁵ para a discussão dos quais se convidaram interlocutores mediaticamente marginais. No último programa do ano, no rescaldo das eleições autárquicas, Carneiro

²⁴² Ainda que se enalteça com o facto de se ter conseguido fazer um “*grande espectáculo de informação sobre o ponto de vista da linguagem e da imagem*”, Carneiro Jacinto reconhece que, nos últimos meses, a sua equipa falhara no conteúdo da notícia: “*Fizeram-se coisas que, mesmo depois de bem espremidas, não tinham nenhuma notícia lá dentro*” (“*TV 7 Dias*”, n.º 338, Setembro de 1993).

²⁴³ Quando se falava na possibilidade de baixar o preço dos medicamentos, conversou-se com o ministro da Saúde para que este definisse aquilo que se iria fazer (21/11); na semana em que se votou o financiamento dos partidos, o presidente da Comissão de Direitos, Liberdades e Garantias (defensor dessa proposta) explicou o que ia mudar com a nova Lei (28/12).

²⁴⁴ Os planos do Governo para o sector das Telecomunicações foram discutidos com o antigo presidente da Marconi, que manifestou reservas sobre essas novas políticas (14/11); na semana em que Braga de Macedo abandona a pasta das Finanças convidou-se o presidente da CIP para fazer o balanço do trabalho desse político (5/12).

²⁴⁵ Um programa para incentivar doutoramentos (17/10), a Fórmula Indy Lights (24/10), cantores que interpretam canções no final do programa (Luís Represas a 7/11, Sérgio Godinho a 21/11); a ordenação de mulheres na Igreja Protestante portuguesa (5/12) foram assuntos que estruturam algumas *Conversas Curtas*.

Jacinto, depois de resumir aquilo que nos últimos dias marcara a actualidade dos partidos políticos, formula um desejo: “*Que 94 não seja tão mau como 93*”. A sua referência principal seria a política, um campo cuja agenda *Conversas Curtas* semanalmente foi integrando, devolvendo-lhe em troca um novo desenho dos assuntos que daí recebia. Como, aliás, aconteceu com *Conta Corrente e Terça à Noite*.

A informação semanal da TVI é mais reactiva. *Referendo*, apresentado pela jornalista Graça Franco, tem por base uma sondagem nacional feita pela Universidade Católica²⁴⁶, que se constitui como ponto de partida para o debate. Antes do início do programa, apenas a apresentadora tem conhecimento dos resultados do trabalho da UC²⁴⁷. Por haver a auscultação da opinião pública e por existirem comentadores fixos²⁴⁸, a comparação de *Referendo* com *Terça à Noite* da SIC é tentadora. Graça Franco rejeita-a, argumentando que a filosofia do seu programa é pensada para colocar no ar uma conversa amena, na qual se integra um leque de comentadores composto com base naquilo que se diz ser o “*princípio da especialização*” e não do “*antagonismo*”, que é, aliás, como vê o modelo do *Terça à Noite*, em que os dois comentadores residentes apresentam posições políticas e filosóficas opostas. A apresentadora de *Referendo* compara o formato de Sousa Tavares a um “*combate de boxe*” donde resultam vencedores e vencidos. Graça Franco, embora reconheça que as suas emissões nem sempre têm a vivacidade que se encontra na SIC, salienta outros aspectos do seu programa: “*Perde-se em espectáculo e ganha-se em pedagogia*”, argumentando que a sondagem apresentada é alvo de um tratamento prévio de dados, enquanto *Terça à Noite* recorre a chamadas telefónicas para auscultar directamente os telespectadores (“*TV Guia*” n.º 752, Julho de 1993).

É o quotidiano que *Referendo* procura destacar semanalmente, mesmo quando o tema se situa no plano político ou em áreas estruturais. Por exemplo, quando se discutiu a “*privatização da saúde em Portugal*” (25/3), juntaram-se no *plateau* políticos e médicos. Uns para explicarem o projecto-lei do Governo que previa a entrada dos privados nesse sector, outros para falarem das implicações que isso poderia ter na prestação dos cuidados básicos de saúde. Na emissão onde se destacou “*a agricultura*” (15/4), estiveram, para além dos dois comentadores residentes²⁴⁹, um engenheiro agrónomo e um agricultor²⁵⁰. Um dos traços mais salientes em *Referendo* relaciona-se com a preocupação em discutir valores, particularmente aqueles que se ligam à religião católica²⁵¹. Desprendido de uma agenda pública, embora não desligado da actualidade

²⁴⁶ A Universidade Católica é uma das accionistas da Quatro, com uma colaboração estreita na produção de *Referendo*.

²⁴⁷ “*Se os resultados fossem conhecidos com avanço, a análise posterior poderia ser demasiado fria e técnica. Preferimos esta abordagem para que o programa não se tornasse monótono*”, explica Graça Franco (“*TV Mais*”, 19 de Abril de 1993).

²⁴⁸ São quatro os comentadores do programa (Manuel Braga da Cruz, António Borges, Marcelo Rebelo de Sousa, Luís Valadares Tavares), em cada emissão participam apenas dois deles.

²⁴⁹ Nessa emissão, os comentadores foram o economista António Borges e o sociólogo Braga da Cruz.

²⁵⁰ A opção de arrastar a discussão para a vida quotidiana do cidadão comum foi feita em várias emissões. Por exemplo, o audiovisual foi perspectivado a partir da relação que os telespectadores mantêm com a TV (11/3); a situação em Moçambique analisada sob o ponto de vista da solidariedade dos portugueses em relação à fome que atravessa esse país (22/4).

²⁵¹ A 8 de Abril, Graça Franco construiu a emissão à volta da “*importância de Deus na vida de cada um*”; a 13 de Maio, trouxe a estúdio o tema das “*aparições de Fátima*”. Na semana anterior, havia sido destacada a “*reprodução medicamente assistida*”, a partir

noticiosa, este programa retoma temas conhecidos para os perspectivar em ligação estreita com vivências quotidianas. Nesse *plateau*, o telespectador não encontra um fórum de debate público, nem tão-pouco uma ágora. *Referendo* aproxima-se mais de uma espécie de sala-de-estar na qual uma família pode conversar acerca dos acontecimentos.

Nos três meses em que esteve no ar, *Frontal* prestou atenção a realidades regionais às escalas internacional e nacional. Pelo meio, ficou um número reduzido de emissões onde se falou de alguns sectores estruturais do nosso país: da economia (20/4), da agricultura (4/5) e da educação (16 de Junho). No plano internacional, o programa apresentado pelos jornalistas Paula Magalhães e Jorge Nuno Oliveira destacou Angola e Moçambique²⁵². Ao nível local, privilegiou-se a Região Norte que foi tema de três programas consecutivos²⁵³. Por apresentar temas de campos díspares e por permanecer pouco tempo em antena, *Frontal* não construiu uma identidade que lhe permitisse ocupar um lugar definido no espaço televisivo. Todavia, na parte final, ao explorar o local, introduziu na informação semanal um filão ausente dos outros canais e que viria a ser retomado na temporada de Outono com outro nome e a partir do género reportagem (*País Real*).

Ainda que não some um grande número de emissões, nem registe audiências expressivas, *Artur Albarran* foi o debate do canal Quatro que mais chamou a atenção em 1993. Por ser alvo de uma forte campanha publicitária²⁵⁴, por apresentar um amplo e colorido cenário que semanalmente se enchia de convidados, por envolver mais meios. Este debate contava ainda com um painel de 50 pessoas²⁵⁵ ao qual cabia aferir, de forma constante, as prestações do convidado central, do apresentador e dos restantes intervenientes na discussão. Se o apresentador promete trazer para a actualidade “*as preocupações que se entende estarem na ordem do dia*”, a direcção da Quatro pretende que este debate também contribua para fazer subir audiências (“*TV Guia*”, n.º 767, Outubro de 1993). A estreia do programa cede o estúdio ao secretário-geral do PS, António Guterres, que responde a questões levantadas por jornalistas, empresários, sindicalistas, políticos e comentadores, numa espécie de encenação de um “debate da nação” em cujo centro se coloca não o primeiro-ministro, mas o líder do principal partido da oposição. Embora a política ocupe a maior parte das emissões, *Artur Albarran* abre o *plateau* a temáticas que, até então, estariam excluídas deste género televisivo: as imagens que os ídolos têm do nosso país (22/10); o processo de selecção dos alinhamentos dos noticiários (12/11); e a vida dos futebolistas (25/11). Estes temas trazem para o debate

da seguinte questão: “*Acha bem que as pessoas que não podem ter filhos recorram à reprodução artificial?*”. Para além de três médicos, a discussão integrou Luís Archer, jesuíta e professor de Genética Molecular.

²⁵² *Frontal* dedicou três emissões a Angola para falar de “*direito humanos*” (30/3), “*armas químicas*” (6/4) e dos “*bastidores da guerra*” (13/4). Moçambique foi o tema da emissão de 2 de Junho sob o título “*a estrada incerta*”.

²⁵³ No primeiro, discutiu-se a política (11/5); no segundo, a economia (18/5); no terceiro, a religião (25/5).

²⁵⁴ Do anúncio que promovia o programa constava o seguinte texto: “*Artur Albarran é o novo programa da TVI. E tem tudo para conquistar a maioria: reportagens polémicas e profundas, debates, entrevistas. Albarran fala-lhe daquilo que lhe interessa, dando voz a todos os ângulos de cada problema*”.

²⁵⁵ Esse painel era considerado representativo da opinião pública nacional, tendo sido seleccionado por uma empresa especializada em estudos de opinião, a *Norma*, e actualizado conforme o tema da emissão.

televisivo um conjunto de convidados com grande popularidade junto da opinião pública, mas que habitualmente não participava nesse género televisivo. Paralelamente a emissões mais consensuais, *Artur Albarran* procurou também ter um papel activo na agenda política. Por exemplo, quando em plena crise da TAP e numa altura em que a Assembleia da República discutia um programa de habitação, trouxe a estúdio o ministro das Obras Públicas e Transportes para aí o confrontar com perguntas de interlocutores de instituições afectadas pelas políticas do respectivo Ministério (29/10). Ou então, quando o tema da emissão foi o seguinte: “*Camarate: acidente ou atentado?*” (5/11). Em Dezembro, este formato foi reservado a debates das eleições autárquicas que se circunscrevem aos candidatos aos municípios do Porto e Lisboa.

Pela linha editorial da estação deliberadamente distanciada das fontes oficiais, pelo formato dual escolhido para os programas, pela postura de antecipação aos factos e pela adopção de uma espécie de princípio do contraditório assumido pelos entrevistadores, são os debates da SIC que revelam mais vontade em influenciar o desenho do espaço público contemporâneo. Os debates e/ou entrevistas do Canal1 tendem a seguir uma agenda já pública, reflectindo aquilo que já é do domínio público. Na Quatro, o primeiro semestre do ano caracteriza-se por um certo posicionamento reactivo em relação aos acontecimentos, que é, de certo modo, invertido, a partir de Outubro, em *Artur Albarran*. Mais pró-activos ou reactivos, aqueles que, em determinado período, coabitam em antena acabam por ser influenciados uns pelos outros. Há temas que se repetem em programas de diferentes canais. Refira-se, por exemplo, a emissão do dia 16 de Fevereiro de 1993 de *Terça à Noite*, onde se discutiu a “*droga e os seus efeitos na sociedade*”, com defensores e opositores à legalização do consumo de estupefacientes. Este foi o início de um debate que a sociedade, particularmente a classe política, arrastou durante vários meses e que *De Caras* viria a recuperar na emissão de 26 de Outubro. Em termos temáticos, foi a política nacional que, em 1993, preencheu o maior número de debates nos três canais generalistas. Nos micros-espacos públicos que semanalmente se abriam nos *plateaux* dessas emissões, várias zonas sociais foram ignoradas em prol de uma tematização que privilegiava as políticas governamental e local (esta última por este ser um ano de eleições autárquicas). Como veremos mais à frente, esta opção teve uma ampla adesão das audiências, o que não terá sido, de todo, ignorado pelos responsáveis dos diferentes debates. Embora alguns desses jornalistas sublinhem uma certa independência da “ditadura do audímetro”, ninguém arriscaria insistir em temas que não reunissem índices audimétricos satisfatórios para o respectivo canal.

1.3.2. A ocupação do espaço televisivo pelas elites (políticas e profissionais)

Sendo um espaço estruturado e estruturante em relação à esfera pública contemporânea, os debates televisivos constituem uma oportunidade para perceber quem são as vozes com mais visibilidade, quando se trata de reflectir as questões que se consideram mais importantes em determinado momento. Quem tem aí direito à palavra? Haverá cidadãos mais legítimos do que outros? Num artigo que intitula “*Cidadania activa numa sociedade mediática*”, Adela Cortina (2004) sublinha que “*importa interrogar se os media se converteram em meios de controlo que impedem os cidadãos de serem protagonistas da sua própria vida*”.

Os políticos são, de longe, os mais presentes nos debates e nas entrevistas do canal de serviço público (cf. Quadro 4). Nos programas de Maria Elisa (*Marcha do Tempo* e *Entrevista de Maria Elisa*²⁵⁶), a maior representatividade pertence aos ministros e aos militantes do PSD (o partido que formava Governo). Em *De Caras*, há uma presença assinalável de sociais-democratas, mas são os autarcas e candidatos às autarquias que mais se salientam (47 dos 67 políticos)²⁵⁷. Os três debates/entrevistas do Canal1 privilegiam igualmente profissões com prestígio social – como professores universitários, juristas, médicos, economistas e altos quadros das Forças Armadas – notando-se, no interior de cada uma delas, uma certa diversidade. Os jornalistas, nomeadamente os de imprensa, são igualmente um grupo com alguma representatividade, mas com papéis particulares: auxiliar na função de entrevistador ou comentar o que é dito pelos convidados. Percebe-se, assim, a sua ausência na *Entrevista de Maria Elisa*. Os técnicos, os que trabalham no sector produtivo e os jovens não têm, em 1993, qualquer direito à palavra nos debates/entrevistas do Canal1. Os professores, os religiosos e o cidadão comum são grupos igualmente desvalorizados. Uma forma de contornar esse vazio social foi chamar para os *plateaux* sindicatos ou associações representativas dessas categorias. É do associativismo que *De Caras* retira pessoas que, de certa forma, representam o cidadão comum, como o António que, a 26 de Outubro, é convidado como membro da Associação de Famílias Anónimas. No entanto, mesmo a este nível, nota-se nos três programas do Canal1 uma preferência por sindicatos ou associações com grande visibilidade pública. Para falar de economia convida-se a CIP; para as questões laborais, a UGT e a CGTP; para o futebol, a Liga de Clubes ou um dos três principais clubes... Foi isso que fizeram Maria Elisa e José Eduardo Moniz. Com pontuais excepções: a primeira chamou para *Marcha do Tempo* de 6 de Abril António Silva, da Comunidade Portuguesa do Estado de S. Paulo; o segundo integrou no *De Caras* de 26 de Outubro membros do Patriarcho, dos Narcóticos Anónimos e da Associação de Famílias Anónimas. A estas pessoas foram solicitadas curtas intervenções, porque, neste período, os debates do canal generalista de serviço público estavam reservados às vozes oficiais do país, que se dividiam entre os políticos (que constituíam a maioria) e os especialistas.

²⁵⁶ Poucas semanas depois da estreia do seu programa, Maria Elisa afirmava o seguinte: “*Não quero reduzir-me ao mundo interessante, mas limitado, da política. Tenciono entrevistar escritores, cantores, actores, um toureiro, as pessoas mais diferentes, consoante a oportunidade. O meu objectivo é, acima de tudo, fazer com que as pessoas sintam que o programa tocou as suas vidas, os seus problemas*” (“*TV Guia*”, n.º 766, Outubro de 1993). Parte desse propósito ficou por cumprir, pois os políticos foram os mais assíduos na *Entrevista de Maria Elisa*.

²⁵⁷ *De Caras* dedica quatro emissões a essa discussão partidária que se circunscreve aos candidatos aos municípios de Lisboa (23/11), do Porto (25/11), da Grande Lisboa (2/12) e do Grande Porto (30/11).

Quadro 4: Perfil dos convidados dos debates e entrevistas dos canais generalistas em 1993

Programas	Políticos	Cargos	Prof. Invest	Juristas	Jornalistas	Econom. Empres.	Médic. Psic.	Militares	Religiosos	Sect. Prod.	Técnicos	Desportistas	Indústrias Cult.	Sind. Ass.	Cidadão Comum	Jovens	Pers. Internac.
<i>Marcha do Tempo</i>	12	1	8	-	7	6	2	-	-	-	-	3	3	6	1	-	4
<i>De Caras</i>	67	2	8	2	17	-	3	4	1	-	-	-	1	15	2	-	-
<i>Entrevista M.ª Elisa</i>	5	1	1	1	-	2	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-
<i>Terça à Noite</i>	16	6	8	5	7	3	4	3	2	-	-	-	-	14	1	2	2
<i>Conta Corrente</i>	15	4	2	5	3	1	-	2	1	-	-	-	1	3	-	-	1
<i>Conversas Curtas</i>	4	2	2	3	-	2	-	1	2	-	-	2	3	9	2	2	2
<i>Referendo</i>	11	3	5	1	4	2	8	3	2	1	1	-	1	7			
<i>Frontal</i>	10	2	3	-	-	1	-	1	8	-	-	-	4	9	-	-	6
<i>Artur Albarran</i>	17	-	5	1	21	1	1	4	1	-	-	14	5	7	-	-	-
Total	157	21	42	18	59	18	18	18	18	1	1	20	18	71	6	4	15

Na temporada da Primavera, os três canais generalistas adoptaram o serão de 3.^a feira para os debates. No Canal 1 alternam *Marcha do Tempo* e *De Caras*, na SIC emite-se *Terça à Noite* e na Quatro aposta-se em *Frontal*. Um problema inerente a esta estratégia de confronto relaciona-se com a diferenciação dos temas e, sobretudo, com a selecção dos convidados. Os apresentadores, por seu lado, continuam a pensar que nem todos podem ocupar os *plateaux* dos programas de informação. À semelhança dos seus colegas, Miguel Sousa Tavares defende que “*não há muitas pessoas em Portugal com nível para aguentarem um verdadeiro debate de televisão durante hora e meia*” (“*TV Guia*”, n.º 731, Fevereiro de 1993). Exercitando a discussão pública em vários palcos (Parlamento, comícios, conferências...), os políticos “aguentam”. Assim como aqueles que ocupam cargos públicos, dirigem sindicatos ou exercem profissões onde o discurso oral feito com fluidez e clareza é um meio fundamental de trabalho (como os advogados, os académicos ou os jornalistas). É, pois, com convidados destas áreas que a SIC faz os seus debates (cf. Quadro 4). Tal como o Canal 1. No entanto, há diferenças. Em *Terça à Noite* e em *Conta Corrente*, governantes e membros do partido que forma Governo não ultrapassam o número de representantes dos restantes partidos e, quando aí participam, estão enquadrados num formato que os submete a um confronto directo com alguém de posições contrárias às suas. No programa de Miguel Sousa Tavares, os dois convidados ocupam uma mesa que os coloca frente-a-frente; no de Margarida Marante, há um convidado-surpresa a quem é dada a segunda parte da emissão para exercer uma espécie de princípio do contraditório. *Conversas Curtas* não prevê este tipo de debate dual, já que o entrevistador fala à vez com cada um dos seus quatro convidados, ficando assim com a tarefa de exercer essa espécie de contraposição ao que é dito – papel que Carneiro Jacinto assume ao adoptar um registo crítico e mordaz em relação ao poder político²⁵⁸.

Ainda que o perfil dos convidados não seja muito diferente dos programas de informação do Canal 1, as emissões da SIC trouxeram para os *plateaux* figuras menos conhecidas de determinados grupos. *Terça à Noite* privilegiou, por exemplo, autarcas de municípios de média dimensão (como os de Portimão, de Oliveira do Hospital e de Castelo de Vide); pessoas que exerciam cargos com uma projecção pública reduzida, como o director da Escola de Fronteira e o presidente da Escola Secundária José Gomes Ferreira; representantes de associações de pequenos grupos, como a Federação Nacional de Caçadores, a Associação de Empresários para África, a Comissão de Pais da Escola de Fronteira²⁵⁹. Ao integrar este tipo de actores no seu programa, Miguel Sousa Tavares, para além de conferir notoriedade a esses convidados, puxou as margens para o centro do espaço público (mediático). Por seu lado, *Conversas Curtas*, vocacionado para fazer o balanço dos principais acontecimentos da semana, poderia ser propício a figuras de primeiro plano. Não foi isso que aconteceu. Carneiro Jacinto misturou em estúdio convidados que exerciam actividades de grande visibilidade pública – como ministros, deputados, presidentes de instituições de prestígio ou de

²⁵⁸ Por exemplo, na semana do debate do Orçamento de Estado, Carneiro Jacinto abre o seu programa nestes termos (21/11): “*Foi uma semana marcada por acontecimentos na área económica. Desde logo o Orçamento a que ninguém ligou nenhuma. Braga de Macedo esteve apático, longe da ironia de outros tempos; Cavaco cinzento; Guterres deu um safanão inconsequente; o CDS uma conferência paralela. Ninguém discutiu nada, o país ficou na mesma*”.

²⁵⁹ Referimos pessoas que ocuparam uma das duas mesas centrais do debate e não aquelas que se sentaram na bancada para dar o seu testemunho.

grandes associações – com outros menos conhecidos. Como Augusto Martins, refugiado do Cuíto; ou Miriam Valente, a primeira mulher a ser ordenada na Igreja Protestante portuguesa.

Na primeira metade de 1993, os debates do Canal Quatro fazem-se preferencialmente com políticos (de primeiro plano) e representantes de sindicatos e associações (com projecção pública reduzida) aos quais se juntam figuras pouco conhecidas, convidadas devido ao respectivo estatuto de especialistas. Tendo em conta a natureza dos accionistas desta estação, não será de estranhar que os *plateaux* registem uma presença significativa de pessoas ligadas à Universidade Católica e/ou que se assumem manifestamente como praticantes do catolicismo. Com a estreia de *Artur Albarran*, os intervenientes no debate tornam-se mais diversificados e, decerto, mais laicos.

Coabitando em antena sensivelmente no mesmo período, *Referendo* e *Frontal*, afastando-se ao nível dos temas em debate, não são muito diferentes na selecção dos convidados. Em ambos, se salienta a classe política, preferindo-se os partidos de direita e excluindo-se os do PCP. Se o Canal 1 opta por debater temas fora do campo político (como a educação, a saúde, a justiça...) com políticos, a Quatro insiste em discutir iniciativas legislativas do Governo misturando a classe política com especialistas da área em causa. Por exemplo, numa altura em que havia um Projecto-Lei do Governo que propunha uma maior intervenção do sector privado na prestação dos cuidados básicos de saúde, *Referendo* convidou o cirurgião Queiroz e Mello, o bastonário da Ordem dos Médicos, Santana Maia, e o ex-ministro da Saúde Carlos Macedo (25/3). A situação repetir-se-ia a 27 de Maio com a discussão de uma eventual despenalização da droga. Para além dos médicos, *Referendo* recorre bastante a académicos que se juntam a um painel fixo de convidados também formado por professores universitários (Braga da Cruz, António Borges, Marcelo Rebelo de Sousa e Luís Valadares Tavares). Se em *Referendo* se nota uma presença assinalável de convidados ligados à religião católica, isso torna-se mais visível em *Frontal*, que, no entanto, revela um certo despreendimento de critérios hierárquicos²⁶⁰. Colocados em horário nobre e discutindo temas transversais ao quotidiano, *Frontal* e *Referendo* não valorizaram o cidadão comum, como, aliás, os debates dos outros canais. Com uma excepção. Ao eleger como tema “*a agricultura*”, num tempo em que, por toda a Europa, se promoviam manifestações contra a Política Agrícola Comum, Graça Franco convidou para essa emissão um agricultor e um engenheiro agrónomo (15/4), centrando-se, desse modo, a discussão nos protagonistas daquilo de que se falava. Uma opção invulgar, pois, quando a temática estava ligada ao sector produtivo ou à vida quotidiana, optava-se por discuti-la com políticos e com especialistas. Por exemplo, no mês anterior, quando se procurou responder à pergunta “*os telespectadores acreditam na televisão?*”, chamou-se a estúdio o jornalista Joaquim Furtado e a presidente do Sindicato dos Jornalistas, Diana Andringa, dois interlocutores que se situavam no campo da produção mediática, embora talvez interessasse ouvir quem vê TV ou estuda a recepção das mensagens

²⁶⁰ No programa de Paula Magalhães e Jorge Nuno Oliveira, houve lugar para os bispos de Setúbal, de Leiria-Fátima e de Viana; para o director do Colégio Pio XII, de Braga; para o padre bracarense responsável pelo Projecto Homem; e também para o vigário da Igreja do Carmo; para o pároco do Marco de Canaveses; e para a irmã Adelaide.

televisivas. Graça Franco explica que a preferência pelos “*especialistas em vez dos protagonistas*” era uma estratégia que ia ao encontro do propósito de criar um “*debate sereno à imagem das conversas de café*”, o que comportava igualmente desvantagens. Uma delas, na sua opinião, foi “*não permitir que as pessoas fiquem a saber o que é que os protagonistas pensam de determinadas matérias*” (“*TV Guia*”, n.º 752, Julho de 1993).

Em Outubro de 1993, a TVI reformula os debates televisivos, criando um formato onde cabem algumas dezenas de pessoas, convidadas a pronunciar-se sobre um convidado central ou uma determinada temática. A gestão da palavra não é feita de forma equitativa entre todos aqueles que ocupam o espaçoso e colorido estúdio das emissões apresentadas por Artur Albarran, que empresta o nome ao programa. Uns falam mais do que outros e outros simplesmente assistem à conversa. À semelhança dos debates feitos em 1993 nos três canais generalistas, a classe política é a que reúne maior destaque em *Artur Albarran*, que, no entanto, não deixa aquele espaço hegemónico pelos partidos de direita, como acontecia até aí²⁶¹. Depois de discutir as políticas partidária e governamental, o programa – que por razões de doença de Artur Albarran é, nesse período, apresentado por Luís Marinho – reserva o mês de Dezembro para o debate em torno das eleições autárquicas. Embora os políticos e os representantes dos sindicatos e associações reúnam uma assinalável representatividade, *Artur Albarran* salienta-se por chamar para a conversa interlocutores que habitualmente não integravam este género de programa. Por exemplo, os cantores, os jornalistas de canais da concorrência²⁶² ou os futebolistas.

Se os políticos não são destacados na esfera pública habermasiana, o espaço público mediatizado configurado pelos debates televisivos emitidos em 1993 torna os respectivos *plateaux* cativos desses actores, solicitados até mesmo para falar de assuntos fora do seu âmbito de trabalho. Também os representantes de sindicatos e associações têm uma presença assinalável neste género de programas. Analisando os debates televisivos franceses emitidos entre 1958 e 2000, Sébastien Rouquette (2001: 192). nota igualmente uma preferência por esse grupo, justificada pelo académico através de uma pergunta retórica:

“Como ficar surpreendido com a utilização das redes associativas quando esta técnica garante aos olhos dos jornalistas um certo nível de conhecimento do actor sobre um assunto que o interessa, quando esta escolha responde ao critério tácito de cidadão interessado porque parte integrada?”

Certas profissões – nomeadamente os académicos, os juristas, os jornalistas e os médicos – são também bastante solicitadas, embora em menor número. Todos estes convidados cumprem uma função

²⁶¹ No primeiro programa, destaca-se o líder do PS, António Guterres, e chama-se a estúdio um conjunto de militantes do mesmo partido (15/10). A política voltaria a estar em destaque no último programa do mês com o ministro das Obras Públicas como convidado central, sendo aí confrontado com políticos de todos os partidos.

²⁶² Nem todos os jornalistas que participaram em *Artur Albarran* tiveram o mesmo papel. Alguns vieram a estúdio para auxiliar o apresentador na função de entrevistador, outros tiveram a tarefa de comentar o que era dito e outros ainda foram interpelados a falar do seu trabalho quando o tema do programa foi precisamente a televisão (12/11).

metonímica, na medida em que, independentemente do capital de visibilidade pública que apresentam, representam, acima de tudo, uma instituição ou grupo social.

Centrados em figuras públicas de primeiro plano (é o que faz o Canal1) ou em interlocutores menos conhecidos (é a opção da SIC e da Quatro), os debates dos canais televisivos colocam semanalmente nos *plateaux* convidados que se circunscrevem aos domínios político, associativo e a uma área de saber especializada e socialmente valorizada, o que significa que se representa aí apenas uma parte da sociedade. As profissões para as quais não se exige uma elevada formação académica (como os técnicos ou os profissionais do sector produtivo ou industrial) são desvalorizadas e o cidadão comum é ignorado. Se os debates televisivos excluem os portugueses médios das respectivas discussões, tornar-se-á difícil encarar esse género como um espaço democrático.

1.3.3. As margens sociais que os *talk shows* escutam

Em 1993, os *talk shows* emitidos em período nocturno têm, sobretudo, espaço nas grelhas do Canal 1 e da SIC. Com formatos diferentes, este género de programas apresenta um leque de convidados variado, privilegiando interlocutores subalternizados nos debates. Como o cidadão comum, os jovens, os actores das indústrias culturais, pessoas ligadas ao sector produtivo ou com uma profissão mais técnica (cf. Quadro 5).

É o quotidiano nas suas diversas vertentes – a crise no emprego, a pobreza, o Carnaval português ou a caça – e algumas áreas estruturais – como a educação, a justiça, a cultura ou o ambiente – aquilo que suscita mais atenção de *Conversa Afiada*, o único *talk show* em período nocturno que o canal público emite na primeira metade de 1993. Para falar destes temas, o jornalista Joaquim Letria chama predominantemente especialistas e representantes de sindicatos ou de associações ligados à área em destaque. Políticos e o cidadão comum não são interlocutores privilegiados. Na recta final do programa, Letria reconhecia que aquele formato surgira para “*prolongar a emissão* (do segmento tardio dos serões de domingo) *com outro tipo de publicidade*” (“*TV Guia*”, n.º 743, Maio de 1993) e que, por se dirigir a um público minoritário, era concebido como tal. Percebe-se, assim, que os convidados não sejam pessoas com grande projecção pública, embora o apresentador exija que essas personagens sejam “*interessantes*” (“*TV Mais*”, 8 de Fevereiro de 1993). Na temporada de Outono, este formato é substituído por dois que alternam nas noites de 5.ª feira: *Você é Excepcional* e *Raios e Coriscos*. O primeiro continua a ter a apresentação de Joaquim Letria, o segundo é conduzido pela jornalista Manuela Moura Guedes. Nestes, o cidadão comum adquire um protagonismo que os debates lhes negam, assumindo aí o papel essencialmente de *vítima* (de doença, de situações económicas débeis, de trabalho precário, de adultério, de condições de habitação precárias, de racismo...). Em *Você é Excepcional*, é coadjuvado por representantes de associações que, em estúdio, servem de apoio a esses rostos anónimos. Ajudar quem precisa é um dos fins desse formato, que apresenta, em cada emissão, uma conta bancária para a qual se solicita o contributo dos telespectadores²⁶³. *Raios e Coriscos* segue uma linha mais exuberante. Na estreia, falou-se do adultério; a seguir de bruxarias; depois de violência, de racismo, de novas igrejas e, na última emissão do ano, dos provocadores. Para Manuela Moura Guedes, “*o convidado acaba por definir a linha de todo o programa, apesar de o tema ser o prato principal*” (“*TV Guia*”, n.º 770, Novembro de 1993). Adoptando um registo informal e, até certo, ponto mordaz, a apresentadora contou com interlocutores que lhe garantiam entrevistas acaloradas: o convidado central era sempre uma figura pública que não estava ali pela sua ligação directa ao tema da emissão, mas por ser alguém de discurso polémico. A ele juntavam-se, noutra parte do estúdio, cidadãos comuns que relatavam experiências pessoais relacionadas com aquilo que se discutia nessa emissão. Na estreia, destacou-se o

²⁶³ Em entrevista à “*TV 7 Dias*”(n.º 340, Outubro de 1993), Joaquim Letria explica o que esteve na origem deste programa: “*Havia uma secção do ‘Diário Popular’ chamado ‘O Leitor é Formidável’. Os donativos dos leitores iam para os pobres; e pensei que isto podia funcionar em TV, já que este meio é cada vez mais interactivo. Foi essa a base deste projecto; claro que o Montepio percebeu a ideia e é um sponsor muito bom. Tive a preocupação de que o dinheiro que é dado pelas pessoas fosse para um bom sítio e que ele chegue ao destinatário*”.

adultério e a cadeira principal do *plateau* foi ocupada por Alberto João Jardim, presidente do Governo Regional da Madeira. Questionada sobre as fronteiras que o seu estatuto de jornalista delimita e que este formato poderia ultrapassar, sobretudo pelo tipo de testemunho que os convidados eram chamados a dar, Manuela Moura Guedes responde assim: “As pessoas não se devem preocupar em saber se aquilo é informação ou não. Devem preocupar-se em saber se as coisas são sérias, honestas, se tratamos os temas como devemos tratar” (“TV Guia”, n.º 770, Novembro de 1993).

Quadro 5: Perfil dos convidados dos talk shows dos canais generalistas em 1993

Programas	Políticos	Cargos	Profs Investigadores	Juristas	Jornalistas	Econ. Empregados	Médicos/ Psicólogos	Militares	Religiosos	Sector Produtivo	Técnicos	Indus Culturais	Jet 7	Sind Associações	Cidadão Comum	Jovens	Person. Internacionais
<i>Conversa Afiada</i>	5	5	8	2	7	2	6	1	-	2	2	4	-	9	2	4	-
<i>Você É Excepcional</i>	-	1	-	1	2	2	1	4	2	-	1	-	-	6	5	1	-
<i>Raios e Coriscos</i>	1	2	2	-	3	1	1	2	5	-	-	6	-	3	13	1	-
<i>Sexo Forte</i>	-	1	2	3	-	3	3	-	2	2	2	5	1	4	10	2	1
<i>Segredos</i>	1	1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	6	-	-	-	-	-
<i>Olhares</i>	-	-	-	1	-	5	-	-	-	-	-	-	3	1	-	-	-
<i>Caixa Perguntas</i>	1	-	2	-	-	-	3	-	1	-	-	-	-	2	-	-	-
Total	8	10	14	7	14	13	14	6	10		5	21	4	25	30	8	

Na SIC, *Segredos* e *Sexo Forte* são *talk shows* de traço intimista. É, sobretudo, a personalidade da pessoa que tem determinada profissão que as apresentadoras – a economista Helena Sacadura Cabral e a jornalista Paula Moura Pinheiro, respectivamente – procuram nas entrevistas que fazem. Enquanto *Segredos* é uma espécie de confessional de convidados conhecidos da opinião pública, *Sexo Forte* é um espaço para mulheres que surpreendem por percursos que poderiam ser também os nossos. Percebe-se, assim, que no primeiro se valorizam actores das indústrias culturais e no outro, o cidadão comum. É o formato de Paula Moura Pinheiro que introduz no PAP alguma originalidade. A começar pelo título²⁶⁴. Em *Sexo Forte* poderíamos ser tentados a ver um clone de *Sexualidade*, o programa que o Canal1 tinha no ar nas noites de 5.ª feira apresentado pelo psiquiatra Júlio Machado Vaz²⁶⁵. Se há alguma consonância entre ambos, ela evidencia-se ao nível do título. Olhando para dentro das respectivas emissões, os conteúdos eram diferentes. Apesar de ambos os apresentadores terem optado por um registo intimista, o primeiro procurava discutir temas ligados à vida sexual do ponto de vista sócio-biológico, a segunda colocava no centro das emissões percursos de vida de mulheres que se distinguem por não integrarem estereótipos. A autora e apresentadora

²⁶⁴ A autora e apresentadora do programa explica a escolha do título do programa assim: “É tão difícil chamar a atenção das pessoas que achei que, quanto mais não fosse por animosidade, iam ver. E confiei que os ia seduzir e fazê-los ficar. Mas não quero dizer que as mulheres é que são o sexo forte e sim que também são um sexo forte” (“TV Mais”, 15 de Março de 1993).

²⁶⁵ Por não ser jornalístico, excluímos *Sexualidades* dos programas de informação.

do programa explica que a ideia para o formato lhe surgira de uma secção da revista “*Marie Claire*” reservada a histórias na primeira pessoa do singular e que tinha grande sucesso junto das respectivas leitoras (“*TV Guia*”, n.º 744, Maio de 1993). Ao contrário de *Sexualidades* que em Abril desaparece do canal generalista, *Sexo Forte* permanece em antena até Julho. Os convidados não são pessoas com grande projecção pública, nem os temas integram, à partida, a actualidade noticiosa diária. Pelo contrário. É nas margens da sociedade que este programa recupera assuntos aos quais dá visibilidade mediática e sobre os quais se pretende incentivar a discussão pública. Foi sempre assim nesses sete meses de emissões, em que Paula Moura Pinheiro entrevistou mulheres que não fizeram nada de extraordinário, mas que apresentam percursos singulares: uma mulher com 10 filhos (10/3); uma invisual professora do ensino secundário (17/3); uma mulher que deixou a carreira de engenheira agrónoma para se dedicar às danças de salão (24/3); uma outra que vive junto da comunidade cigana (14/4); uma pescadora (28/6). Mulheres singulares. Que a apresentadora diz não poderem ser estigmatizados por isso: “*Nem a menina que escolheu participar num programa que mostra rabos como ‘Água na Boca’, nem a freira, nem a burguesa que calçou pantufas e vive em frente à TV*” (“*TV Mais*”, 15 de Março de 1993). Considerando Portugal “*um país muito cinzento*” onde “*só se levam ministros à televisão*”, a apresentadora de *Sexo Forte* diz que irá “*tentar mudar isso um pouco*”, argumentando que, “*por vezes, as pessoas ‘vulgares’ têm histórias curiosas e interessantes*” (“*TV 7 Dias*”, n.º 303, Janeiro de 1993). O processo de selecção de convidados é particular. Paula Moura Pinheiro explica-o assim: (“*TV Guia*”, n.º 744, Maio de 1993):

“*Comecei por elaborar uma lista de dezenas de pessoas, desconhecidas do grande público que eu imaginava que deviam existir. Pensei, por exemplo, que devia existir uma mulher com o perfil próximo de Cousteau. Fomos à procura e através da nossa realizadora apareceu-nos uma mulher que é tão ou mais interessante do que Cousteau. Trata-se de uma arqueóloga subaquática.*”

A Quatro não aposta em *talk shows*. A acompanhar o início das emissões, apareceu *Olhares*, um programa apresentado por Nicha Cabral, um corredor de automóveis, que pretendia, em cada emissão, destacar uma personalidade, mostrando os ambientes pelos quais circulava. Os convidados pertenciam predominantemente a classes com prestígio económico ou social, embora fossem rostos desconhecidos do grande público. O programa não conseguiu um espaço destacável: um mês após a estreia muda de dia e de horário e, ao fim de três meses, desaparece da grelha. Longe destes ambientes de *glamour*, surge, a 10 de Outubro, *Caixa de Perguntas* que procurou ser um espaço de conversas sobre temas ligados à religião católica. Apresentado pelo jesuíta Vaz Pinto, este programa produzido pelo Centro Universitário Padre António Vieira não trouxe muitos religiosos a estúdio. Apostou, sobretudo, em convidados com carreiras profissionais noutros campos – nomeadamente nas Ciências da Saúde e Ciências Sociais – mas comprometidos com a fé católica. Nesta fase, o cidadão comum fica excluído deste tipo de programa.

Ao contrário da Quatro, Canal1 e SIC alargam os seus *talk shows* ao cidadão comum. Poder-se-ia ver aí uma democratização do espaço público ou um deslizamento para a esfera privada. Serão estas conclusões

que requerem prudência. No Canal1, *Você é Excepcional* ou *Raios e Coriscos* colocam esses interlocutores anónimos nas margens da cena mediática, reservando-se a centralidade a associações benfeitoras (no primeiro) ou a personalidades públicas (no segundo). Na SIC, *Segredos* faz-se com personalidades de universos social e economicamente privilegiados; *Sexo Forte* destaca rostos desconhecidos que correspondem a perfis profissionais ou a percursos de vida previamente procurados pela apresentadora. A assunção em público de uma palavra que reflecte o espaço do vivido está longe da construção de um verbo terapêutico ou de uma confissão catódica através da qual se pretende (re)descobrir um percurso de vida ou restabelecer laços com terceiros.

Trata-se, acima de tudo, de programas que põem em cena depoimentos que se querem apresentados num registo de autenticidade e que remetem para esferas públicas situadas nas margens da sociedade. É com esse insólito, invulgar ou singular que se constrói um espaço que é também de espectáculo televisivo através do qual se pensa atrair o interesse do público. Percebe-se, assim, que os actores dos universos das indústrias culturais sejam grupos bastante solicitados. Esse tipo de convidados – que Franscesco Alberoni designava, nos anos 60, como “*elites irresponsáveis*”, isto é, pessoas sem poder institucional – assegurava depoimentos que reflectiam percursos a que a audiência acedia através de uma palavra emotiva promotora de uma certa “con-fusão” (catódica) de papéis.

1.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 1993

A esfera pública que os debates televisivos semanalmente colocaram em cena em 1993 não coincide com o modelo habermasiano que assenta numa comunicação ilimitada, no debate de assuntos de interesse geral, na não-restrição de pessoas e no uso público da razão. Elegendo a política como tema central, os políticos como interlocutores privilegiados e as franjas horárias mais rentáveis do ponto de vista audimétrico, os debates emitidos no horário nobre dos canais generalistas foram um espaço de reprodução de uma certa ideologia dominante e de rentabilização de audiências.

Seguindo uma linha editorial pró-activa em relação a acontecimentos que, por essa via, muitas vezes entravam na agenda mediática, os debates da SIC adoptaram um modelo de discussão dual, que colocava frente-a-frente convidados de posições antagónicas, o que propiciava trocas verbais mais musculadas. Também o moderador desses programas – sempre um jornalista – assumia com o respectivo convidado uma espécie de contraditório que favorecia a conflituosidade. Poder-se-iam ver aqui sinais neutralizadores da lógica de dominação, visível em formatos similares no canal de serviço público. Michel Maffesoli, por exemplo, reprova essa interpretação. Lembrando que a etimologia de “*contestar*” é “*testemunhar com*”, ou seja, “*permanecer no mesmo campo*”, o sociólogo do quotidiano defende que enveredar por esse tipo de conduta “*é reconhecer que se tem a mesma origem daquilo que, durante algum tempo, vai ser desestabilizado*”. E conclui assim: “*Não existem piores conservadores do que os revolucionários: pretendem*

acima de tudo conservar o poder” (2004: 67). No entanto, a SIC, através desta linha editorial pró-activa em relação aos factos e contestatária relativamente a quem detém o poder, provocou alguns tumultos em determinados campos, principalmente na política.

Os debates emitidos em 1993 nos canais generalistas juntaram aos políticos os especialistas, o que, de certa forma, deslocalizou as emissões da área da persuasão (intrínseca ao discurso político) para a do saber, contribuindo para uma maior diversidade daqueles a quem se deu o direito à palavra. Com uma valorização clara das profissões que encontram no discurso público um vector estruturante do seu trabalho, os debates tenderam a chamar para os *plateaux* interlocutores de profissões de prestígio (académicos, médicos, juristas...). A valorização do saber em detrimento da respectiva projecção pública foi mais acentuada nos canais privados do que no de serviço público, o qual, mesmo ao nível dos especialistas, privilegiou aqueles com maior capital mediático. Todos os responsáveis dos programas de informação impunham ao convidado como qualidade mínima “*ser interessante*”. Para não aborrecer as audiências.

Em 1993, a apresentação de debates ou de *talk shows* é preferencialmente entregue a jornalistas²⁶⁶. Avançando para o campo do entretenimento, certos *talk shows* levantam questões éticas e deontológicas a quem os apresenta. Era o caso de *Você é Excepcional* e de *Raios e Coriscos*, programas do canal generalista de serviço público conduzidos, respectivamente, por Joaquim Letria e por Manuela Moura Guedes. Poderá um jornalista apresentar uma emissão que se destina a homenagear os convidados ou a promover causas sociais patrocinadas por uma entidade bancária? Poderá um jornalista estar à frente de um formato cujo título remete para um discurso sarcástico contra alguém? Letria e Moura Guedes não vêem incompatibilidades nessas funções, mas esses papéis não se integram no Estatuto da respectiva profissão.

Quando apresentámos um estudo sobre o *Telejornal* da RTP que incidia nos anos 1988/1992 (Lopes, 1999), concluímos que temas relacionados com rupturas sociais, incumprimento de leis e desordens públicas ocupavam um progressivo destaque nesse noticiário. Também os chamados “*casos pessoais*”, protagonizados por rostos anónimos começavam a ter uma visibilidade mais acentuada. Foi nestes vectores que a SIC apostou para estruturar dois programas de informação: para os casos que impunham a presença de forças policiais surgiu, a 7 de Outubro, *Casos de Polícia*; para dar conta de histórias singulares de gente desconhecida do grande público, apareceu, a 27 de Janeiro, *Sexo Forte*. As audiências seguiram essas emissões com um interesse que, em pouco tempo, levou o Canal1 a reagir com formatos similares.

Os primeiros minutos da emissão inaugural da SIC preenchidos com um noticiário (6 de Outubro de 1992) não surpreenderam tanto por um alinhamento desprendido de fontes oficiais, mas, sobretudo, pelo cenário que abria, atrás do *pivot*, uma ampla janela para a redacção do canal privado. Pela primeira vez na

²⁶⁶ As excepções pertencem aos canais privados onde dois programas que se detêm sobre histórias de vida do considerado *jet 7* são conduzidos pela economista Helena Sacadura Cabral (*Segredos* na SIC) e pelo corredor de automóveis Nicha Cabral (*Olhares* na Quatro) e um outro sobre a religião católica apresentado pelo jesuíta Vaz Pinto (*Caixa de Perguntas* na Quatro).

televisão portuguesa, acedia-se ao local onde se produziam as notícias, o que acentuava a proximidade que a “neotelevisão” cultivava com as audiências. Esta cumplicidade entre os cenários televisivos e o ambiente doméstico dos telespectadores é prolongada em vários programas de informação semanal emitidos em 1993, o que ajudava a televisão a converter-se nesse “*objecto transaccional*” de que fala Roger Silvertone (1994), ou seja, num elo de ligação entre o social (aquilo que é mediatizado) e o individual (aquele que vê). Grande parte dos espaços cénicos das emissões informativas da SIC foi, até ao ano 2000, da responsabilidade do arquitecto Tomás Taveira. Embora assegure que “*a televisão é a fábrica de sonhos por excelência*”, Taveira diz que os cenários das emissões informativas “*estão muito próximos da vida real*” (“*TV Mais*”, 4 de Dezembro de 1993), criando-se, logo ao nível da forma, um vínculo com os telespectadores que vêm no pequeno ecrã espelhos diversos do quotidiano. Por exemplo: *Tostões e Milhões* mostra Lisboa às horas em que o dinheiro circula; *Conversas Curtas* abre a discussão para fora do canal, ao exibir em fundo uma fotografia da cidade à noite; *Sexo Forte* desenvolve-se num cenário mais intimista que o aproxima de uma confortável sala-de-estar²⁶⁷... No Canal1 e na Quatro a atenção à parte cénica evidencia-se mais partir do último trimestre do ano, particularmente no *talk show Raios e Coriscos* e no debate *Artur Albarran*. Progressivamente percebia-se que em televisão a forma também comunica.

Sendo uma componente intrínseca à televisão, o espectáculo – enquanto conjunto de elementos que se oferece ao olhar e ao ouvido, capaz de provocar reacções – evidencia-se aos níveis da substância e da forma. Na primeiro, sobressai a preocupação que a maior parte dos apresentadores manifesta em relação aos convidados que chama para os *plateaux*. Optando por figuras de projecção pública de grau variável e de grupos diferentes, os jornalistas que conduzem debates, entrevistas ou *talk shows* sublinham sempre a necessidade de esses interlocutores terem um discurso adequado ao ritmo (vivaz e veloz) da televisão²⁶⁸, o que impõe um critério de selecção que exclui muitos daqueles com experiência e saber adequados a determinados temas. Ao nível da forma, para além do cuidado na concepção do cenário (parte visual), há também alguma cautela na gestão das práticas dialógicas daqueles que participam em determinada emissão. Mais tensas nos debates e mais descontraídas, mas não menos surpreendentes, nos *talk shows*, essas trocas verbais querem-se, sobretudo, expressivas. Colocando frente-a-frente dois convidados de posições contrárias e contando-se com um moderador que assumia uma postura próxima do exercício do contraditório, os debates/entrevistas da SIC foram aqueles que mais aliaram a informação com o espectáculo da palavra, acreditando-se que isso seria também um motor de atracção de audiências²⁶⁹.

²⁶⁷ O descontentamento do arquitecto, em finais de 1993, situava-se no *Terça à Noite*, cujo cenário dizia querer melhorar, faltando-lhe apenas “*convencer o patrão a investir mais algum dinheiro*” (“*TV Mais*”, 4 de Dezembro de 1993).

²⁶⁸ Por exemplo, na *Entrevista de Maria Elisa* (Canal1), a apresentadora diz que os seus convidados “*têm de ser pessoas muito comunicativas, com um discurso não complicado*”, não cabendo nesse perfil “*aquelas pessoas que falam muito, mas que, quando terminam, não se sabe o que disseram*” (“*TV Guia*”, n.º 766, Outubro de 1993). A apresentadora de *Sexo Forte*, Paula Moura Pinheiro, assegura que “*é fundamental que o entrevistado tenha poder discursivo e narrativo*” (“*TV Guia*”, n.º 744, Maio de 1993).

²⁶⁹ Em *Terça à Noite*, os comentadores residentes reconhecem alguma teatralidade nas discussões que semanalmente colocam em cena. António Barreto diz que “*um programa de televisão não vive só do conteúdo, mas também do lado formal, espectacular*”, enquanto Pacheco Pereira fala da existência de uma “*coreografia e efeitos especiais*”, nas trocas verbais que se evidenciam, por exemplo, em comportamentos como os de pedir permanentemente a palavra, reivindicar mais tempo de antena, entremear o raciocínio com elementos afectivos para cativar apoiantes... (“*TV Mais*”, 19 de Abril de 1993).

1.5. 1994/5: A ascensão da SIC à liderança das audiências

São anos de mudança os de 1994 e de 1995. A RTP muda de directores e de administração. A TVI, de chefias na Direcção de Informação. A SIC não substitui qualquer nome-chave da estação, sendo este período de fulcral importância, na medida em que passa a liderar as audiências. Tratou-se de uma subida progressiva, feita com novelas da Rede Globo, *reality shows*²⁷⁰, programas de imitação de estrelas de música²⁷¹, emissões de humor em português²⁷² e uma informação pró-activa, desprendida das fontes oficiais para privilegiar o cidadão comum.

A prática daquilo que é o serviço público de televisão não tem grandes evoluções neste período: o Canal1 vocaciona-se para uma programação popular e a TV2 para uma oferta de minorias. Depois de ter abandonado o cargo de director-coordenador da RTP no segundo trimestre de 1994, José Eduardo Moniz reafirma a inevitabilidade de a TV pública ter optado no ano anterior por uma estratégia de concorrência com as estações privadas. Argumentando que “a TV2 praticamente não gera receitas”, Moniz defende que o Canal1 “está no mercado para captar audiências e receitas de publicidade” (“TV Guia”, n.º 795, Maio de 1994). Idêntica visão tem o director da RTP, Adriano Cerqueira, que, em 1994, opta por nomear um director-adjunto para cada um dos canais, por considerar que se trata de “realidades televisivas totalmente diversas” (“TV Guia”, n.º 807, Julho de 1994). No segundo semestre de 1994, a RTP conta com novos directores de Programação e de Informação: Maria João Martins e Manuel Rocha, respectivamente. A procura de novidades que agradassem ao público traduzida na compra ou produção de programas de custos avultados, a pesada estrutura que suporta o serviço público, a divisão do mercado publicitário com os canais privados, a perda das receitas da taxa de televisão e os permanentes atrasos na entrega dos montantes relativos às indemnizações compensatórias do Estado encaminham o operador público para uma situação financeira bastante instável. Num artigo escrito a 21 de Novembro de 1995 no “Público”, o administrador da RTP Rogério Serrasqueiro afirma que, nessa altura, há um défice permanente de 20 milhões de contos por ano. Para além dos factores apontados, este desequilíbrio das contas também se justifica, na sua perspectiva, pelo “facto de a TV2, para cumprir o perfil de programação que lhe está determinado, não poder gerar receitas significativas e o Canal1 viver permanentemente o dilema de, em cada decisão de programação, ter de ponderar não só a sua condição de canal de serviço público, mas também a necessidade de ser concorrencial para poder disputar o mercado publicitário”. Talvez a falta de condições financeiras para sustentar a reestruturação da empresa não fosse o argumento real para Freitas Cruz ter deixado a presidência do Conselho de Administração da RTP, mas foi isso que alegou no início de Outubro para abandonar o cargo, poucos dias depois de o PS ter ganho as eleições legislativas. Em Dezembro de 1995, há uma nova administração e novos directores.

²⁷⁰ A Endemol foi a grande fornecedora deste género televisivo à SIC. A estreia faz-se, em 1994, com *Perdoa-me* ao qual se seguiu *All You Need Is Love*.

²⁷¹ *Chuva de Estrelas*, também um formato da Endemol, estreou-se em 1994 e atraiu uma audiência considerável à SIC. Resultado da sua popularidade foram as várias edições que se prolongaram pelos anos de 1995/96/97/98.

²⁷² Embora este tipo de programas tenha começado em 1994, é em 1995 que a SIC lhes consagra mais espaço no horário da noite.

Ainda que em 1993 a SIC tenha ficado longe das audiências do Canal1, o director de Informação e Programas do canal privado aponta para finais de 1994 o objectivo de “*chegar à liderança*” (“*TV Mais*”, 11 de Fevereiro de 1994). O propósito não foi alcançado, mas, ao longo do ano, a estação reuniu em certos programas um substancial número de espectadores. O género que mais contribuiu para tal foram as novelas brasileiras da Rede Globo (*Mulheres de Areia* e *A Viagem*) que se revelaram verdadeiras âncoras para outros programas. A relação entre ambas as empresas de comunicação ultrapassava a aquisição deste tipo de conteúdos. Antes mesmo de serem conhecidos os vencedores das frequências para os canais de TV privada, a Globo avança com a aquisição de 15% das acções da SIC, o máximo, na altura, permitido pela lei portuguesa para investidores estrangeiros. Não será certamente coincidência o facto de a imagem e logótipo do canal privado português terem sido concebidos por Hans Donner, um *designer* da Globo. Num artigo em que explica a expansão deste grupo brasileiro, Helena Sousa (1998) afirma o seguinte:

“Pinto Balsemão estava, de facto, empenhado na concretização de uma aliança estratégica. A Globo era vista como parceira ideal para o estabelecimento de uma relação privilegiada. Primeiro, porque produz o produto perfeito em termos de audiências em Portugal (as telenovelas); segundo, porque tinha experiência técnica, administrativa, comercial e artística; terceiro, porque esta relação não seria fragilizada por barreiras linguísticas e culturais.”

Se na troca de conhecimentos e de tecnologia este relacionamento caminhava sem grandes atropelos, o mesmo não se passava no fornecimento de conteúdos, pois a Globo tinha um compromisso com a RTP para a exportação das suas telenovelas. Após várias hesitações, o certo é que o grupo brasileiro assina, em meados de 1994, um contrato de exclusividade para venda da sua ficção com a estação presidida por Pinto Balsemão, garantindo, assim, à SIC uma oferta televisiva de grande êxito junto do público. E foi a partir daí que o canal privado português adoptou novas estratégias de programação que viriam a revelar-se fulcrais na conquista da liderança das audiências. Se nos primeiros meses de 1994 a novela brasileira emitida na SIC em horário nocturno capitaliza boas audiências, na RTP o *Telejornal* não perde grande número de espectadores, o que significava que a televisão pública retinha pessoas que, findo o noticiário, sintonizavam a SIC. A solução encontrada na RTP foi esticar o seu principal programa de informação diária para reter a audiência o mais tempo possível. Fez com êxito isso até Maio de 1995, altura em que a compra do exclusivo das transmissões do casamento de D. Duarte lhe retira a supremacia na franja horária das 20h00. Tendo conseguido junto da Casa de Bragança os direitos de imagem da boda, a RTP foi também obrigada a aceitar contrapartidas. Durante a semana que antecedeu a boda, o noticiário do Canal1 abria às 20h00, mas limitava-se a uma duração de dez minutos para dar lugar a alargadas reportagens sobre a monarquia. O público optou por sintonizar a SIC, o canal que, nos bastidores, também disputara o exclusivo da transmissão das cerimónias do casamento monárquico, que se realizou a 13 de Maio de 1995, com transmissão directa na RTP1 e na RTP-i (Lopes: 1997). Estava perdida a liderança das audiências em horário nobre do Canal1, conseguindo a SIC a proeza de em menos de três anos ter passado a ser a estação mais vista, algo singular na Europa.

A TVI atravessa os anos de 1994 e 1995 sem conseguir grande visibilidade e estabilidade. Internamente o canal passa por uma certa renovação ao nível da direcção de Informação e por uma crescente conturbação financeira, em grande parte resultante das baixas receitas publicitárias e de um certo descontentamento (desilusão?) que os principais accionistas (leia-se instituições ligadas à Igreja) começam a manifestar. Sem as audiências esperadas, a estação faz permanentes reajustamentos na grelha, falhando sucessivas estratégias para a subida do *share* e, conseqüentemente, para a captação de anunciantes. Nos primeiros meses de 1994, a TVI passa por uma reestruturação ao nível das chefias da informação que culmina na substituição do respectivo director, António Rego, por José Ribeiro e Castro. Este último promete colocar a informação no centro da oferta televisiva do Canal Quatro: “*A informação é a cara mais visível de uma estação de TV, ou seja, não produz programas aptos a terem os maiores ‘ratings’, mas é por ela que o carácter e a marca de uma estação se assinalam*” (“*TV Guia*”, n.º 802, Junho de 1994). As novidades tardaram em aparecer, mas, um ano após ter dado início às suas emissões, a TVI opta por fazer alguns acertos na imagem, alterando o seu logótipo que passa a ter um fundo azul sobre o qual se inscreve o nome do canal a vermelho e amarelo. Ainda que os responsáveis da Quatro continuem a reclamar para esta estação uma identidade assente no respeito pela doutrina social da Igreja, nota-se, principalmente a partir do segundo semestre de 1994, uma certa mudança ao nível dos discursos. O director de Informação fala na necessidade de o jornalismo da sua estação ser “*mais agressivo*” e melhorar “*a capacidade de reacção aos acontecimentos*”, a fim de se conseguir “*mais notoriedade*”. Para Ribeiro e Castro, estes objectivos passam não só por um “*reforço de meios*”, mas também por “*uma atitude global da empresa, nomeadamente em termos de grelha, abrindo mais espaços à informação*” (“*TV 7 Dias*”, n.º 381, Julho de 1994). Este último desejo apenas é concretizado na grelha de Outono. Para além de novos programas semanais, começam a ser emitidos três blocos noticiosos diários. Das 13 horas semanais dedicadas até então à informação, a TVI passa para cerca de 30 horas. Todavia, a intervenção de Ribeiro e Castro não se prolonga por muito tempo. A 31 de Outubro de 1995, o Conselho de Administração aceita o seu pedido de demissão, substituindo-o por Francisco Ribeiro e Silva, o terceiro director de Informação num canal com menos de três anos.

Um jornalismo que reconfigura a realidade

Não são muito diferentes de 1993 estes dois anos ao nível da informação semanal. Poder-se-ia ver neles uma certa continuidade, mas há coberturas mediáticas e formatos informativos que reforçam a transferência para a televisão de papéis específicos de outras instituições, nomeadamente das forças policiais, dos tribunais e do Parlamento. Ainda que encontremos em todas as estações alguns exemplos disto, é a SIC que se evidencia num jornalismo pró-activo. Isso torna-se visível não apenas no desenho de programas de informação, mas também na forma rápida de mediatizar os factos e de lhes conferir uma outra dimensão.

Poderia ser uma mera manifestação popular contra uma decisão do Governo, mas os protestos relativos ao aumento das portagens da Ponte 25 de Abril, ocorridos a 24 de Julho de 1994, foram, acima de tudo, um sinal do poder de influência da televisão. Com transmissões directas a partir do palco dos acontecimentos, as estações generalistas ampliaram o “buzinão” dos condutores; isolaram num plano aproximado um indivíduo espancado pela polícia antimotim²⁷³; deram voz ao descontentamento popular em relação ao poder executivo; ouviram os políticos da oposição que, aproveitando a presença dos jornalistas, conquistaram um palco privilegiado para uma pré-campanha eleitoral... Nestes ângulos, pretendia-se dar diferentes facetas dos factos e, nesse esforço, conferiu-se uma outra dimensão ao que estava a decorrer na ponte. Como sublinha Castelló Mayo (2004: 126), “quanto mais a televisão pretende ser um instrumento que se limita ao fiel reflexo da realidade, mais acaba por se converter num instrumento criador da realidade”. De todos os canais, foi a SIC que sobressaiu no número de horas em directo e na pressão que exerceu sobre o Governo. Dias depois dos incidentes da ponte, um jornalista dessa estação, ao acompanhar uma visita do primeiro-ministro ao Porto para uma reunião com empresários, insiste em perguntar a Cavaco Silva o que teria feito, se a 24 de Julho tivesse passado na Ponte 25 de Abril e não desempenhasse funções governativas. O reconhecimento do chefe do executivo de que “provavelmente também buzinará” foi amplamente repetido em todos os noticiários do canal. Procurar criar uma agenda própria com ampla repercussão no espaço público em vez de andar a reboque da agenda política tornou-se rapidamente uma das marcas distintivas do “jornalismo SIC”. A visibilidade e, conseqüentemente, a amplitude que certos acontecimentos adquiriam nos espaços de informação do canal de Carnaxide obrigavam os *media*, nomeadamente os canais de TV concorrentes, a darem destaque a certos assuntos. No caso da Ponte 25 de Abril, mais do que as manifestações populares, foi a ampla cobertura mediática, particularmente das televisões, que “obrigou” o ministro dos Transportes e Obras Públicas a recuar na decisão do aumento das portagens²⁷⁴. Face à inesperada visibilidade de certos acontecimentos, as instituições viam-se obrigadas a actuar. Quase sempre a reboque do discurso jornalístico da TV.

Paralelamente a um jornalismo pró-activo em relação aos acontecimentos, a SIC vai desenhando formatos de informação semanal que (aparentemente) lhe conferem papéis próprios de certas instituições, nomeadamente das da ordem pública (polícias e tribunais). E nisso é seguida pelo canal de serviço público.

²⁷³ A imagem dos agentes da ordem pública a imobilizar violentamente um cidadão anónimo desarmado era demasiado forte e foi a ela que a oposição se agarrou para pôr em causa a actuação da Polícia e, através dela, do ministro da Administração Interna.

²⁷⁴ Semanas antes dos incidentes da Ponte 25 de Abril, a SIC fizera uma maratona de longas horas de transmissão directa, que entrou pela madrugada adentro, das operações de resgate de cinco trabalhadores soterrados no Aeroporto da Portela. Os outros canais também relataram o ocorrido, mas a SIC continuou a transmitir a exumação dos acidentados, mesmo já depois de se saber que nenhum deles havia sobrevivido ao acidente. Tratou-se aqui de um *remake* daquilo que acontecera no ano anterior, quando no Aquaparque morreram duas crianças sugadas pelas condutas das águas. Com “directos” feitos para o local dessas tragédias, as televisões procuraram eventuais explicações para o sucedido, apontaram nomes de responsáveis por esses acidentes e colocaram em cena rostos de vítimas que emocionaram o país.

A assunção por parte do audiovisual de posturas idênticas às dos meios policiais e judiciais não deixa de ser artificial, na medida em que cada um destes campos tem práticas, ritmos de trabalho, formas de comunicação e tipos de linguagem específicos²⁷⁵. No entanto, é uma (perigosa) junção de papéis que alguns programas promovem, baralhando o lugar que o jornalista ocupa na esfera pública. Essa programação centrada em casos de polícia ou em processos judiciais integra interlocutores que a informação semanal, nomeadamente os debates, excluía em 1993: o cidadão comum. Incapazes de argumentarem em público com alguma coerência, essas pessoas são enquadradas por reportagens ou por entrevistas curtas, o que confere aos jornalistas mais poder. E certamente uma maior responsabilidade social.

Surgindo em Outubro de 1993, *Casos de Polícia* revela-se um caso de sucesso de audiências no segmento do horário nobre. Nessa altura, o Canal 1 tinha no ar formatos idênticos, mas que estavam acantonados na TV2 (*Crimes e Desaparecidos*). Em 1994, o canal generalista de serviço público faz destes formatos uma das principais apostas em termos de informação semanal, criando *À Luz da Lei*²⁷⁶ ao qual sucedem *Coisas da Vida* e, em 1995, *Marginalidades*. Incidindo o seu trabalho no mesmo campo, os respectivos apresentadores apresentam posturas diferenciadas. O jornalista Luís Pires, a quem foi atribuída a condução de *Coisas da Vida*, compromete-se a arranjar soluções para alguns casos: “*Há soluções para muitos casos e isso vai ser um dos nossos pontos de honra*” (“*TV Mais*”, de 16 de Setembro de 1994). Ainda que inscrito na área da informação, este programa é, segundo o seu apresentador, uma espécie de reparador das desordens sociais: “*Privilegiamos uma perspectiva humana em primeiro lugar porque somos homens e depois jornalistas*” (“*TV Guia*”, n.º 834, Janeiro de 1995). A este papel, Carlos Narciso contrapõe outro bem diferente: “*Somos jornalistas, não somos missionários; isto é um programa de jornalismo*”. Que não está imune a pressões. Das fontes de informação, como reconhece o apresentador do programa²⁷⁷. E das audiências, como se percebe pela construção do respectivo alinhamento²⁷⁸.

²⁷⁵ Cunha Rodrigues, ainda no cargo de procurador-geral da República, escrevia o seguinte: “*Por natureza e condicionamentos estruturais, a justiça tem características monológicas de intervenção. A informação que veicula é predominantemente unidireccional. A linguagem hermética e os tempos de respostas lentos e ritualizados. Contrariamente, os media utilizam métodos bidireccionais de recolha de informação, reelaboram o discurso das fontes e tendem para a comunicação em tempo real*” (1999: 48). Referindo-se a esta interacção entre a administração da justiça e a investigação jornalística, Mário Mesquita (2003: 118-119) lembra que “*o jornalista, ao contrário do que sucede com as instituições judiciais, não dispõe de meios legais que lhe permitam obrigar as testemunhas a depor sobre determinado acontecimento*”.

²⁷⁶ Dizendo que o formato que apresenta não foi copiado “*de lado nenhum*”, Rui Vasco Neto, autor de *À Luz da Lei*, diz que o seu programa – que conta na equipa de pesquisa com três advogadas – “*fala da vida da gente, de casos de tribunal, de factos do dia-a-dia, passados com o cidadão comum que são vistos à luz da lei*” (“*TV 7 Guia*”, n.º 785, Fevereiro de 1994).

²⁷⁷ A este propósito, o coordenador e apresentador do programa, Carlos Narciso, afirmava à edição de 13 de Julho de 1995 do “*Público*” o seguinte: “*As polícias passaram a não gostar de nós. Ficámos com as outras histórias: o marginal que se quer vingar do sistema, a prostituta violada que não consegue apresentar queixa na esquadra, o polícia expulso, o cidadão injustificado (...) Quem nos vê sabe que, para além do voto em tempo de eleição, os cidadãos têm direitos que nenhum casse-tête pode retirar*”.

²⁷⁸ Uma das vertentes privilegiadas por estes programas foi a de procurar pessoas desaparecidas. Por humanismo? Para cumprir uma função a que as instituições não davam resposta? Talvez, mas, sobretudo, para fomentar um diálogo efectivo com os telespectadores e afectivo com as audiências. Quando se percebeu que esse filão estava esgotado no gosto do público, recuou-se. “*No início, metade do programa era preenchido com essa questão; agora limitamo-nos a incluir no final 2 ou 3 casos. Houve uma perda de interesse, porque as histórias são todas muito parecidas e acaba por instalar-se um trabalho de rotina bastante cansativo*”, reconhece Carlos Narciso (“*TV Guia*”, n.º 834 Janeiro de 1995).

A ideia de conferir ao ecrã o papel de reparador de injustiças sociais adquire, em Março de 1994, uma expressão literal com o início na SIC do *O Juiz Decide*²⁷⁹, um formato que se constitui como um tribunal arbitral (que resolve conflitos de natureza civil ou comercial), resultado de um acordo com o Centro de Arbitragens Voluntárias da Ordem dos Advogados. Ao interrogatório feito pelo magistrado, juntam-se, quando este desaparece de cena, as entrevistas que a jornalista Eduarda Maio faz às partes envolvidas no processo e ao público assistente naquela sessão (televisiva). Embora salientem a vertente pedagógica do programa, o juiz e a jornalista não negam a componente espectacular que lhe está intrínseca, muitas vezes tributária dos casos insólitos apresentados ou do registo emocional das partes em conflito²⁸⁰. Em Março de 1995, a SIC avança mais em direcção ao território da justiça, criando um programa para avaliar, através de um polígrafo²⁸¹, a justeza das sentenças judiciais. É difícil integrar *A Máquina da Verdade* nos programas de informação. Apresentado pelo jornalista Carlos Narciso (que também conduzia *Casos de Polícia*), este programa estreou-se tendo como convidado o Padre Frederico, presidiário de Vale de Judeus a cumprir uma pena de 13 anos de prisão, por assédio sexual e homicídio de um menor. Se o Tribunal de Santa Cruz o condenou, *A Máquina da Verdade* encontrou nos testemunhos e no polígrafo elementos que o absolveram de todos os crimes perante uma audiência de 28.3% e um *share* de 74.5%. No dia a seguir a essa emissão, a Direcção dos Serviços Prisionais emitia um comunicado onde proibia os respectivos reclusos de saírem das prisões para irem à televisão. Ao contrário de *Casos de Polícia*, que consegue prosseguir o seu trabalho em ruptura com as instituições policiais, *A Máquina da Verdade*, sem a cooperação das prisões e com as audiências em queda acentuada, vê o desenvolvimento das suas emissões comprometido, acabando por ser retirado da grelha sem sequer ter completado três meses de emissão²⁸². Enquanto esteve no ar, constituiu-se como uma marca distintiva de uma TV que chama a si uma espécie de (ilusório) poder demiúrgico.

Menos atribulada, mas não imune a polémica, foi a relação (de poder) dos canais generalistas com a política. A esse nível, a SIC evidenciou-se numa postura pró-activa: introduziu novos temas na agenda política, investigou casos incómodos para o Governo, deu visibilidade às vozes críticas, desviou-se do chamado “Portugal sentado”, mediatizou os acontecimentos promovidos pelas fontes oficiais por um ângulo marginal ao qual conferiu centralidade... Para além desta linha editorial que diariamente ressaltava em *Praça Pública* e no *Jornal da Noite*, a SIC criou na grelha de Outono de 1994 *A Noite da Má-Língua*, um programa

²⁷⁹ Trata-se de um formato inspirado no *Fórum*, da Radiotevisão Italiana, que já contabilizava sete anos de emissão e que, no início do ano, tinha sido adoptado na TV espanhola com o nome de *Veredicto*.

²⁸⁰ Eduarda Maio reconhece que o formato “*tem uma componente de reality show*” (“*TV Guia*”, Maio de 1995), necessária porque, como também diz, “*este programa tem o objectivo de ter audiências*” (“*TV 7 Dias*”, n.º 447, Outubro de 1995).

²⁸¹ Trata-se de uma máquina de diagnóstico clínico que acompanha as respostas do convidado a um questionário, feito por um médico, através da medição da amplitude respiratória do tórax e do diafragma, das batidas cardíacas e das reacções das glândulas sudoríferas, desenhando um gráfico a partir do qual se pensa ser possível determinar a veracidade daquilo que se diz.

²⁸² Com o programa perto do fim, o jornalista muda a sua perspectiva quanto à sua função naquele formato: “*Não gosto de fazer este programa. Não gosto do polígrafo, não faz parte do meu trabalho, não é uma componente jornalística. Se começasse pelo polígrafo e depois partisse para um programa de informação, talvez não me importasse. Assim é um bocado perverso para o jornalista*” (“*TV Mais*”, 16 de Junho de 1995).

semanal de crítica sarcástica às figuras públicas, principalmente aos membros do Governo, conduzido por Júlia Pinheiro (que já apresentara *Praça Pública*) que conversava com um painel fixo. Escassas semanas depois da estreia deste programa, a apresentadora reconhece que os visados não manifestavam em relação às tiradas irónicas e aos reparos corrosivos de que seriam alvo “*um entusiasmo por aí além*”, mas sublinha que faz falta um formato assim, “*que tratasse os nossos ridículos*” (“*TV Guia*”, n.º 820, Outubro de 1994), para gáudio das audiências que conferem às emissões uma popularidade tal que, em pouco tempo, estas passavam do segmento tardio para o horário nobre. É nesse grito semanal de que “*o Rei vai nu!*” que a SIC estende a sua programação a uma crítica contundente à actualidade noticiosa, feita através de um humor mordaz que atingia o poder dominante. A corrosiva agulha epidérmica que semanalmente se introduzia no centro da actuação das figuras públicas conferia a cada emissão uma espectacularidade que tornava demasiado ténues as fronteiras entre a informação e o entretenimento²⁸³.

A ênfase dada à componente espectacular da informação televisiva teve uma grande expressividade na cobertura mediática dos resultados das eleições legislativas de 1 de Outubro de 1995. De diferentes formas, SIC e Canal1 rivalizaram num trabalho que excedeu os limites do campo jornalístico. Centrando a sua emissão no Restaurante Panorâmico de Monsanto, o Canal1 dividiu o espaço em quatro áreas: a primeira onde três *pivots* acompanhavam os resultados; a segunda reservada ao comentário de políticos e a personalidades independentes; a terceira ocupada por António Sala e por convidados ligados aos universos da música e do espectáculo; a quarta para actores que interpretavam *sketches* do programa humorístico *A Mulher do Senhor Ministro*. No mesmo espaço, o operador público de televisão colocava, lado a lado, informação e entretenimento, com fronteiras (demasiado) fluidas entre si. Tendo como cenário uma tenda, a SIC centrou o seu trabalho em jornalistas, actores políticos e comentadores. A essa emissão juntavam-se os “directos” das sedes partidárias (também feitos pela RTP e pela TVI) e, uma novidade da SIC, imagens filmadas por um operador que, com uma câmara móvel montada numa motocicleta, seguiria a caravana de automóveis do partido vencedor. De um helicóptero chegariam imagens em directo da festa partidária (“*Público*”, 1 de Outubro de 1995). Foi na forma que a SIC procurou dar uma componente espectacular ao seu trabalho que, no entanto, se singularizou pela decisão dos seus responsáveis em divulgar os resultados de uma sondagem sobre o vencedor daquele escrutínio antes da hora permitida por lei. Essa opção, ilegal e eticamente reprovável, talvez tenha sido decisiva para lhe assegurar, pela noite dentro, uma audiência superior àquela conseguida pela RTP1 e pela TVI. Num artigo que intitulou “*Televisão em Portugal: a ditadura do mau gosto*” (“*Público*”, 19 de Outubro de 1995), José Manuel Barata-Feyo – acusando a SIC de ter violado “*a lei mais gravemente do que nunca*” naquilo que considera ter sido “*um golpe baixo*” – situa

²⁸³ Neste período, o Canal1 tem *talk shows* bastante diferentes. Como o *Frou-Frou*, um formato francês apresentado por duas jornalistas (Margarida Pinto Correia e Catarina Portas), uma actriz (Alexandra Lencastre), uma professora universitária (Maria Lúcia Lepecki) e uma dirigente associativa (Margarida Martins). Em entrevista à edição n.º 407 da “*TV 7 Dias*” (Janeiro de 1995), as apresentadoras sublinham a vertente de entretenimento do programa ao qual juntam uma discussão descontraída de temas diversos.

nesse dia “a data oficial do falecimento da RTP”, acrescentando que o operador público só morreu porque era já “um moribundo”. Tendo como referência o primeiro quinquénio dos anos 90, o jornalista da RTP acusa a estação onde trabalha de ter enveredado não só pela “notícia boçal, sensacionalista, leviana, de faca e alguidar”, mas também por uma programação-clone da SIC. Eis alguns ingredientes que alimentarão, nos anos seguintes, um extenso e infrutífero debate em torno da espectacularização da informação e da falta de qualidade dos programas do serviço público de televisão que, a partir de 1995, começou a perder um número significativo de espectadores.

Ainda que os conteúdos de entretenimento tivessem sido decisivos para a SIC conquistar a liderança das audiências, também se procurou capitalizar telespectadores nos programas informativos, cujos formatos e respectiva colocação na grelha foram sempre objecto de apurado trabalho ao nível do interesse do público (alvo). Na grelha de Outono de 1994, a estação transforma o *second time* num espaço privilegiado de uma informação temática que dispunha de menos tempo nos alinhamentos dos noticiários, designando esse bloco com o nome genérico de *Insónias*, havendo, em cada serão, uma emissão específica²⁸⁴. Segundo o director de Informação e Programas, o propósito era “reservar essa faixa para um determinado tipo de público mais seleccionado, com programas de debate e talk show mais sofisticados”. Embora diga que “é uma linha destinada sobretudo às classes A e B”, Emídio Rangel acreditava serem “programas susceptíveis de agregar um número importante de espectadores” (“TV Guia”, n.º 815, Setembro de 1994). A mesma estratégia de captar novas audiências através de programas com traços do jornalismo é seguida em Março de 1995, quando a SIC incorpora os seus principais programas de informação semanal (*Sete à Sexta* e *Terça à Noite*) e os respectivos apresentadores (Margarida Marante e Miguel Sousa Tavares) nas edições do *Jornal da Noite* do fim-de-semana, alterando apenas os nomes desses formatos, que curiosamente eram os únicos ligados aos dias da semana.

²⁸⁴ À 2.ª feira, emite-se o *Flashback*; à 3.ª feira, *A Noite da Má Língua*; à 4.ª feira, *Internacional SIC*; à 5.ª feira, *Tostões e Milhões*; à 6.ª feira, *Donos da Bola*; e, ao domingo, *O Senhor que se Segue*.

2. Cenas televisivas diversificadas

2.1. O PAP em 1996

Este é o ano da consolidação da liderança de audiências da SIC; de uma tentativa (falhada) para reencontrar a identidade e o equilíbrio das contas da RTP; e de uma certa instabilidade na reestruturação financeira e na filosofia de programação do canal Quatro.

O ano de 1996 abre ao serviço público de televisão uma expectativa de recuperação financeira e de legitimidade. Sem apresentar resultados positivos desde 1991 (ano em que teve um lucro de meio milhão de contos), a RTP chega ao fim de 1994 com um prejuízo de quase 20 milhões de contos e, no ano seguinte, ultrapassa já os 25 milhões. Antes de o ano terminar, a tutela política do audiovisual público resultante das eleições legislativas de Outubro de 1995 nomeará um novo Conselho de Administração (CA) da RTP, presidido pela economista Manuela Morgado, a quem se pede a inversão do passivo acumulado nos quatro anos anteriores. Em menos de 20 dias, a nova presidente do CA divulga a sua escolha para a Direcção de Informação e de Programas: o jornalista Joaquim Furtado, de cuja equipa se espera uma programação imune à clonagem da TV privada que vinha caracterizando a RTP desde 1994. Três meses após ter sido nomeada, a equipa de Furtado demite-se por se recusar a aceitar uma ordem de serviço do CA, na qual se impunha a necessidade de autorização prévia para certos gastos²⁸⁵. Cinco dias depois (a 26 de Março), durante os quais Morgado haveria de garantir ter sido pressionada pelo poder político (socialista) a recuar ou a sair da empresa²⁸⁶, a presidente do CA demite-se, sendo substituída a 28 de Março por Manuel Roque, que transita da equipa anterior com mais três elementos. Joaquim Furtado e os seus colegas regressam às suas funções, que, na verdade, nunca chegaram a abandonar. Estabelece-se a partir daqui um período de uma certa estabilidade directiva no operador público, mas as mudanças apenas se tornariam visíveis para as audiências em finais de Abril, altura em que Canal1 e TV2 passam a chamar-se RTP1 e RTP2, respectivamente, e em que se colocam no ar novas grelhas. No caso da estação generalista, as novidades ficam aquém das expectativas. Em entrevistas posteriores à sua demissão, Joaquim Furtado queixar-se-ia dos orçamentos reduzidos atribuídos à direcção por si presidida e da letargia a que, nesse tempo, o Governo condenara o serviço público de televisão. A drástica diminuição de receitas (que se acentuava à medida que a SIC consolidava a liderança das audiências), o aumento das despesas (resultante do funcionamento de cinco canais públicos num mercado televisivo cada vez mais aguerrido) e os sucessivos empréstimos contraídos com a banca conferiam grande debilidade à RTP, o que tornava (ainda) urgente a rápida e eficiente intervenção do poder político.

²⁸⁵ Na carta de demissão, o subdirector de Programas Joaquim Vieira afirma o seguinte: “*Considero inaceitáveis as disposições contidas na ordem de serviço n.º 9 de 20/3/96, que configura uma interferência exterior abusiva nas decisões sobre programação que a esta direcção devem competir. Tal interferência, além de bloquear o processo decisório, ameaçando seriamente inviabilizar a adopção de uma nova grelha de programação nas datas previstas, significa uma diminuição efectiva de poderes da direcção de programas e uma manifestação de desconfiança sobre a sua idoneidade*” (“*Público*”, 23 de Março de 1996).

²⁸⁶ Numa entrevista à edição de 29 de Março de 1995 do “*Público*”, Manuela Morgado explica assim a sua demissão: “*Foi o final do processo que inclui duas coisas – uma rebelião oportunística, que foi a mais relatada, e um ‘golpe de Estado’*”.

Sem conseguir introduzir o “*dossier RTP*” nas prioridades do Governo, o secretário de Estado da Comunicação Social, Alberto Arons de Carvalho, atravessou este período no meio de sucessivos fogos cruzados. Se em Março se constituiu uma Comissão de Reflexão sobre o Futuro da Televisão composta por elementos de vários sectores da sociedade civil com vista a propor ao Governo recomendações no domínio televisivo, em Outubro, depois de conhecido o “*Relatório Final*” dessa comissão, o presidente do CA da RTP recusava as propostas avançadas, nomeadamente a criação de uma *holding* e a centralização do serviço público num único canal. Se na audição parlamentar de 15 de Outubro feita a pedido do PSD para se discutir a situação da RTP se divulgou um Plano de Reestruturação com as linhas orientadoras da TV pública até 2000, ao longo de 1996 não houve mudanças de relevo. Excepto aquela que data de 31 de Dezembro: a assinatura da revisão do Contrato de Concessão do Serviço Público. Ao contrário do Contrato de Março de 1993, que circunscrevia o cumprimento do serviço público a uma lista de obrigações específicas, o documento de 1996 alarga este conceito a toda a programação da RTP²⁸⁷, comprometendo-se o Estado a garantir a devida compensação financeira através das “*indemnizações compensatórias*”²⁸⁸ que passam a ser a principal fonte de financiamento da RTP, na medida em que o Governo decidiu também retirar a publicidade da RTP2 e restringi-la a sete minutos e meio/hora na RTP1. Impunha-se, deste modo, aos canais públicos uma nova filosofia de programação que, no entanto, não teve uma transposição muito visível na oferta televisiva. Em *Valerá a pena desmenti-los?*, Alberto Arons de Carvalho reconhece que houve uma demissão política no que diz respeito ao apoio financeiro do audiovisual público. Na sua perspectiva, “*em vez da ruptura, o Governo PS acomodava-se com uma insuficiente continuidade*” (2002: 30).

Audiências baixas e uma acumulação progressiva de dívidas são elementos que conduzem a TVI por uma grande instabilidade. Depois de três anos a procurar um inatingível ponto de equilíbrio para a Quatro, Roberto Carneiro abandona a presidência do CA no início de 1996. A 11 de Março, Carlos Monjardino ocupará o seu lugar, designando, passados poucos dias (30 de Março), Carlos Cruz como director de Antena. Este, em entrevista à edição de 26 de Maio do “*Público*”, afirma que, se não conseguir até Dezembro de 1996 um *share* de 20%, abandonará as suas funções. Foi o que aconteceu. Nos meses em que permanece no cargo, tem oportunidade de testemunhar um clima de intensa conturbação interna e de grande turbulência por parte de grupos económicos que ora manifestam interesse no capital da TVI, ora rejeitam a possibilidade de viabilizar financeiramente um canal imerso numa profunda crise.

²⁸⁷ Na cláusula 5.^a (“*Obrigações de Emissão da Concessionária*”), lê-se o seguinte: “*A 2.^a outorgante (a RTP) é obrigada à emissão de dois programas de cobertura geral que devem constituir um referencial de qualidade, de acordo com os seguintes objectivos:*
- *um, correspondendo à actual RTP1, destinado a servir o conjunto da população, de carácter eminentemente generalista, com uma vocação agregadora e a missão de formar, informar e divertir, no respeito por elevados e rigorosos padrões de qualidade;*
- *outro, complementar do primeiro e correspondente à actual RTP2, predominantemente vocacionado para servir audiências específicas, integrando, entre outros, programas culturais, educativos e informativos, versando as áreas das artes, da história, do património cultural e da defesa do ambiente, da investigação, de debate e do conhecimento em geral*”.

²⁸⁸ Cf. Cláusulas 14.^a (“*Compensação financeira do Estado*”), 15.^a (“*Determinação das indemnizações compensatórias*”), 16.^a (“*Cálculo da indemnização compensatória*”) e 17.^a (“*Entrega da indemnização compensatória*”).

Ainda em projecto, já os prejuízos do canal da Igreja começam a integrar uma contabilidade que, nos anos seguintes, haveria de se estruturar apenas através de débitos²⁸⁹. As receitas resultantes da publicidade ficam muito aquém daquilo que seria desejável, porque também as audiências não ascendem a números atractivos para os anunciantes. Neste contexto, torna-se urgente a implantação de medidas que, por um lado, reduzam o passivo, e, por outro, dotem o canal de uma oferta televisiva do interesse do público. Se essa é uma união difícil de promover, no caso da TVI o perfil heterogéneo e as expectativas diferenciadas dos respectivos accionistas agudizam os obstáculos. Embora inicialmente tenha sido controlada por instituições religiosas, a estação encontra-se no início de 1996 “nas mãos dos Fundos de Investimento (estrangeiros) e dos chamados ‘investidores institucionais’, como bancos e companhias de seguros” (“Expresso”, 27 de Janeiro de 1996). Nesta altura, a Igreja apenas detém 15% do capital. Em finais de Junho, numa Assembleia-Geral, aprova-se uma operação de engenharia financeira que prevê uma diminuição do capital social de 45%, seguida de um aumento de capital. Todavia, desentendimentos entre os accionistas adiam essa decisão até Novembro, altura em que se anuncia na imprensa a redução do capital social de 17,750 milhões de contos para 9,762 milhões. Enquanto se fazia compasso de espera por uma decisão de fundo que não se concretizou em 1996, ensaiam-se medidas pontuais para a contenção de despesas. A principal foi a de concentrar a empresa em Queluz, deixando de existir a divisão de instalações entre a Matinha e a Avenida de Berna. Logo que entra para a TVI, Carlos Monjardino anuncia o despedimento de cerca de meia centena de funcionários, extingue a direcção de produção nacional e, ao longo do ano, procura controlar o trabalho dos jornalistas. Na edição de 7 de Junho de 1996 do semanário “*O Independente*”, o presidente do CA afirma o seguinte:

“Numa reunião com a (equipa de) informação estive a explicar que não é por irmos a todas que ficamos melhor. Tenho uma enorme dificuldade em explicar (aos jornalistas) aquilo que eu considero ser o mínimo de pragmatismo que tem de haver (...) Não podem pôr-se nas tamanquinas.”

A 18 de Outubro, o director de Informação da Quatro, Francisco Azevedo Almeida, haveria de se demitir, alegando ingerência no seu trabalho por parte de Emídio Herrera, que, aos pelouros do *Marketing* e Direcção Comercial, juntara, no início desse mês, o da Informação.

Para a SIC, o ano de 1996 representa a confirmação da liderança de audiências registada no ano anterior. Emídio Rangel permanece na direcção de Programas e de Informação, cargo que mantém desde o arranque do canal.

2.2. A programação dos canais generalistas: “A SIC é líder sem transmitir futebol”

²⁸⁹ Segundo a edição de 28 de Junho de 1996 do “*Público*”, os prejuízos da TVI foram os seguintes: em 1991, de 38,1 mil contos; em 1992, de 911,2 mil contos; em 1993, de 5,4 milhões de contos; em 1994, 4,9 milhões de contos; e em 1995, de 4,8 milhões de contos.

2.2.1. RTP: uma clonagem à oferta televisiva da SIC

Um novo Governo que, em campanha eleitoral, prometera uma reforma profunda do serviço público de televisão; uma nova Administração apostada em inverter o défice que a empresa acumulara nos quatro anos anteriores; e uma nova Direcção de Programas e Informação presidida pelo jornalista Joaquim Furtado a quem se reconhecia competência: eis elementos fulcrais para uma mudança da filosofia que o operador público adoptara no período de coabitação com as estações privadas. Em pouco tempo, haveria de se perceber que as intenções não implicariam as mudanças almejadas. As grelhas de Abril e de Setembro não introduziram formatos reformadores, mas ainda houve emissões que conferem à RTP1 traços distintivos.

Ultrapassado um início de ano tumultuoso com uma demissão que não chegou a concretizar-se, a Direcção de Programas e Informação apenas estaria em condições de apresentar uma nova grelha em finais de Abril, altura em que se renovou a oferta televisiva e se mudaram os logótipos bem como os nomes do Canal 1 e da TV2. À edição de 13 de Abril de 1996 do “*Expresso*”, Joaquim Furtado diz que, com a nova oferta televisiva, se procurava “*uma grelha de qualidade que pudesse fidelizar os espectadores e manter um grande respeito pelos horários definidos*”. Tratava-se de uma renovação de superfície, anunciando-se uma reforma mais substancial para a temporada de Outono. A 29 de Setembro, aparecia no ecrã uma nova programação e a promessa de que se abandonaria a estratégia de confronto com a SIC. Durante a apresentação desta grelha, Joaquim Furtado assegurava querer “*uma televisão que conte com as pessoas e que não se sirva das pessoas, da sua ingenuidade e boa-fé (...) generalista e contra a ideia de um serviço público triste e cinzento*” (“*Público*”, 24 de Setembro de 1996). Apesar de assumida a vontade de retirar o operador público de uma concorrência directa com os privados, essa disputa nunca deixou de existir, em grande parte porque a RTP adoptou, ao longo de 1996, programas que se assumiam como uma espécie de clones das emissões da estação privada líder de audiência.

No que ao entretenimento diz respeito, a RTP1 seguiu um filão sobejamente explorado na SIC: os programas de humor. Na grelha da Primavera, foi, sobretudo, a figura de Herman José que sobressaiu. No Outono, multiplicaram-se as *sitcoms*, feitas por produtoras externas – a maior parte das quais dirigidas por ex-quadros da RTP²⁹⁰ – criando-se uma indústria de humor que não abandonaria tão cedo o horário nobre. Da Direcção anterior, a equipa de Joaquim Furtado herdou uma novela portuguesa (da NBP), um *reality show* e um concurso (ambos da Endemol). Num tempo em que as produções da Rede Globo cativavam a

²⁹⁰ *Nós, os Ricos* e *Os Imparáveis* são produzidos pela CCA, de Carlos Cruz; *A Mulher do Sr. Ministro* tem a produção de MMM, de José Eduardo Moniz; *As Lições do Tonecas* é da responsabilidade da Firmádois, ligada à CCA.

maior parte dos telespectadores, estreiar uma novela portuguesa era uma aposta arriscada. Gravada em Serpa, *Roseira Brava* antecedeu a sua estreia (a 8 de Janeiro) de uma autopromoção pouco habitual nas produções nacionais (*making of*, gravação de um disco...), mas isso não se revelaria suficiente para cativar o público. Depois de ter exibido no ano anterior o concurso *Casados de Fresco* (um *flop* de audiências), a RTP1 estreava, também em Janeiro, *Tudo pelos Outros*. Esta segunda aposta em produtos da Endemol (um mercado explorado com grande êxito pela SIC) teria uma reincidência, a partir de 3 de Setembro, com outro concurso (*De Par em Par*). Num ano em que comemorava os 40 anos de existência, a RTP não revelou grande argúcia para descobrir conteúdos inéditos, optando várias vezes pelo mimetismo com a TV privada²⁹¹. Curiosamente foi ao aproveitar filões desperdiçados pela SIC que o canal público conferiu alguma originalidade à sua grelha. Para além da aposta nas novelas da NBP, cujo enredo se desenvolvia em diferentes regiões do país, a RTP1, ao iniciar a 29 de Abril uma nova grelha de programação, estreou um formato da produtora Mandala – muito semelhante ao *Jornalouco* que, em tempos, a SIC tivera no ar – que alcançará uma grande popularidade e perdurará muitos anos na grelha: o *Contra-Infirmação*.

De uma Direcção de Informação e Programas composta por elementos da redacção da TV2, mais vocacionada para um jornalismo distanciado dos constrangimentos do mercado e, conseqüentemente, das pressões das audiências, poder-se-ia esperar uma engenharia de programação que atendesse de modo particular à informação. Não foi isso que aconteceu. Nos primeiros quatro meses do ano, a RTP1 apenas emitiu em horário nobre um programa de debate (*Prova Oral*), um vazio certamente avolumado pelas conturbações internas ao nível de quem dirigia o operador público. A partir de Maio, surgiram três programas que se mantiveram até final do ano: um de debate (*Maria Elisa*), outro de reportagem (*Enviado Especial*) e um outro que misturava ambos os géneros, mas centrado no campo do desporto (*Domingo Desportivo*). Surgiu também um *talk show* com traços acentuados do domínio do entretenimento (*Ligações Perigosas*). No Verão, a RTP1 tentou um novo formato dedicado ao jornalismo policial: em Agosto de 1996, estreou *Histórias da Noite*, que se manteve no ar até Outubro²⁹² (cf. Quadro 6).

²⁹¹ Por exemplo, o magazine consagrado a eventos “cor-de-rosa” que a RTP1 estreou a 28 de Julho com o nome *Jet 7* foi demasiado próximo do *Club Vip* que a SIC tinha no ar desde 21 de Abril. Ou, então, *Os Principais*, que apareceu a 6 de Outubro, relembrando o formato do *Mini Chuva de Estrelas* que a SIC exibira no ano anterior.

²⁹² Esta aproximação à oferta televisiva da SIC repetiu-se em Outubro, quando a RTP1 exibiu uma produção francesa intitulada *Crónicas do Século XX*, muito semelhante ao *Século do Povo*, uma série de 26 episódios da BBC que a SIC estreara no mês anterior sobre a história do século XX, com os comentários de Mário Soares – uma estreia do ex-Presidente da República como comentador de televisão. Estes programas, por que se inseriam no género do documentário, não serão analisados neste trabalho.

2.2.2. SIC: uma estação popular com um *late night* para elites

Novelas da Rede Globo, *sitcoms* faladas em português, concursos resultantes de formatos com uma popularidade testada em canais estrangeiros: foi com este tipo de oferta televisiva que a SIC preencheu em 1996 o horário nobre que sucedeu ao *Jornal da Noite*. Na franja que rondava as 23h00, a estação privada colocou debates generalistas e, em horário tardio, emitiu programas centrados em campos temáticos que tanto se vocacionaram para o grande público (como foi o caso do desporto) como para nichos específicos (foi o caso de emissões sobre a vida dos adolescentes ou o universo dos livros).

À semelhança dos dois anos anteriores, foram as novelas brasileiras que asseguraram grande parte dos altos índices de audiência da SIC. Paralelamente a conteúdos falados em português do Brasil, as *sitcoms* produzidas em Portugal²⁹³ e os concursos²⁹⁴ completaram quase sempre a franja horária entre as 21h00 e as 23h00. Em ano de Campeonato Europeu de Futebol (em Junho) e de Jogos Olímpicos (em Julho) cujos direitos de transmissão pertenciam à RTP, a SIC encheu o seu Verão televisivo com várias e surpreendentes novidades²⁹⁵. É certo que, com o aparecimento das estações privadas, as estreias deixaram de ocorrer apenas nas temporadas de Primavera e de Outono, momentos propícios à chamada *rentrée*, mas também é verdade que o período de veraneio, caracterizado por uma drástica diminuição do consumo televisivo, é o menos indicado para investir em projectos de envergadura. O ano de 1996 foi a excepção, porque o operador público retinha em casa uma massa considerável de pessoas atraída por empolgantes desafios de futebol, no caso do Europeu, e assinaláveis provas desportivas, no caso dos Jogos Olímpicos de Atlanta. A SIC, para além de criar apontamentos desses eventos com o *Diário do Europeu* e o *Diário Olímpico*, respondeu, sobretudo, com uma programação de entretenimento, colocando estrategicamente as novelas da Globo à hora dos desafios de futebol. No final do Campeonato Europeu, o director-geral do canal privado, Emídio Rangel, acusava o operador público de ter desprezado o público feminino, ao sustentar a audiência na transmissão de jogos futebolísticos, argumentando que é possível “*ser líder sem o futebol*” (“*Público*”, 4 de Julho de 1996). Ainda que o Europeu e os Jogos Olímpicos tenham garantido à RTP substanciais audiências à hora da transmissão dos jogos e dos principais eventos desportivos, esse público não se transferiu para programas contíguos. Em 1996, a liderança da audimetria pertenceu à SIC e Rangel diz que essa vitória é tributária do “*enorme respeito pelas preferências (dos portugueses)*” (“*TV Mais*”, 4 de Outubro de 1996).

²⁹³ *Malucos do Riso, Pensão Estrela, Táxi, Os Trapalhões em Portugal, Camilo & Filho e Sai da Minha Vida* foram algumas das *sitcoms* que preencheram grande parte dos serões nocturnos em 1996.

²⁹⁴ Para a produção desse tipo de programas, que correspondem quase sempre a formatos, a SIC junta à Endemol (que, nessa altura, trabalhava também para a RTP) a *Teresa Guilherme Produções*, dirigida por uma apresentadora que se transferira da empresa pública para este canal privado. Essa produtora surpreendera, em finais de 1995, com o êxito *Não se Esqueça da Escova de Dentes*. Em 1996, foi responsável pela produção de *Ai os Homens, Ousadias e Cantigas da Rua*.

²⁹⁵ Por exemplo: as Marchas Populares de Lisboa; uma série estrangeira de efeitos espectaculares, gravada parcialmente em Lisboa (*As Viagens de Gulliver*); o circo; uma série de grande sucesso da autoria de Filipe La Féria (*Jasmim ou o Sonho do Cinema*); a *sitcom Sai da Minha Vida*; um concurso itinerante de música que percorre as principais cidades do país apresentado pelo vocalista dos Delfins Miguel Ângelo (*Cantigas da Rua*).

Tornando o horário nobre cativo de conteúdos de entretenimento, a SIC reservava a franja mais tardia (depois das 23h00) para programas de informação que atingiram um número expressivo precisamente num ano em que a estação pôs fim a um formato que ficará como uma referência para o jornalismo de proximidade: depois de cerca de 800 emissões, *Praça Pública* desapareceu a 2 de Fevereiro de 1996. Esteve no ar, de 2.^a a 6.^a feira, durante quase quatro anos. Para além do *Jornal da Noite*, este período ficará, sobretudo, marcado por programas de informação semanal que introduzem alguma inovação no jornalismo televisivo. Se nos debates generalistas a RTP contava com José Eduardo Moniz e Maria Elisa, na SIC este género de programação foi entregue, até Julho, a Miguel Sousa Tavares e a Margarida Marante e, a partir de Outubro, apenas a esta última, que coordenava e apresentava *Esta Semana*. No campo da informação temática, a SIC insiste, nestes anos, em manter alguns dos seus programas. *Casos de Polícia*, *Donos da Bola*, *A Noite da Má-Língua*, *Internacional SIC* e *Flashback* foram formatos que surgiram entre 1993 e 1994, o que significa que se mantinham no ar há pelo menos dois anos. Misturando a reportagem com o debate em estúdio (como *Casos de Polícia*, *Donos da Bola* e *Internacional SIC*) ou fazendo-se apenas com convidados que em estúdio comentavam uma parte da actualidade (como *Noite da Má Língua* e *Flashback*), todos têm em comum o facto de terem sido mais pró-activos do que reactivos em relação àquilo que constituía o seu referente. Com excepção de *Internacional SIC* e *Flashback* (que não reaparecem em horário nocturno na grelha de Outono), todos atravessam o ano de 1996 sem grandes percalços. No que diz respeito a estreias, a SIC criou, neste período, dois formatos centrados em áreas que, à partida, seriam mais atractivas para um público minoritário, como era o caso dos livros e dos problemas da adolescência. *Escrita em Dia* e *Verdes Anos* foram programas coordenados e apresentados por jornalistas que se estruturavam através da conversa que se desenvolve em estúdio²⁹⁶. Em Maio, a SIC adoptou um género que dava título ao programa: *Grande Reportagem*, um formato que proporcionará alguns prémios aos jornalistas responsáveis por determinadas reportagens e que garantirá à estação altos índices de audiência (Cf. Quadro 6).

2.2.3. TVI: um canal à deriva

Se os accionistas da Quatro não conseguiram um entendimento em torno de um plano de viabilização económica para uma empresa onde se avolumavam dívidas, também não se encontrou naqueles a quem competia gerir a oferta televisiva uma linha estratégica de fundo, embora isso tivesse sido amplamente publicitado. Se em Maio se anunciou Setembro como o “*mês M*” da TVI, esse ânimo que levava a proclamar a renovação da TVI cedo se transformou no reconhecimento de uma política de programação pouco sustentada pela administração da empresa e mal sucedida junto do público.

Em finais de Maio, o director de Antena da TVI anunciava uma “*nova*” estação que se tornaria visível em duas fases: uma que começava a 10 de Junho com transformações pontuais na grelha (“*um pouco*

²⁹⁶ Colocados em horário bastante tardio, estes programas eram emitidos, em reposição, na manhã seguinte.

o 'hall' de entrada") e outra que apareceria em Setembro, "o mês 'M' da TVP", altura em que o canal teria uma oferta televisiva renovada e mudaria de instalações ("Público", 26 de Maio de 1996). Um dia depois da apresentação de um novo logótipo, de uma outra imagem e de uma diferente grelha, ou seja, a 10 de Setembro, lia-se no "Público" a seguinte afirmação de Carlos Cruz: "Foram quatro meses que ultrapassaram a visão mais pessimista e só o compromisso público que tinha assumido me impediu de desistir". À edição de 13 de Setembro de 1996 da "TV Mais", as palavras do director de Antena eram ainda mais desencantadas: "Nas circunstâncias actuais, não vejo possibilidade de ir mais longe e transformar a TVI numa estação competitiva por forma a conquistar o público e ganhar a confiança dos investidores. A TVI estava muito pior do que eu supunha". Para além das dificuldades financeiras, que eram consideradas o maior problema, Cruz apontava outros aspectos: 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 de muitos profissionais do canal... Ainda assim, divulgou-se a nova grelha como "uma alternativa" aos canais concorrentes, acreditando-se que, com isso, atrair-se-iam novas audiências. O que nunca aconteceu. Por isso, antes do ano terminar, o director de Antena abandonou o cargo, não tendo conseguido, nos meses em que ocupara essas funções, operar uma mudança de fundo. Apenas houve pequenos reajustamentos que foram insuficientes para despertar a atenção do grande público. No que diz respeito à oferta televisiva, a grande novidade do ano apenas apareceu a 15 de Dezembro, quando se estreou em horário nobre a novela brasileira *Xica da Silva*, realizada por Walter Avancini para a Rede Manchete, e que marcava uma certa inversão na lógica de programação do canal.

Em 1996, a informação semanal não teve grande visibilidade na grelha da TVI. No primeiro semestre, este canal emitiu três programas semanais que incidiam na actualidade internacional (*Jornal do Mundo*), na área económica (*Jornal de Negócios*) e em acontecimentos culturais (*Primeira Fila*). Com uma duração de cerca de 30 minutos, todos eles eram noticiários temáticos que, através de peças de curta duração, davam conta daquilo que se considerava ser mais importante no campo em que se centravam. Em termos de debates, a TVI teve no ar, de Janeiro a Julho, *Grande Plano* que, em Setembro, deu lugar a *Sem Reservas*, também apresentado por Fernanda Mestrinho. Nesta altura, surgiram dois novos formatos: um de entrevistas (*Carlos Cruz*) e outro de grande reportagem (*Pontos nos Is*), mas desapareceram, em horário nocturno, os programas temáticos que tinham preenchido alguns serões na primeira metade do ano (Cf. Quadro 6).

Quadro 6: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 1996

Programas	Canal	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<i>Prova Oral</i>	RTP	█	█	█									
<i>Domingo Desportivo</i>	RTP					█	█		█	█	█	█	█
<i>Maria Elisa</i>	RTP					█	█	█	█	█	█	█	█
<i>Enviado Especial</i>	RTP					█	█	█	█	█	█	█	█
<i>Histórias da Noite</i>	RTP								█	█	█		
<i>Ligações Perigosas</i>	RTP					█	█	█	█				
<i>Crossfire</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨					
<i>Esta Semana</i>	SIC										▨	▨	▨
<i>Noite da Má Língua</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨		▨	▨	▨	▨
<i>Casos de Polícia</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨			▨	▨	▨
<i>Donos da Bola</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨			▨	▨	▨	▨
<i>Flashback</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨					
<i>Internacional SIC</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨					
<i>Verdes Anos</i>	SIC				▨	▨	▨	▨		▨	▨	▨	▨
<i>Escrita em Dia</i>	SIC					▨	▨	▨		▨	▨	▨	▨
<i>Grande Reportagem</i>	SIC					▨	▨	▨	▨	▨			
<i>Conversas Secretas</i>	SIC											▨	▨
<i>Jornal do Mundo</i>	TVI	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩					
<i>Jornal de Negócios</i>	TVI	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩					
<i>Primeira Fila</i>	TVI	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩					
<i>Grande Plano</i>	TVI	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩					
<i>Sem Reservas</i>	TVI									▩	▩	▩	▩
<i>Carlos Cruz</i>	TVI									▩	▩	▩	▩
<i>Pontos nos Is</i>	TVI									▩	▩	▩	▩

Fonte: Markttest

2.3. Programas de informação: quem fala do quê nos *plateaux* televisivos

2.3.1. Debates que reproduzem e debates que contestam a lógica (política) dominante

No primeiro semestre de 1996, os canais generalistas têm no ar debates semanais que elegem como tema principal a política, aproximando-se desse campo por caminhos distintos. Na RTP1, *Prova Oral* faz-se com as elites políticas que falam daquilo que circula com visibilidade no espaço público político que a respectiva ac(tua)ção estrutura. Na SIC, *Crossfire* chama para estúdio quem representa o poder, mas também quem se assume como contra-poder e com ambos os lados (re)cria polémicas, devolvendo à esfera pública outros contornos de tópicos aos quais cada emissão confere outra amplitude, acentuada por entrevistadores que, no final, dispõem de um tempo específico para fazerem um comentário ao que foi dito. Na TVI, *Grande Plano* institui um fórum, imune a grandes conturbações, onde se destacam temas e interlocutores que, embora nem sempre ocupem o topo dos alinhamentos da actualidade noticiosa, integram a agenda mediática. Comum a estes três programas é o perfil dos convidados: prioritariamente homens políticos com projecção pública, nomeadamente ministros, deputados e autarcas. No segundo semestre, a RTP1 e a SIC desviam-se de debates e entrevistas que incidam prioritariamente na política e nos políticos, mas as emissões da TVI de debate ou de grande-entrevista permanecem centradas nesse campo.

Prova Oral construiu, até Março, aquilo que poderia ser um espelho do Parlamento português: um lugar onde ministros e deputados trocam argumentos à volta de determinadas opções políticas, mediante uma agenda previamente estabelecida. Assim foi o debate conduzido por José Eduardo Moniz e Maria Elisa: mais do que introduzir novos temas no espaço mediático, adoptou-se uma linha editorial reactiva a factos já integrados na actualidade noticiosa. Na primeira emissão do ano (17/01), discutiu-se, com quatro deputados ligados a partidos com assento parlamentar, aquilo a que se chamou “*a nova era na política portuguesa*”, analisando-se sobretudo as consequências da eleição presidencial cujo vencedor tinha sido o candidato apoiado pelo PS. No último programa (27/3), fez-se uma antevisão do Congresso do PSD, criando-se, desse modo, uma espécie de agenda mediática daquilo que a televisão julgava importante. Ainda que a escolha dos interlocutores correspondesse a uma certa descentralização do debate – na medida em que se convidaram pessoas de comissões distritais fora de Lisboa – a opção de discutir o Congresso com os barões do PSD cujas posições eram sobejamente conhecidas da opinião pública retirava à emissão parte da novidade que pudessem criar. Pelo meio, ficaram programas que conferiam centralidade temática a áreas como as da educação (13/3) e da justiça (21/3), mas que foram puxadas para o campo político, porque se escolheu como convidado central o ministro da respectiva tutela. Apenas por uma vez se extravasou esta linha editorial: quando se promoveu um debate sobre “*o suicídio na adolescência*”²⁹⁷ com um psiquiatra, uma académica e um elemento da Confederação das Associações de Pais (14/2). Todas as outras emissões foram essencialmente políticas, onde os políticos – principalmente ministros, deputados ou militantes do PS e do PSD – tiveram sempre lugar cativo. Tal como na Assembleia da República.

²⁹⁷ Na altura, este tópico estava na ordem do dia devido a um suicídio de três jovens que se atiraram do cimo de um viaduto de Lisboa.

Quadro 7: Temas dos programas de debate e/ou entrevista dos canais generalistas em 1996

Programas	Canal	Género	Temática			
			Macro-temas		Micro-temas	
			Política	Áreas Estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento/Bem-estar pessoais
<i>Prova Oral</i>	RTP	Debate	7	-	-	1
<i>Crossfire</i>	SIC	Debate/Entrevista	12	5	7	1
<i>Grande Plano</i>	Quatro	Entrevista	13	8	4	-
<i>Sem Reservas</i>	Quatro	Debate/Entrevista	5	2	-	1
<i>Carlos Cruz</i>	Quatro	Entrevista	6	4	-	2

Sendo o programa de debate com maior número de emissões em 1996 (26), *Crossfire* tem um formato que o aproxima de *Prova Oral*. Ambos são moderados por dois jornalistas – Margarida Marante e Miguel Sousa Tavares na SIC e Maria Elisa e José Eduardo Moniz na RTP1 –, ambos seguem a actualidade noticiosa do país, ambos privilegiam a política e os políticos. No entanto, o debate da estação privada distingue-se por colocar em cena um diálogo mais musculado entre entrevistadores e entrevistados, uma tematização instituinte de actualidade noticiosa e, na parte final, um comentário em que os moderadores tomam posição sobre a entrevista, elevando ao grau máximo o traço que Barbie Zelizer (1993) atribui aos jornalistas: o de “*comunidade interpretativa*”.

Se *Prova Oral* discutiu as consequências da eleição presidencial a 17 de Janeiro, *Crossfire* tinha feito isso a 2 de Janeiro. Se Maria Elisa e José Eduardo Moniz entrevistaram o presidente do Partido Popular a 6 de Março, Margarida Marante e Sousa Tavares haviam convidado o líder do PP a 16 de Janeiro. Se o debate da estação pública destacou o Congresso do PSD na véspera, ou seja, a 27 de Março, o debate do canal privado já o antecipara a 13 de Fevereiro. Se *Prova Oral* mostrou interesse em entrevistar Rui Mateus, autor do livro *Memórias de um PS Desconhecido*, e não o conseguiu fazer, o polémico militante do partido socialista estava a 6 de Fevereiro nos estúdios de *Crossfire*. Não se afastando daquilo que estruturava o espaço público político, o debate da SIC assumiu uma linha pró-activa nos temas que destacava e os respectivos entrevistadores adoptaram uma postura de alguma agressividade perante entrevistados que apareciam quase sempre envolvidos numa certa polémica. Era, pois, num clima de uma certa crispação que se desenrolava cada uma das emissões, o que exigia dos convidados determinadas qualidades mediáticas: discurso assertivo; capacidade de rápida contra-resposta; intervenções expressivas que chamassem a atenção de uma audiência mobilizada pelo registo opositor assumido pelos moderadores. Tendo em conta estes requisitos, é pertinente a observação de Sánchez Noriega (1997: 254): “*Hoje seria improvável que alguns líderes de épocas pré-mediáticas tivessem existido*”²⁹⁸.

²⁹⁸ Cf. Estudo de Nilza Sena (2002) sobre os principais debates televisivos enquadrados em campanhas presidenciais.

Quadro 8: Perfil dos convidados dos debates e das entrevistas dos canais generalistas em 1996

Programas	Políticos	Cargos	Profs Investig	Juristas	Jornalistas	Economista Empresários	Médicos Psicólogos	Religiosos	Indústrias Culturais	Jet 7	Sindicatos Associações	Crianças Jovens
<i>Prova Oral</i>	15	-	1	-	-	-	1	1	-	-	2	-
<i>Crossfire</i>	16	2	1	1	-	1	2	1	-	-	8	-
<i>Grande Plano</i>	12	2	1	2	-	-	-	1	4	-	2	1
<i>Sem Reservas</i>	7	4	2	-	1	1	-	1	2	-	2	-
<i>Carlos Cruz</i>	6	-	-	-	1	-	1		3	2	-	-
Total	56	8	5	3	2	2	4	4	9	2	14	1

Em *Crossfire*, a política foi o tópico mais recorrente em programas que tiveram como convidados centrais ministros (5), destacados militantes do PSD (4), do PS (3) e do PP (3) e o presidente do município de Lisboa, ou seja, interlocutores para quem a linguagem televisiva não era desconhecida. Embora a política fosse privilegiada, temas estruturais – a macro-economia, a saúde, a justiça e a religião – e tópicos mais próximos da vida quotidiana – questões laborais, casos de polícia, problemas sociais e formas de auto-percepção do país que somos – constituíram igualmente mote para certas emissões que tiveram como principais interlocutores as elites: pessoas que ocupavam altos cargos institucionais, académicos, magistrados, economistas, médicos, dirigentes associativos ou sindicais. Poder-se-ia contrapor que, seguindo um modelo que polemiza o discurso do convidado, *Crossfire* é, sobretudo, um programa que poria em causa o discurso dominante. Haverá outra interpretação, na medida em que a (momentânea) conflituosidade criada no *plateau* acentua a visibilidade mediática do convidado, o que legítima (mais) o seu lugar de dominação no espaço público contemporâneo. Na parte final, depois de o entrevistado ter abandonado o estúdio, Marante e Sousa Tavares fazem as suas apreciações críticas àquilo que se passara, numa cópia do formato americano que, com o mesmo título, a CNN exibia desde 1982²⁹⁹. Será esta uma fórmula que acentua o crescente vedetismo de certos entrevistadores televisivos e que confere maior relevo ao poder da televisão enquanto meio mobilizador do debate democrático. A este propósito, Wunenburger fala em “*espectáculo político em nome de um direito ou dever de liberdade crítica*” (2000: 108). Por vezes, assim é. Esses comentários ampliavam frequentemente a polémica que o convidado desenhara durante a entrevista. Por exemplo, a 9 de Janeiro, o presidente do Futebol Clube do Porto, Pinto da Costa, foi entrevistado e, no remate do programa, Sousa Tavares critica o trabalho dos jornalistas desportivos e isso transporta-o, a 2 de Fevereiro, até *Donos da Bola*, o programa da 6.ª feira à noite da mesma estação, para discutir com o director de “*A Bola*” a relação da imprensa desportiva com os clubes de futebol.

²⁹⁹ *Crossfire* estreou-se, na CNN, em 1982, tendo como moderadores o democrata Michael Kinsley e o republicano Pat Buchanan. Os apresentadores da SIC tenderam a acentuar as diferenças. Para Sousa Tavares, “no programa original existe uma quase total igualdade de posições entre entrevistadores e entre entrevistados – às vezes os entrevistadores em posição dominante”, assegurando que “não será este o caso da versão portuguesa”, embora reconheça que “não será daquelas entrevistas formais a que as pessoas estão habituadas” (“*TV Mais*”, 24 de Novembro de 1995).

Aos debates, a TVI prefere as entrevistas conduzidas por moderadores que adoptam um papel mais consensual com os convidados, com quem conversam sobre factos da actualidade nos quais esses interlocutores estão envolvidos ou sobre aspectos menos públicos do seu percurso de vida sem, no entanto, entrarem em territórios da intimidade³⁰⁰. Tendo um propósito informativo, as entrevistas e debates da TVI não subalternizam as estratégias de sedução de audiências. São elas que subjazem à opção de incluir, em certos formatos, rubricas de humor e à inclinação em chamar para o *plateau* actores das indústrias culturais, com modos de estar e de falar que arrastam manifestos sinais de uma estética do universo do *show*. É esta diluição de fronteiras entre *informar* e *entreter* que também caracteriza os contratos de comunicação da “neo-TV”, embora, no caso da TVI, esse esbatimento não seja acentuado. *Grande Plano*, *Sem Reservas* e *Carlos Cruz* são, acima de tudo, espaços informativos que, andando pelas margens de territórios explorados pela SIC e pela RTP1, reproduzem semanalmente ideologias dominantes. Pelos temas escolhidos: maioritariamente políticos; e pelos convidados seleccionados: pessoas que, não sendo figuras de primeira linha, são interlocutores conhecidos da opinião pública e com prestígio no interior do respectivo grupo.

No primeiro semestre do ano, Fernanda Mestrinho conduziu *Grande Plano* onde se destacava um convidado que, para além de se confrontar com as perguntas da entrevistadora, tinha a possibilidade de escolher previamente um tema para reportagem, tomando, assim, de empréstimo as funções de chefe de redacção. Em cada emissão era ainda exibida uma rábula do actor Carlos Paulo, que incarnava as figuras do crítico de televisão *Zap dos Reis* ou do comentador político *Prosápio dos Reis*, evidenciando-se aí não só uma marca da contaminação da oferta televisiva de entretenimento que, neste período, era dominada por formatos de humor, mas também um sinal de que a informação, ao adoptar este modo mais *cool* de encenação, se submetia ao dever mediático de seduzir os telespectadores. Se a entrevistadora reconhece que o “*programa respira melhor quando sai do registo político*” (“*TV Guia*”, 23 de Março de 1996), a verdade é que a política estruturou a maior parte das emissões e os políticos foram os que mais vezes ocuparam o estúdio de *Grande Plano*³⁰¹: ora para falarem das pastas ministeriais que tutelavam ou da vida interna dos partidos, notando-se, em grande parte das emissões, uma grande dependência da agenda política³⁰². Tal como acontece com os debates das outras estações, os mais presentes são os militantes do PS e do PSD³⁰³. A segunda categoria mais solicitada por Fernanda Mestrinho são os actores das indústrias culturais, que, de certa forma, (re)estabelecem uma linha de continuidade com a rábula que encerra o programa³⁰⁴. Esta opção

³⁰⁰ Por exemplo, em entrevista à “*TV Guia*” (n.º 879 Dezembro de 1995) Fernanda Mestrinho garante ter agora um “*perfil menos agressivo*” e essa postura tornar-se-ia visível nos seus programas. Quando em *Grande Plano* o convidado foi o cantor Correia Marques (3/5), a jornalista introduziu a conversa assim: “*Por detrás deste artista português, está sempre uma personalidade. É sobre isto que vamos falar*”. Também Carlos Cruz seguiu um caminho similar.

³⁰¹ Os políticos participam em 12 emissões, um número que aumentará ao ter em conta que Pedro Lynce, convidado enquanto presidente do Comité Olímpico Português, era militante do PSD; António Barreto, Medina Carreira e Elisa Damião, interpelados, respectivamente, enquanto professor universitário, jurista e sindicalista, pertenciam ao PS.

³⁰² Por exemplo, o ministro da Administração Interna, Alberto Costa, é convidado de *Grande Plano* numa semana marcada por incidentes entre a Polícia e a população de Santo Tirso (1/3); Rui Manchete, figura destacada do PSD, conversa com Fernanda Mestrinho na véspera do Congresso do seu partido (22/3).

³⁰³ Atendendo apenas àqueles que foram entrevistados enquanto políticos, nota-se aí uma valorização dos governantes, nomeadamente dos ministros que preencheram seis emissões. Os secretários de Estado ficaram excluídos deste *Grande Plano*.

³⁰⁴ Nesse grupo, regista-se uma assinalável diversidade: o humorista Herman José, o actor Luís Miguel Cintra, o cantor Correia Marques e o escultor Cutileiro. Na última emissão, Fernanda Mestrinho chama a estúdio alguém com características particulares: João Pedro Silva, um fadista de 13 anos.

de introduzir interlocutores do mundo do espectáculo nos *plateaux* dos programas de informação não é um traço distinto dos debates e entrevistas dos canais portugueses. Estudando os mesmos géneros televisivos, Sébastien Rouquette (2001: 184) sublinha esse fenómeno em França, considerando que a “*vaga de cantores, comediantes, escritores, realizadores, animadores e apresentadores marca de forma quase caricatural o momento a partir do qual os imperativos de audiência se tornam incontornáveis*”.

Em finais de Setembro, “*o mês M*” da TVI, nota-se um certo reforço da informação semanal com a estreia de *Sem Reservas* (um formato que substitui *Grande Plano*, mantendo na apresentação a mesma jornalista) e de *Carlos Cruz* (um programa de entrevista intimista da responsabilidade do director de Antena). À aposta neste tipo de programação não correspondeu uma maior diversidade de convidados cujo perfil se apertava num número reduzido de categorias, continuando os políticos a constituir-se como o grupo mais representativo, seguido dos actores das indústrias culturais.

Em *Sem Reservas*, os convidados falavam sobretudo do seu trabalho, ou seja, daquilo que era do domínio público. O lugar de destaque do *plateau* foi (quase) sempre guardado para o protagonista do assunto em destaque. Como grande parte das temáticas em debate incidia no campo político, seria redundante determo-nos no perfil dos interlocutores mais solicitados. A emissão de estreia é paradigmática daquilo que se passará nas semanas seguintes. A 26 de Setembro, o ministro da Economia é o convidado central para falar do (seu) “*Plano Mateus*”, confrontando-se em estúdio com as questões do coordenador da CGTP e do académico Vasco d’Orey, conhecido também pelas ligações ao CDS-PP.

Carlos Cruz segue uma estratégia diferente, procurando fazer uma espécie de exercício de introspecção com os seus entrevistados, a maior parte dos quais são políticos que, em estúdio, se vêem confrontados com perguntas centradas na “*personagem privada do homem público*”. Esta mistura do *homo politicus* com o *homo psychologicus* corresponderá a uma tendência actual para a publicitação do espaço privado que se torna numa espécie de *bulimia* da contemporaneidade, se retomarmos aqui a metáfora de Lipovetsky (1983: 51). Neste quadro, coloca-se a questão se saber se essa linha editorial centrada num registo de proximidade com o entrevistado facilita uma melhor compreensão da vida pública dos convidados. Erik Neveu, especialista em ciência política, considera “*duvidoso que a descoberta da personalidade privada dê aos telespectadores menos politizados o que eles precisam para a percepção do político*” (“*Politix*”, n.º 37, 1997). *Carlos Cruz* diz que não tem pretensões de tratar a actualidade, assumindo o seu programa, antes, como “*uma conversa com uma pessoa interessante*” com o fim de “*despertar a curiosidade do público*” (“*TV Guia*”, n.º 925, Outubro de 1996).

2.3.2. A crescente visibilidade das questões sociais nos debates televisivos

Se o domínio público é progressivamente habitado por códigos privados e a esfera privada está cada vez mais dominada por lógicas do espaço público, essa contaminação demorou algum tempo a conquistar os

debates e as grandes-entrevistas dos canais generalistas. É certo que esse esbatimento de fronteiras tinha sido posto em marcha com os *talk shows* que surgiram nos primeiros anos da era da desregulamentação televisiva, mas a expansão para outros programas de informação semanal tornar-se-á visível a partir de 1996 com *Maria Elisa*. Integrando o mundo do vivido – o comum e o privado – numa acção estratégica conduzida pela racionalidade comunicacional (evidenciada no número de especialistas que ocupam o respectivo *plateau*), a linha editorial de *Maria Elisa*, que desenhava um espaço público próximo do quotidiano, confere alguma originalidade aos debates televisivos que não passa despercebida a formatos semelhantes, principalmente a *Esta Semana*, que a SIC estreia na temporada de Outono e que vai para o ar no mesmo serão (5.^a feira).

Ao longo dos seis meses de emissão (de Maio a Dezembro), *Maria Elisa* apenas por uma vez colocou a política no centro das discussões, quando se falou do “*poder local e da regionalização*” (13/6) e os respectivos actores também foram alvo de uma acentuada desvalorização. “*Estou um bocado farta dos políticos*”, diz a jornalista à edição de 2 de Maio de 1996 do “*Público*”. Ao percorrer as temáticas de todos os programas, nota-se uma preocupação em cruzar diferentes facetas da vida de todos os dias. Ora chamando para debate tópicos relacionados com o mundo comum que todos atravessamos (a dificuldade em arranjar o primeiro emprego, a violência policial, o racismo, o alcoolismo, ...); ora discutindo aspectos idiossincráticos a cada um de nós, mas vividos por muitas outras pessoas (a opção pelo casamento ou pela união livre, a importância do pai na vida de uma criança, a obesidade e as dietas, os problemas afectos à velhice e às mães solteiras...). Pelo meio, houve emissões que se detiveram em aspectos macro-estruturais (como a educação, a religião ou o património arquitectónico) e que misturaram no *plateau* especialistas da área em causa com o cidadão comum, interpelado a dar testemunho das suas experiências. *Maria Elisa* também elegeu, algumas vezes, temáticas habitualmente arredadas deste género televisivo. Como a cosmética (27/6), a música “pimba” (8/10) ou a dor (10/12). Foi um espaço argumentativo, mas também afectivo, que este debate criou semanalmente no canal generalista público. E que contaminou, em diferentes graus, outros debates. Uma semana depois da estreia deste formato, *Crossfire* (SIC) destacava as questões de género (7/5), entrevistando a presidente da Comissão para a Igualdade das Mulheres, Lígia Amâncio³⁰⁵. No entanto, a maior influência notar-se-á no debate que surge na grelha de Outono da SIC.

Não tão próximo de temas que cruzam o quotidiano como *Maria Elisa*, mas não tão intrincado no campo político como *Crossfire*, *Esta Semana*, que se estreia a 8 de Outubro na SIC, segue uma linha editorial que colocava no ecrã problemáticas que, afectando em diferentes graus a vida dos cidadãos, tinham uma ligação estreita a diferentes instituições (o crime e a insegurança, o tratamento da toxicodependência, o preço dos medicamentos, o segredo de justiça, ...). Não se pense, porém, que a política desapareceu neste novo debate. Ela esteve presente não só na abordagem de temas sociais como constituiu um tópico central de algumas emissões que se debruçaram sobre assuntos que estavam ou viriam a estar na agenda mediática (o

³⁰⁵ Sublinhe-se que este tópico costumava, até então, ascender a notícia aquando do Dia Internacional da Mulher, a 8 de Março.

futuro político do presidente do Governo Regional da Madeira, as conhecidas polémicas do “*cinenegócio*”, as várias contestações de que era alvo o Governo...).

Quadro 9: Temas dos programas de debate e/ou entrevista dos canais generalistas em 1996

Programas	Canal	Género	Temática			
			Macro-temas		Micro-temas	
			Política	Áreas Estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento/Bem-estar pessoais
<i>Maria Elisa</i>	RTP	Debate	1	5	6	11
<i>Esta Semana</i>	SIC	Debate/entrev.	4	4	3	-
<i>Ligações Perigosas</i>	RTP	<i>Talk show</i>	-	-	-	13

De Maio a Agosto, a RTP1 coloca no ar o *talk show* *Ligações Perigosas* que destaca questões relacionadas com o domínio privado que circulam pelo espaço público como estereótipos, determinando aquilo que também somos³⁰⁶. Cada emissão desenvolve-se em permanentes e diversas dicotomias: público/privado; homens/mulheres; informação/ficção; mundo referencial/mundo virtual; razão/emoção. É a junção de pólos distintos e aparentemente irreconciliáveis que se pretende fazer, um desafio, aliás, explicitado no título deste *talk show* e naqueles a quem é entregue a respectiva apresentação: dois casais que integram, por um lado, a jornalista Paula Moura Pinheiro e o académico Nuno Rogeiro, por outro, o psiquiatra Júlio Machado Vaz e a “BB”, uma boneca virtual com traços semelhantes a Marilyn Monroe. Seria este o formato que se aproximaria da actual reconfiguração da sociedade contemporânea onde o público e o privado se confundem cada vez mais, mas dele estavam excluídos traços que o subtraíssem do domínio do entretenimento: o debate dos fundamentos da pergunta de cada emissão e a discussão argumentativa daquilo que determinava a posição oposta de homens e mulheres. Paula Moura Pinheiro e Nuno Rogeiro não tinham competência profissional para isso; os convidados muito menos; o psiquiatra Júlio Machado Vaz circunscrevia a sua participação a uma curta rubrica. Poder-se-á afirmar que esse era o papel da “BB”. No entanto, a sua inclusão no programa assumiu-se mais como um elemento de acentuado entretenimento do que como instância explicativa das problemáticas expostas pelo traço do espectacular³⁰⁷.

Atravessando seis meses do ano de 1996, *Maria Elisa* introduziu mudanças assinaláveis na selecção dos convidados de um debate. É certo que aparecem aí grupos que não constituem uma novidade, como os sindicatos e associações³⁰⁸, os políticos³⁰⁹ e os detentores de cargos públicos, mas há outros que conquistam

³⁰⁶ Por exemplo: a infidelidade é uma aventura para os homens e um pecado para as mulheres?; o que faz os homens e as mulheres ficarem à beira de um ataque de nervos?; duas carreiras cabem na mesma casa?.

³⁰⁷ O programa conta com a presença da banda *Os Amigos da Salsa* e com os movimentados passos de dança de Ernesto Acosta e Graça Pinto, dois bailarinos profissionais especialistas em danças latino-americanas.

³⁰⁸ No que diz respeito aos sindicatos e associações, nota-se uma predominância de interlocutores ligados a grupos profissionais (médicos, clubes de futebol, autarcas, empresas de distribuição, professores, industriais) e a estruturas de beneficência ou de ajuda humanitária (Abraço, Amnistia Internacional, Ajuda de Mãe, Defesa do Ambiente, Defesa do Consumidor, Liga de Deficientes Motores). Paralelamente a estes grupos mais conhecidos da opinião pública, *Maria Elisa* faz também emergir outros menos conhecidos (por exemplo, os Amigos da Saúde e do Vinho ou a Associação de Moradores das Torres da Bela Vista).

³⁰⁹ Dos cinco políticos que intervêm em *Maria Elisa*, quatro são governantes e uma é deputada do PCP.

uma visibilidade acrescida. É o caso dos actores das indústrias culturais; dos médicos e dos jornalistas. Estes últimos ocupam o *plateau* não como co-moderadores ou comentadores, mas para falarem das suas experiências pessoais e profissionais. Também o cidadão comum adquire o direito à palavra neste debate do canal público. Uma palavra que não é de opinião acerca daquilo que se passa, mas que procura espelhar vivências individuais que serão, depois, enquadradas por especialistas³¹⁰. Este formato, mais do que discutir temáticas políticas, debate problemáticas sociais, procurando, por isso, vozes que liguem o caso concreto a situações genéricas nas quais os telespectadores tenham possibilidade de se reflectir. Sonia Livingstone e Peter Lundt (1994) afirmam que a coabitação de testemunhos vividos com a intervenção de peritos seria, à partida, desfavorável a estes últimos, na medida em que um depoimento carregado de emoção e implicação pessoal teria mais força do que uma explicação. Não é exactamente isso que se passa em *Maria Elisa*, porque cada emissão está centrada na busca de explicações que possam ser generalizáveis a um conjunto de pessoas, ultrapassando-se, desse modo, os casos pessoais³¹¹. Dos especialistas convidados, destacam-se os médicos e, de entre eles, os mais solicitados são os psiquiatras (6) aos quais se juntam alguns psicólogos (7). A estes *psis*, acrescentam-se especialistas em Cirurgia Estética, Dermatologia, Neurologia, Neurocirurgia e Pediatria. Se excluirmos esta última, as especialidades médicas mais valorizadas têm uma ligação directa com o bem-estar físico (aparência) e mental (personalidade/auto-imagem) dos cidadãos. Outro grupo numeroso neste debate é o dos actores das indústrias culturais, que apresenta, no seu interior, uma diversidade onde sobressaem inopinados perfis. Talvez fossem esperados em *Maria Elisa* interlocutores das áreas da comunicação. E eles aí estiveram: apresentadores de programas, publicitários, relações-públicas e editores. Talvez fosse previsível encontrar artistas plásticos, produtores de moda e actores de teatro. E eles apareceram em número considerável. O que talvez fosse menos calculável era que um debate se abrisse a cantores de música popular. Ao dedicar um programa à chamada “*música pimba*” (8/10), Maria Elisa encheu o estúdio com intérpretes da música popular (Ágata, Ruth Marlene, Iran Costa, Emanuel, Correia Marques...) e os cantores misturaram as suas intervenções com algumas músicas, entoadas a partir da cadeira onde estavam sentados. Por exemplo, Toy cantarolou “*Chama o António*”... No que diz respeito ao cidadão comum, notam-se igualmente algumas alterações. É verdade que a maior parte das pessoas é chamada a estúdio no papel de vítimas (de doença, de racismo, de violência policial ou doméstica, de situações laborais precárias, de relações afectivas fracassadas), mas aparecem igualmente interlocutores que, apesar da sua história de vida ser atravessada por um traço negativo, são exemplos de reacção à adversidade. Por exemplo, um pai viúvo que enfrenta sozinho a educação dos filhos (11/7); um casal cuja idade avançada não lhe subtrai ânimo para

³¹⁰ Para Maria Elisa, a parte mais complicada da preparação do programa “*é saber onde encontrar pessoas capazes de darem testemunho pessoal sobre o tema e de integrarem o tema num contexto mais vasto, sociológico, psicológico*”. Quanto à natureza do seu debate, a jornalista diz que o seu espaço televisivo “*procura ser ao mesmo tempo um reality show onde se joga com o aspecto emocional do testemunho pessoal e tenta também ser um espaço de análise*” (“*TV Guia*” n.º 922, Outubro de 1996).

³¹¹ Por exemplo, a 10 de Dezembro, Maria Elisa elege como tema a dor, destacando, por um lado, exemplos paradigmáticos para saber como se vivem e como se atenuam episódios dolorosos e, por outro, as explicações de especialistas. Para o primeiro caso, ouviu a jornalista Clara Ferreira Alves falar de uma dor de cabeça que a levou a ser operada inesperadamente e conversou com a viúva de David Mourão Ferreira que se deteve na reconstrução do seu quotidiano depois de ter morrido o marido com quem vivera 30 anos. Para o segundo, chamou o neurocirurgião João Lobo Antunes, o director do Departamento de Anestesia da Unidade de Tratamento da Dor do IPO, a presidente da Abraço, um elemento da Associação Portuguesa da Dor e um padre.

frequentar a Universidade da Terceira Idade (25/7); uma mulher cuja deficiência motora não a impede de ser educadora de infância; (15/10). Sublinhem-se ainda os casos que, não tendo grande projecção mediática, introduzem um direito à palavra no seio de grupos que tinham estado a ser excluídos dos debates televisivos. Ao contrário daquilo que acontecera noutros programas semelhantes, Maria Elisa chama para o seu debate técnicos, profissionais ligados ao sector produtivo e crianças e jovens.

Se *Esta Semana* demonstra uma evolução na selecção de temas, o *casting* dos convidados permanece o mesmo que encontráramos noutras emissões de Margarida Marante. Embora a jornalista assegure que os políticos se tornaram “*muito cansativos*” (“*TV Guia*”, n.º 924, Outubro de 1996), ainda não é em 1996 que eles abandonarão os debates da SIC. O mesmo se passa com outros grupos que tinham estado a ser privilegiados por este género televisivo, aliás como os membros de sindicatos e de associações, os juristas e os detentores de cargos institucionais. No que diz respeito aos políticos, eles acedem ao *plateau* sobretudo enquanto governantes, – foi assim que Alberto João Jardim (26/11) e António Vitorino (3/12) estiveram em estúdio –; ou enquanto observadores das discussões políticas que marcavam a actualidade – foi esse um dos critérios para a escolha de Mário Soares (22/10). Ao contrário do que acontecia, por exemplo, em *Conta Corrente*, desta vez a classe política não é confrontada com polémicas que coloquem em causa a sua actividade. Por vezes, até é chamada para falar de assuntos que extravasam a sua linha de actuação como “*a crise do futebol*” (12/11) que Margarida Marante discute com três adeptos dos maiores clubes portugueses conhecidos da opinião pública pela sua actividade partidária e governamental: Bagão Félix (Benfica), Silva Peneda (FC Porto) e Oliveira Martins (Sporting). Ao contrário de *Maria Elisa* que também ia para o ar nos serões de 5.ª feira, *Esta Semana* não se constitui em 1996 como um espelho do quotidiano doméstico de diferentes actores sociais, mas como um espaço que ampliava a repercussão que o trabalho de algumas instituições tinha na vida do cidadão comum³¹². Percebe-se assim por que razão o *plateau* do programa de Margarida Marante, para além dos políticos, se enche de actores cujo direito à palavra é legitimada pelos cargos que ocupavam.

Ligações Perigosas coloca semanalmente em destaque dois convidados que, tal como os apresentadores, formam um casal. Pertencendo maioritariamente às indústrias culturais, esses participantes – gente conhecida do grande público – não têm (quase) nada que os relacione quer com a temática em destaque, quer entre eles. Na estreia, para responder à pergunta “*será que um homem poderá ser amigo de uma mulher atraente sem pensar em sexo?*”, convidaram-se a actriz Ana Bola e o maestro António Vitorino de Almeida. Poder-se-á reconhecer que a questão deste primeiro programa se orientava mais para um registo opinativo do que para explicações sobre experiências de vida. Mas o que dizer, por exemplo, das emissões onde se debateu a infidelidade, tendo como convidados a cantora Simone de Oliveira e o actor Virgílio Castelo (14/5) ou se discutiram as razões por que as meninas brincam com as *Barbies* e os meninos com os

³¹²Margarida Marante, apesar de reconhecer “*a concorrência directa*” com Maria Elisa, sublinha os traços distintivos do seu programa nestes termos: “(O meu programa) *não tem público no estúdio, não tem chamadas, não tem o meu nome*” (“*TV Guia*”, n.º 924, Outubro de 1996).

Power Rangers, chamando-se para o *plateau* a jornalista Clara Ferreira Alves e o empresário Manuel Serrão (4/6)? Esta lógica de extensão de competências, em que figuras públicas expatriam a sua opinião para níveis que não as envolvem a si pessoal e profissionalmente, não será alheia à progressiva implantação do conceito de “*mediaticamente interessante*” intrínseco à “*neotelevisão*”, que destila os seus efeitos em variados graus nos diferentes géneros televisivos. Percebe-se, assim, que o direito à palavra seja concedido a quem tem já um considerável capital mediático (jornalistas, actores de teatro, apresentares de TV, cantores...). Se, por um lado, a linha editorial deste *talk show* se orienta para questões relativas ao relacionamento homem-mulher, por outro, os convidados envolvem-se em discursos impessoais e de senso comum sobre o tema em destaque. Este desencontro entre as competências que exige o tema em debate e o perfil dos interlocutores escolhidos para a discussão confere a cada emissão uma certa frivolidade que esgota a oportunidade de debate público, capaz de fazer progredir a opinião dos cidadãos mediante um maior conhecimento dos dados e uma mais ampla capacidade de reflexão.

Quadro 10: Perfil dos convidados dos debates e *talk shows* em 1996

Programas	Políticos	Car-gos	Profs Invest.	Juristas	Jornalistas	Econom Empres	Médic Psicol	Militares	Religiosos	Técnicos	Sector Prod.	Desportistas	Indústr. Culturais	Sindic Assoc.	Cidadão Comum	Crianças Jovens
<i>Maria Elisa</i>	21	15	25	7	8	7	25	2	6	3	2	1	33	38	30	10
<i>Esta Semana</i>	9	4	1	5	-	1	-	-	-	-	-	-	1	4	2	-
<i>Ligações Perigosas</i>	-	-	1	-	4	1	1	-	-	-	-	-	18	-	-	-
Total	30	19	27	12	12	9	26	2	6	3	2	1	52	42	32	10

2.3.3. Uma informação de contra-poder e de minorias no horário tardio da SIC

É no comentário político (sério e irónico) e no debate de questões ligadas ao futebol que a SIC encontra os eixos estruturantes para emissões temáticas emitidas em horário tardio. *Flashback*, *A Noite da Má-Língua* e *Os Donos da Bola* são formatos já com mais de dois anos e que permanecem no ar em 1996. No segundo trimestre, estreiam dois programas – *Verdes Anos* e *Escrita em Dia* – dedicados, respectivamente, à adolescência e aos livros, áreas a que o jornalismo não prestava muita atenção, o que confere alguma singularidade à informação televisiva.

Criado na TSF em 1989 e adaptado à SIC em 1994, *Flashback* estrutura-se por um painel fixo de três comentadores políticos – José Magalhães, Pacheco Pereira e Nogueira de Brito – cujo diálogo é moderado pelo jornalista Carlos Andrade. Nas madrugadas de 2.^a feira, essa quadratura surge à volta de uma mesa a discutir energicamente a actualidade (política) da semana através de uma argumentação ideológica donde resulta uma acalorada troca verbal, inevitável, já que cada um pertence a distintas famílias políticas. No estúdio não entra qualquer outro convidado para além destes quatro homens, mas nas conversas que encetam entre eles passa um número infundável de referências a actores que, naqueles dias, se constituíram, por diferentes motivos, como notícia. *A Noite da Má-Língua* integra igualmente um grupo residente e toma a política como principal mote das conversas, mas tudo o resto não encontra par em qualquer outro formato. O estatuto de “*programa de culto*” de que fala a respectiva apresentadora Júlia Pinheiro (“*TV Guia*” n.º 875, Novembro de 1995) advém-lhe, sobretudo, daquilo que Eduardo Prado Coelho haveria de qualificar como “*humor chocarreiro de coloração portuguesa*” (“*Público*”, 10 de Fevereiro de 2005) que cada comentador se encarrega de expandir com traços distintivos. Essa heterogeneidade que caracteriza o painel – composto pelo jornalista e escritor Miguel Esteves Cardoso, pelo professor universitário Rui Zink, pela actriz Rita Blanco e pelo empresário nortenho Manuel Serrão – revela-se uma das mais-valias do programa, na medida em que potencia diferentes e divergentes opiniões. O clima de permanente polémica é desencadeado no início de cada emissão por uma corrosiva crónica do jornalista Vítor Moura Pinto que evidencia aquilo que, na semana anterior, se constituía como falha na actuação de figuras públicas e é acentuado, ao longo do programa, pela irreverente apresentadora. Ao contrário dos dois anos anteriores em que *A Noite da Má-Língua*, emitida nos serões de 5.^a, se constituía como uma espécie de eixo do mal do qual também fazia parte “*O Independente*” que, no dia seguinte, prolongava essa espécie de catarse (forçada) dos políticos, em 1996 o programa tornar-se-ia mais ameno³¹³.

Se o programa de Júlia Pinheiro fez um retrocesso na acidez que destilava sobre a classe política, *Os Donos da Bola* solidificam uma linha editorial que incide em acontecimentos desportivos atravessados pelo escândalo. Produzido e apresentado por jornalistas, este programa encontra parte do seu dinamismo no painel fixo composto por três adeptos de clubes de futebol (Benfica, Sporting e FC Porto) e nos convidados que frequentemente protagonizavam entrevistas polémicas. Emitido na madrugada de 6.^a feira, *Os Donos da Bola*

³¹³ Em entrevista à “*TV Mais*” de 24 de Maio de 1996, Júlia Pinheiro reconhece que “*pontualmente poderá ter havido situações exageradas*”.

abre o fim-de-semana desportivo, marcando, de certa forma, a agenda futebolística, grande parte das vezes denunciando ou ampliando polémicas do mundo do futebol³¹⁴.

No segundo trimestre de 1996, a SIC estreia, em horário tardio, dois programas que fazem entrar na informação semanal temas e actores a que o jornalismo televisivo costuma atribuir um reduzido grau de noticiabilidade. Coordenados e apresentados por jornalistas, *Verdes Anos* e *Escrita em Dia* são estruturados por conversas em estúdio, feitas à volta de questões intrínsecas à adolescência e ao universo dos livros, respectivamente. O primeiro, da autoria da jornalista Laurinda Alves, que, em conjunto com o psiquiatra Daniel Sampaio, conduz as emissões, centra-se semanalmente num tópico do quotidiano e/ou desenvolvimento individual dos adolescentes³¹⁵, perspectivando-o a partir do ponto de vista de jovens estudantes, ou seja, daqueles que estão integrados num sistema escolar. São esses adolescentes, seleccionados mediante entrevistas prévias, que constituem os convidados centrais deste programa. *Escrita em Dia* é, como explica o apresentador Francisco José Viegas, “um programa sobre livros, mas não é um programa literário” (“*Público*”, 7 de Maio de 1996). Fala-se de tudo: de cinema, de política, de história contemporânea, da Europa, de música, de vinhos, etc. Essa conversa – quase sempre com três interlocutores e, de certa forma, ligada à actualidade – é construída com um determinado perfil de convidados: autores de livros que são exclusivamente escritores ou que acumulam essa actividade com outra profissão (política, académica, jornalística, diplomática...). Viegas interpela-os a partir do que escrevem e do que lêem, um ângulo pouco habitual num canal generalista, mas que o apresentador considera uma espécie de *ponctum*, porque, na sua opinião, “os livros têm tudo o que há na vida” (“*TV Guia*”, 15 de Junho de 1996).

Todos estes programas são emitidos num segmento que ultrapassa a meia-noite, dirigindo-se, por isso, a públicos minoritários. Inerentes a essa engenharia de programação estariam imperativos económicos de que os jornalistas tinham consciência. Por exemplo, o jornalista Carlos Andrade diz que o horário (tardio) de *Flashback* se explica através “da estratégia comercial da SIC e das guerras de audiência entre a SIC e a RTP” (“*TV Guia*”, 16 de Março de 1996). Por seu lado, os apresentadores de *Verdes Anos* manifestam várias vezes a sua discordância relativa à hora tardia do seu programa. Se o objectivo era provocar a discussão entre pais, professores e jovens, o melhor horário de emissão seria a partir da meia-noite?³¹⁶ A resposta seria óbvia, mas o formato nunca mudou para o segmento do grande público, ocupado com uma oferta mais popular. Porque a lógica do canal privado é acima de tudo económica, todos os programas, inclusive os de informação, se não proporcionavam grandes receitas, também não poderiam causar significativos prejuízos.

³¹⁴ Eis alguns dos casos que *Os Donos da Bola* tratou durante o ano de 1996: divulgação de imagens consideradas inéditas sobre a pancadaria ocorrida no jogo Campomaiorense-FCP (15/3); denúncias de João Rocha, ex-presidente do Sporting, sobre as ameaças de morte de que tinha vindo a ser alvo e sobre a gestão de Sousa Cintra (3/5); revelações sobre alegados escândalos ligados ao jogo entre o FC Porto e o Aberdeen (27/12).

³¹⁵ De Abril a Dezembro, *Verdes Anos* elegeu um conjunto diversificado de temas. Por exemplo: a anorexia nervosa, a depressão e suicídio, a escola, a sexualidade, o divórcio dos pais, a família, a droga, a escola, o grupo, os tempos livres, o insucesso escolar, etc.

³¹⁶ O psiquiatra Daniel Sampaio, em entrevista à “*TV Mais*” (31 de Maio de 1996), garantia ter recebido “mais de mil telefonemas e dezenas de cartas, vindas na sua maioria dos jovens a pedir a mudança de horário”.

2.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 1996

São em número considerável e de diferentes géneros as emissões informativas semanais de horário nocturno. A SIC é a estação com mais programas e globalmente é aí que cada um deles permanece mais tempo na grelha. Ainda que a política nacional seja o tema privilegiado nos debates televisivos, nos formatos de reportagem há um alargamento para outros campos sociais e para domínios geográficos que extravasam as nossas fronteiras. Por outro lado, os programas de informação temática – que as estações privadas não circunscrevem apenas ao desporto, como faz o operador público – permitem destacar áreas que normalmente ocupam as margens da actualidade noticiosa, embora sejam integrados num horário dirigido a públicos minoritários (os que vêem televisão depois da meia-noite). A partir do último semestre do ano, *Maria Elisa* (RTP1) centra-se em tópicos pouco habituais a esse género televisivo e, com isso, influencia os temas que *Esta Semana* (SIC) escolhe para uma discussão que vai para o ar à mesma hora. Assim, à medida que percorrem o ano de 1996, os debates tendem a prestar mais atenção ao social em detrimento da política, mas nunca abandonaram esta última, principalmente os canais privados. As audiências, como veremos, também se dividiram entre esses dois campos. A perda de hegemonia da política enquanto pólo agregador da atenção do público a favor de outras áreas, muitas vezes tidas como marginais, redimensionou o espaço público televisivo, alargando-o para domínios explorados no entretenimento televisivo, mas que a informação, nomeadamente a semanal, tardava em integrar: a vida quotidiana.

Se a nível temático o espaço televisivo da informação se alarga, essa expansão não tem reflexos significativos nas técnicas de recrutamento dos convidados, nomeadamente nos debates. Aí continua a oferecer-se o poder da palavra a reduzidas partes sectoriais da população. Os políticos mantêm-se como o grupo privilegiado, principalmente aqueles que estão no Governo ou pertencem a partidos com maior representação no Parlamento. A actividade profissional é outra das características dominantes da identidade dos actores que têm acesso aos programas de informação semanal, donde resulta a exclusão daqueles que já não trabalham ou que ainda não trabalham, ou seja, a imposição do primado da economia sobre o social. Por outro lado, a crescente presença dos especialistas nesse tipo de programas demonstra que a generalização continua a pesar na resolução dos problemas sociais e que, a esse nível, a opinião do cidadão comum apenas adquire legitimidade enquanto ilustração daquilo que as elites (políticas, sociais e culturais) dizem. Se a opinião pública tem como antecedente mais remoto a ágora ateniense onde todos discutiam abertamente assuntos de interesse público, este espaço que a televisão constrói através dos programas de informação fecha o debate num dispositivo onde cabem somente alguns, o que, de certa forma, dará razão aos teóricos de Frankfurt para quem os *media* reproduzem as relações de força do aparelho económico e social, ou seja, a lógica de dominação. Assim, esses formatos, que encaramos como cenas privilegiadas de debate público da sociedade contemporânea, ao transformar as respectivas arenas em espaços altamente selectivos, tornam

questionável a natureza deliberativa da democracia moderna que eles encenam nos programas de informação, nomeadamente nos debates.

Se a política e os políticos ainda dominam a informação semanal em 1996, tal acontece ao nível dos debates, mas, mesmo neste género televisivo, registam-se alguns reajustamentos ao longo do ano. Talvez os mais visíveis se encontrem em *Maria Elisa*, que, no último trimestre, optou por explorar tópicos relacionados com a vida quotidiana pública e privada. “*A entrevista a uma só pessoa, sobretudo a um político, estava a ficar muito cansativa*”, diz a jornalista para justificar a inversão que faz na selecção dos temas e dos convidados (“*TV Guia*”, 5 de Outubro de 1996). Margarida Marante, embora não excluindo os políticos do *plateau*, também direcciona *Esta Semana* para temáticas sociais. Na sua perspectiva, “*está provado que, exceptuando os períodos eleitorais, o interesse do público em relação à política é reduzido*” (“*TV Mais*”, 26 de Setembro de 1997). Ao contrário do que acontecia num passado recente, os formatos não colocam em cena dispositivos vocacionados para rituais de combate, mas encenam uma espécie de fórum no qual se desenvolve uma conversa mais ou menos amena. Sairão desta lógica *Prova Oral* (que surge em finais de 1994 e que termina em Março de 1996); e *Crossfire* (que estreia no último trimestre de 1995 e que permanece no ar até Julho de 1996), mas mesmo aí os governantes são poupados a grandes polémicas. Sendo a estação que apresenta uma linha editorial mais pró-activa e que mais desafia o poder político instituído, a SIC atenua esse posicionamento na informação semanal deste período, o que, de certa forma, lhe subtrai alguma força enquanto sistema de poder que o respectivo director-geral reivindica para o seu canal de TV. Para além de a configuração mediática de vários programas de informação se desviar de fórmulas que potenciam a contenda verbal, as emissões que se assumiram como um permanente contra-poder durante o Governo de Aníbal Cavaco Silva não se repetem no Governo de António Guterres. *Praça Pública*, que surgira com o aparecimento do canal e que de 2.^a a 6.^a feira dava voz ao descontentamento popular, termina em Fevereiro de 1996. Por seu lado, *A Noite da Má-Língua*³¹⁷ que, desde 1994, gritava semanalmente que o “*Rei vai nu!*”, torna-se em 1996 menos corrosiva para o poder político.

Os *talk shows* não suscitam a atenção dos programadores em 1996. *Ligações Perigosas* (RTP1) e *A Noite da Má-Língua* (SIC) são os únicos programas exibidos em horário nocturno que, em 1996, se integram nesse género. No primeiro, torna-se difícil perceber o que pertence ao mundo real e o que é construído ao nível virtual; no segundo introduzem-se referências factuais em conversas que se desenvolvem num registo de humor sarcástico e numa ironia desconcertante entre convidados residentes que comentam a actualidade

³¹⁷ Na edição de 22 de Março de 1997 do “*Público*”, o crítico de televisão Eduardo Cintra Torres escreveria a respeito de *A Noite da Má-Língua* o seguinte: “*É evidente que perdeu a sua eficácia enquanto ‘programa de intervenção’ na actualidade quando abraçou o figurino do programa de humor, mas os espectadores ganharam um programa de crítica-entretenimento com pessoas inteligentes a falar e a rir. Isso é tão raro na nossa televisão que só podemos esperar que a má-língua continue a envenenar as ondas hertzianas com o riso*”. Depois de três anos em antena, o programa deixa de existir a partir da grelha de Outono de 1997.

(política) da semana como se de um filme trágico-cómico se tratasse. Em ambos, encontram-se elementos do campo informativo (nas peças jornalísticas que são alvo de comentário, na inclusão de jornalistas na equipa dos programas...), mas tornam-se igualmente visíveis marcas do entretenimento (nos convidados chamados a estúdio para parodiar aquilo de que se fala, na música inserida em determinadas partes da emissão...). Será essa diluição de fronteiras entre informar e entreter ou entre realidade e ficção um sinal distintivo dos *talk shows* e extensivamente da “neotelevisão” onde, não certamente por acaso, este género televisivo se desenvolveu. Mas, durante este período, são escassos os programas que se integram aí.

Se os *talk shows* convertem o real em espectáculo para cativar o interesse do público, é sobretudo nos géneros considerados *sérios*, nomeadamente nos debates, que as construções orientadas por estratégias de sedução mediática se tornam mais refinadas e, não raras vezes, estranhas ao jornalismo. Exemplo disso é a crescente preferência por convidados ligados às indústrias culturais que ocupam os *plateaux* não só para falarem do seu trabalho, mas, acima de tudo, para testemunharem facetas da sua vida pessoal ou opinarem sobre questões que extravasam a sua esfera de acção. Poder-se-ia dizer que esse acesso à esfera televisiva tem tanta legitimidade como o de outro grupo social. Assim é, mas estes entrevistados exibem frequentemente um estatuto de especialista que não têm. Apenas apresentam um capital simbólico calculado em função da visibilidade mediática que acumulam noutros palcos e que os transforma numa espécie de figuras olímpicas ao serviço de um processo de sedução de audiências. Sánchez Noriega (1997: 340) diz que essas “*estrelas electrónicas da cultura de massas são as novas divindades num mundo secularizado que vêm substituir as deidades clássicas*”. Não importa *aquilo que dizem*, importa apenas que *estejam ali*, configurando uma nova elite, sem poder institucional, mas que se apresenta como modelo, sem justificar as respectivas condutas. Não reflectirá isso o que a “neotelevisão” também é?

Aquando da estreia de *Esta Semana*, Margarida Marante, a quem cabia a coordenação e apresentação desse formato, afirmava que “*todos os programas de informação não-diária são concorrentes*” (“*TV Guia*”, n.º 924, Outubro de 1996). Assim aconteceu em 1996 nos canais generalistas. Adoptando diferentes estratégias, os directores de Programação e de Informação pretenderam que esse tipo de oferta televisiva fosse um meio para *compreender* melhor o mundo em que vivemos, mas, acima de tudo, relacionaram-se com as respectivas emissões como se fossem um produto através do qual pretendiam *interessar* o maior número possível de telespectadores.

2.5. 1997: As lógicas de mercado que a SIC impõe

Este é um período conturbado para a RTP e para a TVI, que se confrontam com crises a vários níveis: financeira, de identidade e de legitimidade. A SIC percorre o ano sem grandes atribuições, obtendo uma audiência média de 5.7% e um *share* de 49.3%. A RTP registou uma audiência média de 3.8% e um *share* de 33% e a TVI uma audiência média de 1.4% e um *share* de 12%.

No ano em que comemora 40 anos de existência, a RTP depara-se com um novo enquadramento da sua actividade, resultante de um Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão assinado no último dia de 1996; soma mais um canal (RTP África) aos cinco existentes; e defronta-se com uma limitação do espaço publicitário que se circunscreve a sete minutos e meio na RTP1 e que desaparece na RTP2. Embora os responsáveis do operador público sublinhem o esforço para equilibrar financeiramente a empresa e promover um aumento da qualidade da respectiva oferta televisiva, não se alcançou nenhum desses objectivos em 1997. Sublinhe-se, porém, que nesse período a direcção de Programas e de Informação da RTP avançou com alguns projectos que se constituíram como marcas distintas do serviço público de TV: diminuição do número de telenovelas; criação da informação gestual; lançamento do teletexto; colocação da novela portuguesa em horário nobre; regresso de *Enviado Especial*, um programa de reportagens que desaparecera há 12 anos; início das emissões regionais simultâneas de índole noticiosa; aposta num programa educativo para crianças dos 2 aos 6 anos, um público habitualmente não prioritário em termos televisivos (*O Jardim da Celeste*). Joaquim Furtado salienta também modificações na informação que assegura ser mais “*isenta, independente e credível*” (“*TV 7 Dias*”, Fevereiro de 1997).

A TVI inicia o ano com a saída do cargo de director-geral de Carlos Cruz, o qual, três meses depois de ter abandonado essas funções, lamentava que a estação estivesse, desde a sua origem, em mãos “*de pessoas que, em lugar de servir um projecto de televisão, se preocupam diariamente em servir-se desse mesmo projecto*” (“*TV Mais*”, 24 de Abril de 1997). Os problemas financeiros foram o principal entrave ao desenvolvimento da estação. E permaneceram em 1997. A 13 de Março, o segundo maior accionista individual da TVI, João Van Zeller, fez chegar aos restantes accionistas uma carta em que acusava o presidente do CA, Carlos Monjardino, de beneficiar credores como Stanley Ho. Passados poucos dias, numa assembleia-geral, há uma reviravolta no controlo do capital da estação. A SOCI, em aliança com o grupo escandinavo SBS³¹⁸, adquire 65% das acções do canal, passando a presidência da estação para Miguel Paes do Amaral. Uma das primeiras medidas anunciadas pelos novos patrões da TVI é a venda de 51% da rede de emissão RETI³¹⁹, a fim de se capitalizar algum dinheiro que permitisse começar a sanear o avultado passivo

³¹⁸ Uma das vantagens que o presidente da SOCI sublinhava na parceria com a Scandinavian Broadcasting System (SBS) era a importação da capacidade de gestão da empresa sueca, que tinha várias televisões europeias e uma importante aliança com a Disney e a Paramount (“*Expresso*”, 15 de Março de 1997).

³¹⁹ Quando iniciou as suas emissões, a TVI criou uma rede de transmissão própria, ao contrário da SIC, que optou pelas antenas do Estado.

da empresa. Em termos de conteúdos, não há grande margem (financeira) para introduzir inovações³²⁰. Em Maio, o presidente do canal assegurava que “a empresa é viável em termos operacionais”, mas simultaneamente Paes do Amaral alertava para o facto de a TVI ter acumulado um passivo que, na sua opinião, “não tem nada a ver com a sua dimensão” (“*Público*”, 30 de Maio de 1997)³²¹. Um aumento das receitas publicitárias seria, pois, a forma de o canal começar a neutralizar essa crise. A decisão do secretário de Estado da Comunicação Social em reduzir o tempo dos intervalos na RTP1 e em retirar a publicidade da RTP2 dava um certo alento à SIC e, principalmente, à TVI³²².

A SIC atravessa o ano de 1997 sem grandes sobressaltos. A liderança das audiências mantém-se, o Conselho de Administração permanece inalterável, assim como a Direcção de Programas e de Informação. Neste período, a estação apresenta um relatório de contas com um resultado líquido de 3.025 milhões de contos, o que corresponde a um acréscimo de 58.8% em relação ao ano anterior³²³. Em Setembro desse ano, a SIC dá mais um passo para o domínio do campo televisivo, ao assinar, a 9 de Setembro, um acordo de parceria com a Globo e com a TV Cabo para a criação de canais temáticos. No último trimestre do ano, há um programa que faz emergir o debate em torno das estratégias de mercado que uma televisão privada adopta. Trata-se do documentário feito por Mariana Otero, que, durante alguns meses, filmou o quotidiano de vários sectores do canal, descobrindo aí modos de actuar que se subordinam estritamente a critérios de rentabilização de audiências e de publicidade. Esse trabalho, intitulado *Cette Télévision c'est la Vôtre*, foi emitido a 21 de Outubro de 1997 no ARTE³²⁴. Nele, a afirmação do director-geral da SIC, Emídio Rangel, de que “uma televisão com mais de 50% de share pode vender tudo, até um Presidente da República” desencadeou também uma discussão em torno dos poderes do audiovisual.

No que diz respeito à informação semanal emitida em 1997 nos canais generalistas, são vários os campos temáticos que estruturam programas de horário nocturno, em grande parte devido à diversidade que caracteriza a grelha da SIC. Neste âmbito, a TVI é a que tem a programação mais monocromática, apresentando, ao longo do ano em horário nocturno, um debate (*Pontos nos Is*); um noticiário de actualidade internacional (*Jornal do Mundo*); uma emissão consagrada à sétima arte (*Lanterna Mágica*); e três programas desportivos, dois de futebol e um de automobilismo (*Fora de Jogo*, *Linha de Fundo* e *Quarta a*

³²⁰ Em finais de Abril, Isaias Gomes Teixeira, um dos elementos da administração da TVI que assumira provisoriamente a Direcção de Programas, procede a um rearranjo da grelha, principalmente em período de *prime-time*, antecipando a novela brasileira *Xica da Silva* e colocando o noticiário às 21h30, ou seja, intervém nos dois principais produtos que sustentam o segmento nocturno, criando-se uma programação alternativa à SIC e à RTP1.

³²¹ Em 1996, a TVI teve prejuízos no valor de 6.1 milhões de contos e uma situação líquida negativa de 4.7 milhões de contos, valores que representam um agravamento económico de 27% em relação aos dois anos anteriores (“*Público*”, 22 de Setembro de 1997).

³²² Segundo um estudo da *Media Planning*, a TVI foi a mais beneficiada, na medida em que conseguiu um aumento de 31% na sua quota de mercado (“*Público*”, 18 de Julho de 1997).

³²³ Em 1997, as receitas publicitárias da SIC atingiram 55 milhões de contos, representando 55% do investimento em publicidade televisiva. No ano anterior, os lucros tinham sido de 1,9 milhões de contos (“*Diário de Notícias*”, 14 de Março de 1999).

³²⁴ A SIC retransmite esse documentário na emissão de 10 de Novembro de 1997 de *Conversas Secretas* (horário tardio).

Fundo)³²⁵. A RTP1 exhibe uma grelha não muito diferente, integrando um debate (*Maria Elisa*); um programa de grande-reportagem (*Enviado Especial*); e três formatos temáticos (*Domingo Desportivo*; *Magazine* e *Bom Bordo*)³²⁶. A programação informativa da SIC é mais variada, embora, no segundo semestre, tenha havido um decréscimo de programas. Na primeira metade do ano, este canal emitiu dois debates (*Viva a Liberdade* e *Esta Semana*); um programa de entrevistas (*Conversas Secretas*); dois *talk shows* (*A Noite da Má-Língua* e *Vida de Casal*); quatro formatos temáticos (*Os Donos da Bola*, *Casos de Polícia*, *Escrita em Dia* e *Primeiros Anos*); e ainda um polémico programa que confundia informação com entretenimento (*A Cadeira do Poder*). Na segunda metade do ano, aparecem *Grande Reportagem*³²⁷, *Filhos da Nação* e *SOS SIC*³²⁸. Se o primeiro não suscita qualquer dúvida relativamente à respectiva integração no campo jornalístico, os dois últimos levantam várias questões quanto ao esbatimento de fronteiras entre informação e entretenimento.

Informar ou entreter?

Num tempo de crise interna de vária ordem, a RTP1 e a TVI apresentam um número reduzido de programas de informação semanal, sem que nenhum deles se revele inovador ou marcante. O mais visível terá sido o debate *Maria Elisa*, criado no ano anterior e que, em 1997, se mantém centrado em temáticas sociais. A SIC prolonga emissões já conhecidas, mas também apresenta novidades: em Janeiro estreia *Vida de Casal*, criado pela jornalista Inês Pedrosa, que, semanalmente, conversa de forma intimista com um casal de projecção pública acerca da vida privada de ambos³²⁹; em Maio, a jornalista Laurinda Alves surge, coadjuvada pelo pediatra Gomes Pedro, na apresentação e coordenação de *Primeiros Anos*³³⁰, um programa que aborda diferentes aspectos da vida dos bebés. Se a estação abre janelas para a discussão de temas relevantes, também institui espaços que (des)formatam deliberadamente acontecimentos para, assim, construir espectáculos da realidade. Faz isso em dois programas: *A Cadeira do Poder*, que aparece em Fevereiro, e *Filhos da Nação*, que surge em Outubro. Na semana da estreia do primeiro, o director da SIC afirma o seguinte: “*Se lançamos cantores e actores, porque não políticos? Tenho a certeza de que vão aparecer desconhecidos com talento para a política*” (“*TV Mais*”, 21 de Fevereiro de 1997).

³²⁵ Em termos informativos, a principal novidade da TVI é a remodelação do noticiário da noite. Em Outubro de 1997, surge o *Directo XXI*, que acrescenta às notícias principais do dia um debate e um espaço dedicado ao entretenimento.

³²⁶ *Bom Bordo* surgira em 1996 na RTP2, inspirado em *Thalassa*, um magazine do mar de Georges Pernaut em antena há alguns anos no canal francês FR3. Permaneceu na RTP1 de Janeiro a Julho, sendo transferido, na temporada de Outono, para a RTP2.

³²⁷ Trata-se aqui de uma segunda edição que ressurgiu a 8 de Julho e permaneceu em antena até 26 de Setembro.

³²⁸ O aparecimento de novos formatos no último semestre do ano não implica o aumento do número de programas, pois nesse período desaparecem da grelha *Viva a Liberdade*, *Primeiros Anos*, *Escrita em Dia*, *Vida de Casal* e *A Noite da Má-Língua*.

³²⁹ No mês da estreia do seu programa, Inês Pedrosa fixava nestes termos o rumo da entrevista que daria corpo a cada emissão: “*Procurarei dar a conhecer certos aspectos da vida familiar, como o apoio que dão e recebem um do outro ou a forma como gerem as respectivas carreiras e repartem tarefas*” (“*TV Mais*”, 21 de Janeiro de 1997).

³³⁰ Em Outubro de 1996, a RTP1 havia emitido *Superbebés*, apresentado pela actriz Alexandra Lencastre e com uma linha mais de entretenimento do que pedagógica, ao contrário deste formato da SIC.

A ideia é semelhante à de um concurso, mas *A Cadeira do Poder* vai mais longe: pretende-se que os participantes sejam figuras que exerceram cargos públicos; as questões baseiam-se em acontecimentos inventados que se tomam como realidade; os jurados compõem um “parlamento”³³¹ que escolhe o vencedor a quem se atribui um lugar que se diz ser o de primeiro-ministro e um cheque com o valor do respectivo ordenado. O autor e apresentador deste formato, Artur Albarran, considera tratar-se “*de entretenimento*” (“*TV Guia*”, 18 de Janeiro de 1997), mas acrescenta que, “*para além de correr paralelamente às emoções, vai correr também paralelamente às ideias e às convicções*”. O director-geral da SIC também já havia prometido que este programa iria “*abrir a discussão política*” (“*TV Mais*”, 5 de Julho de 1996). Com *A Cadeira do Poder*, amalgama-se o lúdico com a informação, sem tornar claro se aquilo que se vê é ficção ou realidade. A ambiguidade entre o real e a ficção era grande. Por um lado, o apresentador é conhecido do público graças ao seu trabalho como repórter em conflitos internacionais; os primeiros concorrentes à cadeira de primeiro-ministro (o ex-secretário-geral da UGT Torres Couto e o ex-presidente do Sporting Santana Lopes) trocam argumentos referindo acontecimentos dos partidos políticos de que ambos faziam parte; o *Telediário* que integra o programa apresenta peças semelhantes às de um alinhamento de um noticiário³³². Por outro lado, o “parlamento” é presidido por um actor, o *pivot* do noticiário é uma manequim, os convidados têm o estatuto de concorrentes, os casos que os habilitam a permanecer em antena são inventados. *A Cadeira do Poder* não se constituiu como uma *sitcom*, também não foi um debate político, nem um magazine. Não assumiu o tom da sátira, nem o da comédia, mas também não atingiu a retórica política, nem assumiu um discurso genuinamente jornalístico. Não foi um programa de entretenimento, nem de informação. Situou-se numa zona ambígua, ignorando códigos do lúdico e transgredindo princípios do domínio referencial.

Na temporada de Outono, a SIC estreia outro programa, da autoria do jornalista Nuno Ramos de Almeida e do publicitário Luís Rainha, que mistura deliberadamente a ficção com factos da actualidade a fim de criar um “efeito do real”. À semelhança de *A Cadeira do Poder*, *Filhos da Nação* fabrica peças noticiosas falsas, mas de grande verosimilhança com a realidade. Todavia, vai mais além do que o programa de Artur Albarran, na medida em que coloca no espaço público as suas próprias encenações televisivas. Em período de pré-campanha para as eleições autárquicas e numa altura em que os *media* vinham noticiando a oposição popular à integração da família Garcia de etnia cigana em Oleiros (Vila Verde), a produção de *Filhos da Nação*, com apoio da Frente da Esquerda Revolucionária, apresenta como candidato à Câmara Municipal de

³³¹ Esse “parlamento” integrava 60 pessoas, seleccionadas por uma empresa de sondagens, que se pensava serem representativas da tendência de voto dos portugueses nas últimas eleições legislativas.

³³² Na noite da estreia de *A Cadeira do Poder*, o *Telediário* foi emitido em dois intervalos da novela brasileira *O Rei do Gado* (o programa, na altura, com mais audiência na TV portuguesa). Noticia-se aí um “acidente” rodoviário nas docas de Lisboa, afirmando-se que o condutor seria o secretário de Estado da Juventude que estaria acompanhado por uma mulher que entrara na Cruz Vermelha em coma, sabendo-se, entretanto, que o governante fugira. Esse *Telediário* integra ainda peças onde se dá conta das recentes aventuras amorosas do presidente do Governo Regional da Madeira e se diz que o PS e o PSD aceitaram cem mil contos da Indonésia para financiarem uma campanha eleitoral. Nada se diz sobre a natureza fictícia disto. No dia seguinte, o verdadeiro secretário de Estado da Juventude reage com indignação no *Jornal da Noite* da SIC ao caso que o envolvia e que era inventado. Para além disso, processa judicialmente a estação. A 29 de Maio de 1999, o Tribunal de Oeiras condena a SIC a pagar-lhe 10 mil contos de indemnização.

Vila Verde um jovem de 23 anos, natural de Loures, de etnia cigana cujas aparições em público são geridas de acordo com o ritmo do formato televisivo³³³: cinco dias antes da estreia deste programa, José Adelino formaliza no Tribunal de Vila Verde a sua candidatura; na véspera da primeira emissão, divulga formalmente a sua lista numa conferência de imprensa que decorre em Lisboa durante a qual é anunciado, para a noite seguinte, um comício em Vila Verde que seria, depois, cancelado devido à agitação da população que não queria ver por ali aquele apoiante do clã Garcia (*“Público”*, 21 de Outubro de 1997). Paralelamente ao lançamento deste candidato às eleições autárquicas, os responsáveis por este singular programa, em nome de um grupo que se designava *“Mulheres em Acção”*, preparam uma manifestação de loiras³³⁴ na baixa lisboeta, convocando jornalistas para um evento em relação ao qual nada se disse sobre os seus reais promotores, o que fez com que a imprensa tratasse o “acontecimento” como verdadeiro³³⁵, embora – descobrir-se-ia mais tarde – tudo não passasse de uma encenação³³⁶.

Apesar de permanecerem pouco tempo na grelha da SIC, *A Cadeira do Poder* e *Filhos da Nação* esbateram (demasiado) as fronteiras entre informação e entretenimento. Se ambos os formatos se integrassem no primeiro campo, como se justifica a invenção de factos e a atribuição de prémios pecuniários aos convidados que se encaravam como concorrentes de um jogo? Se o fim era entreter o público, o que leva a serem produzidos por jornalistas e a apresentarem peças que se assemelham àquelas que compõem um alinhamento dos noticiários? Desde Outubro de 1992, diferentes elites (políticas, desportivas, judiciais...), várias vezes censuraram a SIC pela prática um jornalismo demasiado irreverente e, por vezes desrespeitador dos limites legais. Ao colocar na esfera pública um candidato de etnia cigana à autarquia de Vila Verde, a SIC provocou a contestação de um grupo que lhe conferia um indiscutível poder de influência: os cidadãos anónimos. Referindo-se à oposição dessas gentes do Minho a essa (pseudo)candidatura, o crítico de televisão Eduardo Cintra Torres escreve o seguinte (*“Público”*, 23 de Outubro de 1997):

“A Direcção de Programas da SIC deveria ver repetidas vezes as imagens captadas pelos seus operadores em Vila Verde. Aqueles cidadãos são pessoas como nós e estão muito zangadas com a SIC. Foram fazer deles um laboratório para um programa que é uma brincadeira, mas que trata de uma coisa muito simples: a vida deles.”

³³³ Não havendo a nível técnico-jurídico objecção à apresentação deste tipo de candidatura, um dos elementos da Comissão Nacional de Eleições, na edição de 18 de Outubro do *“Público”*, considerava este caso *“um aproveitamento insólito da legislação”*.

³³⁴ Este tema tinha sido colocado na semana anterior na agenda mediática precisamente pelo programa *Maria Elisa* (emitido na RTP1) que escolheu para mote de debate a seguinte questão: *“Os homens preferem as loiras?”*.

³³⁵ O *“Correio da Manhã”* fez chamada a primeira página desse assunto. Referindo-se a essa “pseudo manifestação”, também noticiada pelo seu jornal, o director do *“Diário de Notícias”* considerava-a *“de grande irresponsabilidade e deontologicamente condenável”*, a partir do momento *“em que se quer pôr em causa a qualidade global da informação que é transmitida nos media portugueses”* (*“Público”*, 17 de Outubro de 1997). Na edição de 17 de Fevereiro de 1997 do *Fórum* da TSF, a jornalista da RTP Elsa Marujo queixou-se de ter sido enganada.

³³⁶ Indiscutivelmente polémico, este formato da SIC suscitou fortes críticas, principalmente entre a classe jornalística. Na edição de 18 de Outubro do *“Diário de Notícias”*, o director do *“Expresso”* diz ser *“um erro os jornalistas tentarem intervir na realidade”*; o director da TSF rotula os respectivos promotores de *“pirómanos bombeiros”*; o director de Informação da TVI considera *“uma brincadeira perigosa que põe em risco a credibilidade da classe”*; e o director do *“Semanário”* assegura sentir-se *“traído e, sobretudo, muito incomodado”*. Nessa semana, o presidente do Conselho Deontológico dos Jornalistas afirmava ao *“Expresso”* que *“a montagem de uma realidade virtual não pode ser feita por jornalistas, ainda por cima abusando da boa-fé de quem julga estar perante um trabalho jornalístico”*, o que, na sua perspectiva, *“provoca um dano real para a sociedade”*.

Para além de ter sido alvo de críticas de vários sectores, *Filhos da Nação* não reuniu audiências que justificassem a sua presença na grelha por muito tempo. No início do ano seguinte, desaparece, sem, no entanto, a polémica provocada ter subtraído popularidade à SIC que, em 1997, continuou como canal líder de audiências e desafiador daquilo que estava instituído em diferentes campos – uma postura que nenhuma das outras estações teria condições de assumir. Pela debilidade financeira dos seus projectos, pela inoperância e instabilidade dos respectivos directores, pela fraca adesão das audiências. De facto, para além de se impor como um negócio rentável, a SIC implantou-se em 1997 como um sistema de poder. Conseguiu-o através de programas de informação e de formatos que muitas vezes confundiam realidade com ficção. Conseguiu-o, ultrapassando frequentemente limites legais, éticos e deontológicos. Todavia, as emissões que suscitaram mais debate no espaço público não correspondem àquelas com maiores índices de audiência. Foram os programas de entretenimento, nomeadamente o humor, as novelas da Globo, os concursos e os *reality shows* que ocuparam na íntegra o “top-20” dos programas televisivos mais vistos nesse período.

Correspondendo a oferta televisiva a uma grelha que se vê por partes, mas que se constitui como um todo, a engenharia de programação foi sempre construída com base em critérios de rentabilização de audiências. Nessa lógica, incluía-se igualmente a informação. No documentário de Mariana Otero, exibido em 1997, ouve-se o director-adjunto Alcides Vieira afirmar, num Conselho de Redacção, o seguinte: “*O Jornal da Noite faz parte de uma estratégia de programação da SIC. E se ela diz que o jornal deve ter uma hora, nós temos que arranjar maneira de fazer uma hora, nem que se perca qualidade*”. Não era o produto em si que orientava a produção de um programa, mas a aceitação previsível que se esperava das audiências das franjas onde estava inserido³³⁷. Assim, numa grelha que se enche em horário nobre com conteúdos de entretenimento, recolhendo estes grande receptividade junto do público, tornar-se-á difícil a imposição de certos programas informativos. O primeiro género a ressentir-se disso terá sido o dos debates e o primeiro jornalista da SIC a opor-se publicamente a esse rumo da programação televisiva foi Miguel Sousa Tavares, que, no Verão de 1997, decide abandonar a estação onde apresentou *Terça à Noite* (1993-4), *Vinte Anos e Vinte Nomes* (1994), *Crossfire* (1995-6) e *Viva a Liberdade* (1997). Em entrevista à edição de 26 de Julho de 1997 do “*Expresso*”, explica assim as razões do seu afastamento:

“*O público não quer os programas que eu faço e eu não quero fazer os programas de que o público gosta. (As pessoas agora) gostam de sentimentos, de emoções, de intimidades e da clássica trilogia composta por sexo, violência e escândalo. (...) A função dos jornalistas não é distrair o público. O nosso trabalho é fazer um serviço baseado no interesse público e não no interesse do público. Se a ideia subjacente à informação fosse distrair audiências, teríamos muita gente melhor do que os jornalistas para o fazer.*”

³³⁷ No documentário de Mariana Otero assiste-se a uma reunião da equipa do programa *Mundo Vip* preparatória do programa para o segmento do horário nobre. Esse encontro é orientado por um elemento que segue a audiência na SIC que explica às autoras o que devem fazer dali em diante: “*no prime time quem faz o grande bolo é a classe D. Por isso tem que ter atenção a isso. (...) Em termos de conteúdo, tudo o que tem a ver com novelas brasileiras funciona bem. Tudo o que tem a ver com gente portuguesa dessa que sai nas revistas, mas nas mais populares, funciona lindamente. Por exemplo, o Humberto Bernardo funciona melhor do que o Joaquim de Almeida...*” Ouve-se uma das coordenadoras do programa, a jornalista Margarida Pinto Correia, confessar: “*Não é esse o programa que eu vim para aqui fazer!*”.

3. Entre os discursos dos especialistas e os testemunhos dos “profanos”

3.1. O PAP em 1998

Este será o ano em que a RTP conhece um outro ministro responsável pela tutela do audiovisual público (José Sócrates sucede, em Janeiro, a Jorge Coelho); novos directores de Informação e de Programação (Grego Esteves e Maria Elisa, respectivamente, que substituem, em Março, a equipa dirigida por Joaquim Furtado); e um Conselho de Administração renovado (Manuel Roque demite-se em Setembro, dando o lugar da Presidência a Brandão e Brito). Estas mudanças impedem que se desenvolva um trabalho de fundo ao nível da oferta televisiva, o que, em parte, explicará as baixas audiências que o operador público regista em 1998. Na TVI, o maior problema é a grave crise financeira que se tem avolumado desde 1993 e que, neste período, atira o canal para várias assembleias-gerais de credores, nas quais alguns grupos económicos se sucederão no controlo das acções da estação, ditando, durante a sua vigência, diferentes regras de funcionamento interno. Inclusive na área da programação que, no entanto, nunca chegou a suscitar o interesse do público. Por inexperiência daqueles que a desenhavam, mas, sobretudo, devido ao reduzido orçamento de que se dispunha. Para além de capitalizar a debilidade destes dois canais, a SIC rentabiliza um “saber-fazer” que, nos últimos três anos, lhe garantira a liderança das audiências. Que se repete em 1998.

O Governo resultante das eleições legislativas de Outubro de 1995 havia prometido inverter a crise financeira e de legitimidade da RTP; o Contrato de Concessão do Serviço Público assinado em finais de 1996 fixara um outro entendimento para a actividade da estação pública; também, nesse tempo, os novos responsáveis pelo audiovisual público se comprometeram a devolver aos telespectadores uma televisão renovada. Todavia, no início de 1998 a RTP apresenta um passivo maior, uma programação pouco distinta das estações privadas e um índice de audiências em queda. No Plano de Actividades e Orçamento para esse ano, fixa-se o compromisso de “*contrariar a tendência massificante da oferta televisiva comercial*”, mas o documento suscita dúvidas ao Conselho de Opinião (CO) da empresa, que lhe atribui um parecer negativo, por considerar não serem aí cumpridos os princípios do Contrato de Concessão de Serviço Público, criticando-se particularmente a (falta de) qualidade da programação do canal generalista. Esta decisão do CO é conhecida no início de Março, um mês marcado por outros incidentes. Na edição de 7 de Março do “*Expresso*”, noticiava-se que “*Miguel Sousa Tavares foi convidado pelo presidente da RTP, Manuel Roque, para o cargo de director-geral que deverá ser criado no âmbito da reestruturação da empresa*”, um facto confirmado, posteriormente, ao “*Diário de Notícias*” (10 de Março) pelo próprio Manuel Roque. Dois dias depois da notícia do semanário, a direcção da TV pública apresenta a sua demissão, justificada em carta com dois argumentos: o contacto com Sousa Tavares sem conhecimento de quem dirigia a RTP; e a interferência

da administração da empresa na área da informação, ao não permitir a ida de um jornalista a Angola para entrevistar o líder da UNITA³³⁸. Em declarações ao “*Público*” de 11 de Março, Joaquim Furtado garante que a Direcção a que presidia “*nunca fez parte das prioridades e nunca teve os apoios que gostaria de ter tido*”, assegurando que trabalhou de 1996 a 1998 “*com orçamentos inferiores aos de 1995*”. A 10 de Março, o CA da RTP divulga um comunicado em que anuncia os novos nomes da direcção da RTP: Maria Elisa para a Direcção de Programas e João Grego Esteves para a Direcção de Informação, que entram em funções a 16 de Março. Ao contrário daquilo que tinha feito saber, o CA diz nesse texto que “*na nova estrutura da informação e programas da RTP deixa de existir o cargo de director-coordenador de informação e programas, não sendo criado o cargo de director-geral*”.

Na TVI, o ano é de assembleias-gerais, a maior parte das quais caracterizadas por um vazio de decisões que atirava a estação para um impasse na resolução da falência técnica em que se encontrava. A possibilidade de se decidir em Janeiro a crise financeira da empresa é neutralizada, quando no dia 15 a juíza da segunda vara cível do Tribunal de Oeiras responde favoravelmente a um requerimento do Ministério Público que alegava só ter recebido na véspera a relação provisória dos créditos da TVI e adia para 11 de Fevereiro a Assembleia-Geral de credores. No entanto, segundo a edição do “*Público*” de 16 de Janeiro de 1998, “*o relatório com as medidas para a viabilização da empresa não poderá ser discutido a 11 de Fevereiro, quando se irá proceder à certificação dos créditos, mas numa próxima assembleia a realizar em Março*”. Essa assembleia viria a ocorrer a 14 de Abril, altura em que, ao lado do plano de recuperação do grupo SOCI³³⁹ (que presidia à TVI), a Lusomundo (associada ao empresário macaense Stanley Ho e ao grupo venezuelano Cisneros³⁴⁰) e a Sonae³⁴¹ também apresentam uma proposta para a viabilização do canal privado. As decisões ficam suspensas até 5 de Maio, para que os credores pudessem avaliar os projectos. A 1 de Maio, o “*Expresso*” noticia que os grupos Sonae e Lusomundo/Cisneros deveriam subscrever uma única

³³⁸ A Administração da RTP alegou para esse impedimento o facto de o jornalista ter de entrar em Angola sem visto. Num artigo intitulado “*Hipocrisia e água de rosas*”, o director do “*Público*” escrevia na edição de 11 de Março de 1998 o seguinte: “*É sabido em todas as redacções que só há uma maneira de chegar à fala com Jonas Savimbi enquanto este não regressar a Luanda: entrando ilegalmente em Angola. Foi assim que a RTP fez por várias vezes no passado, tal como o ‘Público’, a SIC, a TSF e por aí adiante. Invocar a ausência de visto é mais do que hipocrisia: mostra que a RTP – como o Governo português, este e o anterior – se sente bem de cócoras diante das autoridades de Luanda, que certamente ficariam incomodadas não com a entrada de um jornalista sem visto, mas com o tempo de antena que seria dado à UNITA*”.

³³⁹ O mês de Março foi, pois, altura de ambos os grupos assegurarem o apoio dos principais credores do canal Quatro. O líder da SOCI – que presidia à TVI – enceta uma série de negociações directas com aqueles em relação aos quais é devedor. Por exemplo, a 17 de Março de 1998, reúne-se com o ministro da Cultura para negociar a dívida de 650 mil contos que a estação tinha para com o Instituto Português das Artes Cinematográficas e do Audiovisual e que o convertia no nono credor da TVI, tendo, por isso, direito a voto na Assembleia do dia 14 de Abril. Nesse encontro, o presidente da SOCI deixou o compromisso de resolver a dívida “*assim que seja possível*” (“*Público*”, 18 de Março de 1998). Para além disso, Paes do Amaral também recorre a apoios exteriores. A 25 de Março, assina um acordo de parceria estratégica com a Antena 3, em que ambas as empresas se comprometem a duplicar o capital social da TVI. Dirigida pela Telefónica, a Antena 3 tem um perfil de programação próximo da SIC e era a principal compradora em Espanha dos formatos da Endemol, como acontecia em Portugal com o canal de Carnaxide.

³⁴⁰ O grupo Cisneros era proprietário de quatro cadeias televisivas nacionais na América Latina e grande exportador de novelas. Era também accionista maioritário da Univisión, a principal rede de televisão em castelhano dos EUA.

³⁴¹ Inicialmente a Sonae torna público que apresentará uma proposta de viabilização da TVI em parceria com a cadeia de televisão SBS que, num passado recente, havia feito uma parceria estratégica com a SOCI, mas que nunca teve concretização naquele canal privado (“*Expresso*”, de 10 de Abril de 1998). No entanto, no dia da Assembleia de credores, o grupo presidido por Belmiro de Azevedo anuncia que avançará sozinho (“*Público*”, de 14 de Abril de 1998).

proposta para a detenção do capital da TVI. O que não se verificou. Apesar de se manterem as três propostas, o conteúdo de duas delas – a da Media Capital/Antena 3 e a da Sonae – é alterado, o que leva a assembleia a ser, de novo, suspensa até 20 de Maio³⁴². Um dia antes dessa reunião confirmar-se-ia a notícia avançada anteriormente pelo “*Expresso*”: a Sonae e o consórcio Lusomundo/Cisneros³⁴³ apresentam, a 19 de Maio, uma proposta única no Tribunal de Oeiras, que, no entanto, não será rectificada, porque Paes do Amaral decide retirar a sua proposta. A assembleia fica, assim, suspensa até 1 de Junho, dia em que, finalmente, se vota por uma maioria de 96,42% a passagem da TVI para a Sonae e para a Lusomundo, aparecendo esta última associada ao grupo venezuelano Cisneros³⁴⁴. O grupo de Belmiro de Azevedo não permanece muito tempo envolvido nos destinos da TVI, anunciando, em Novembro, a venda da sua posição credora nesta estação ao adversário Media Capital, que, entretanto, já havia adquirido, em Agosto, 17% das acções da empresa a três fundos de investimento estrangeiros. Antes do ano terminar, o grupo de Paes do Amaral haveria de conseguir o controlo de 94% do capital da TVI.

Em 1998, a SIC apresenta um quadro substancialmente diferente da RTP e da TVI. Internamente, não há alterações ao nível do Conselho de Administração e da Direcção de Informação e Programas. Mantendo-se como o canal mais visto, reunindo quase metade das audiências (a média anual do *share* foi de 49,2%), esta estação continua também a concentrar mais de 50% do investimento publicitário televisivo. Segundo relatório de contas da SIC desse ano – aprovado em Assembleia-Geral realizada a 16 de Março de 1999 – a estação registou, em 1998, um lucro de 5,3 milhões de contos, mais dois milhões do que no ano anterior³⁴⁵.

3.2. A programação dos canais generalistas: “(na SIC) temos o poder da influência”

³⁴² À semelhança daquilo que já haviam feito os outros proponentes, a Sonae procura capitalizar alguns dividendos, comprando, a 5 de Maio, ao sindicato de bancos liderado pela Caixa Geral de Depósitos créditos no valor de 2,3 milhões de contos, o que o tornava o maior credor da TVI.

³⁴³ Stanley Ho, o empresário macaense que se contava entre os maiores credores da TVI, vende, entretanto, os seus créditos no valor de 1,6 milhões de contos à Cisneros (“*Público*”, 13 de Maio de 1998).

³⁴⁴ A Miguel Paes do Amaral, sucede na presidência da TVI Carlos Moreira da Silva, um nome indicado pela Sonae, que detinha um capital superior aos seus parceiros, ainda que não maioritário. Uma das decisões com mais impacto deste consórcio seria a chamada “*operação harmónio*” que visava uma redução e um posterior aumento do capital da TVI – um processo arriscado para os gestores do canal, na medida em que poderia fugir das suas mãos o controlo do capital da empresa. Embora essa operação tivesse sido prevista para Setembro, a saga dos adiamentos das assembleias-gerais de credores permaneceu no último trimestre do ano. A 17 de Setembro, o Tribunal de Oeiras considera não estarem reunidos os requisitos para a aprovação das contas relativas a 1997 e adia essa reunião para 6 de Outubro, protelando-se, conseqüentemente, o aumento do capital para o mês seguinte.

³⁴⁵ Segundo esse relatório de gestão divulgado na edição de 17 de Março de 1999 do “*Público*”, as receitas publicitárias atingiram, em 1998, os 65,5 milhões de contos.

3.2.1. RTP: a crise do serviço público de televisão

Em funções desde finais de 1995, aquela que ficou conhecida como “*a direcção dos Joaquins*” (Furtado e Vieira) vinha evidenciando dificuldades em desenhar uma oferta televisiva simultaneamente de interesse público e atractiva para as audiências. Perceber-se-ão as razões dessa aparente letargia, depois da demissão de uma equipa que, segundo Joaquim Furtado, desenvolveu “*um trabalho importante em condições adversas*”. Em entrevista à edição de 4 de Abril de 1998 do “*Expresso*”, este ex-director da RTP afirma que “*disponibilizar os meios para tornar a estratégia de programação mais eficaz não foi uma prioridade (da administração da empresa e do poder político)*”. Essa falta de investimento ao nível da oferta televisiva torna-se visível na grelha do canal generalista dos primeiros meses de 1998 que apresenta programas de fórmulas já gastas e, não raras vezes, clonados daquilo que de pior emitiam as estações privadas. Em Março, a demissão da equipa de Furtado e a entrada em funções da dupla Grego Esteves/Maria Elisa inviabilizam o aparecimento da chamada temporada televisiva da Primavera. Necessitando de tempo para desenvolver o seu trabalho, os novos directores de Informação e de Programas apenas estarão em condições de apresentar publicamente a “sua” grelha na *rentrée*. Isso não significa que, nesses meses, a RTP tenha ficado afastada de estreias, mas, de qualquer modo, nenhuma delas foi particularmente marcante³⁴⁶.

Em Setembro, as principais novidades inserem-se no entretenimento e correspondem a produções nacionais de diferentes géneros televisivos. Nesta altura, o *slogan* do operador público era “*uma televisão mais portuguesa*”. E, na verdade, o canal generalista enche-se de programas falados em português. As estreias repartem-se entre os magazines (*O Amigo Público*, apresentado por Júlio Isidro que ocupa diariamente o período da tarde), as séries (*O Diário de Maria* e *Ballet Rose*), as telenovelas (*Os Lobos*³⁴⁷), as *sitcoms* (*Débora* e *Uma Casa em Fânicos*³⁴⁸) e os programas de música (*Miguel Ângelo ao Vivo* e *Canções da Nossa Vida*³⁴⁹). Em entrevista à edição de 19 de Setembro de 1998 do “*Diário de Notícias*”, a directora de Programas fala destes novos produtos como uma “*alternativa de qualidade*”. Na grelha de Outono, sobressaem dois novos formatos que misturam entretenimento com informação. Ambos correspondem a uma ideia de Maria Elisa, que escolhe mulheres jornalistas para a apresentação de cada um destes programas.

³⁴⁶ Comprado no tempo em que Joaquim Vieira assumiu a área da programação, o formato espanhol *Obrigado por Tudo* estreia-se a 17 de Março no horário nobre da RTP1, mas, a 22 de Abril, Maria Elisa suspende as respectivas emissões, alegando falta de qualidade. A 4 de Abril, ou seja, sete anos depois da proposta inicial e quatro anos após o início da produção, o canal generalista público estreia *Major Alvega*, uma série baseada numa conhecida personagem de banda desenhada dos anos 60 que junta personagens reais a cenários de animação. No entanto, esta inovação não foi suficiente para atrair audiências. Mais popular foi o novo programa de Herman José, *Herman 98* que surgiu a 19 de Maio.

³⁴⁷ Produzida pela NBP, esta telenovela estreia-se a 9 de Novembro, um mês depois da anterior novela, *Terra Mãe*, ter terminado. O horário escolhido foi o da franja imediatamente antes do *Telejornal*, o que gerou descontentamento na NBP, que preferiria o segmento do horário nobre.

³⁴⁸ Estas *sitcoms* juntam-se a outras já em exibição na RTP1: *Nós, os Ricos* e *As Lições do Tonecas*.

³⁴⁹ *Canções da Nossa Vida* é produzido conjuntamente pela Gestmusic espanhola e pela Endemol. Esta última produtora não trabalhava com a RTP desde 1996. A estreia deste programa, a 2 de Novembro, marca o seu regresso ao canal público.

GLX é colocado no segmento de acesso ao horário nobre de domingo e nele Paula Moura Pinheiro procura dar a conhecer rotas desconhecidas da Grande Lisboa. *Radars* noticia, sobretudo, espectáculos, abrindo, nas noites de 6.ª feira, uma programação de fim-de-semana assente em espaços de *lifestyle*, guiada por Margarida Pinto Correia, que apresentara, em Agosto e Setembro, na RTP1, *Férias de Verão* – um programa em que a vertente do entretenimento estaria mais acentuada, na medida em que a ideia era acompanhar, em cada emissão, um convidado por memórias de férias de há 20 anos, actualizadas em espaços que tivessem sido de lazer.

No que diz respeito à informação semanal, o canal generalista público não faz aí um particular investimento em 1998. *Maria Elisa* atravessa o ano com uma periodicidade quinzenal, alternando com *Grande Entrevista*, de Judite de Sousa, que inicia as emissões em Abril, altura em que se coloca ponto final a *Enviado Especial*, uma aposta da Direcção de Joaquim Furtado. Em termos de informação temática, a RTP1 apresenta *Domingo Desportivo*, um programa de reportagens onde se noticiam os acontecimentos de desporto do fim-de-semana que, no dia seguinte, será complementado, na RTP2, com *Jogo Falado*³⁵⁰.

3.2.2. SIC: uma grelha (cada vez mais) de entretenimento

Continuando a liderar as audiências com uma ampla margem de intervalo em relação aos outros canais, a SIC apresenta uma grelha que, ao longo do ano, se renova em permanência, sem, no entanto, introduzir uma ruptura com a oferta televisiva que tinha estado a propor às audiências. Este é o ano em que a estação explora o horário da tarde com produção própria: a 16 de Fevereiro, estreia um *talk show*, apresentado por Fátima Lopes, que empresta o seu nome a um programa construído com testemunhos de gente anónima que conta experiências pessoais relacionadas com o tema da emissão³⁵¹. Ao contrário daquilo que acontecera num passado recente, a informação semanal ocupa menos espaço no segmento nocturno. Em contrapartida, o jornalismo feito ao ritmo diário ganha novos contornos através de operações especiais que se promovem em ligação com acontecimentos marcantes. Numa entrevista ao “*Diário de Notícias*” por altura do sétimo aniversário da SIC, o respectivo director-geral resume de forma assertiva aquilo que representa a informação do seu canal: “*Temos influência, não temos poder. Poder-se-á dizer que é o poder da influência*” (“*Diário de Notícias*”, 4 de Outubro de 1998).

³⁵⁰ *Jogo Falado*, que havia surgido em 1995, regressa em 1998 com uma nova série na RTP2.

³⁵¹ Em cada emissão, que se prolonga por duas horas, escolhe-se um tema que cruza com a vida quotidiana, particularmente com a esfera privada das pessoas. Por exemplo: “*O jogo destruiu a minha vida*”, “*Sou gordo e gosto*”... A ocupação do segmento da tarde por um magazine será adoptada pela RTP1 na temporada de Outono com o programa *Amigo Público*, apresentado por Júlio Isidro.

É o entretenimento que ocupa mais espaço no horário nobre da SIC em 1998. Em Janeiro, estreia-se um formato espanhol produzido pela Endemol que há-de ser um dos programas mais vistos da estação: *Médico de Família*. Esta série dará origem, num futuro próximo, a outras réplicas, espalhando-se pelos canais generalistas uma ficção nacional que procura encenar (por vezes com muitos erros) o quotidiano de grupos profissionais (médicos, jornalistas, polícias...), acentuando (em demasia) os romances que cruzam o dia-a-dia das personagens. Para além deste género televisivo, as novelas da Rede Globo, os programas de humor³⁵², os concursos³⁵³ e os *reality shows*³⁵⁴ continuam a ser estruturantes do segmento nocturno da estação de Carnaxide. Na temporada de Outono, aparece um formato de entretenimento feito com cantigas cujas letras parodiam aspectos diversos da vida pública nacional. *Cantigas de Maldizer* conta ainda com um painel de comentadores residentes, composto por Júlia Pinheiro, Rui Zink e Manuel Serrão, que, à semelhança daquilo que faziam em *A Noite da Má-Língua*, acrescentam algumas farpas a um ambiente concebido para uma crítica acentuadamente viperina. A referência a personalidades mediáticas em *sketchs* humorísticos de programas de entretenimento viria a provocar, no final do ano, uma desavença entre a SIC e uma facção do poder político. Uma rábula intitulada *Santana Copos*, inserida do *Big Show SIC*, desencadeia, a 7 de Novembro, uma forte reacção do parodiado, Pedro Santana Lopes (na altura, presidente da câmara da Figueira da Foz), que, dois dias depois, convoca uma conferência de imprensa para anunciar que, por causa disso, se afastaria da vida política nacional. Nos dias seguintes, o visado entrega uma cópia do programa ao provedor de Justiça, solicita uma audiência ao Presidente da República, apresenta uma queixa à Alta Autoridade para a Comunicação Social e, com isso, espalha pela imprensa um amplo debate sobre os limites da programação televisiva³⁵⁵.

Na informação, a SIC investe particularmente nos noticiários diários, instalando, várias vezes, o respectivo cenário fora das instalações de Carnaxide. Ao longo do ano, o *Primeiro Jornal* deslocou-se a algumas cidades do país e o *Jornal da Noite* andou por palcos de acontecimentos que marcaram a actualidade³⁵⁶. Por outro lado, procurou-se, através de programas específicos, assinalar acontecimentos que

³⁵² Aos formatos que transitam do ano anterior, como *Os Malucos do Riso* (que Emídio Rangel, em entrevista à edição de 4 de Outubro de 1998 do “*Diário de Notícias*”, considera ser o *blockbuster* da grelha da estação), a SIC junta *Bom Baião* (em Janeiro), *Camilo na Prisão* (em Fevereiro) e, na grelha de Outono, *Um Sarilho Chamado Marina*.

³⁵³ Dentro deste género televisivo, a grelha da SIC apresenta *Roda dos Milhões*, *Ai os Homens*, *Furor* e *Chuva de Estrelas*.

³⁵⁴ *Surprise Show* é o formato mais destacado neste género, apresentando duas séries em 1998.

³⁵⁵ A AACCS delibera sobre este assunto a 7 de Janeiro de 1999, dando razão ao político, sem condenar a SIC, considerando-se que a rábula “*pertence ao domínio da sátira, não se enquadrando nos limites do rigor da informação*”.

³⁵⁶ Na inauguração da Ponte Vasco da Gama (Março), o *Jornal da Noite* é apresentado no tabuleiro; na abertura da Expo 98 (Maio) é transmitido a partir do Oceanário e no dia do encerramento (Setembro) voltar-se-ia a repetir essa experiência. No dia da cerimónia da entrega do Prémio Nobel da Literatura a José Saramago em Estocolmo (10/12), o *Primeiro Jornal* e o *Jornal da Noite* são transmitidos em directo da capital sueca. Nessa ocasião, a SIC envolve-se numa polémica, por ter antecipado no dia anterior à cerimónia o discurso do escritor, apesar de Saramago ter facultado esse texto aos jornalistas sob a condição de o não divulgarem até à hora em que ele próprio o estivesse a proferir. Esta quebra do embargo originou forte contestação de vários órgãos de comunicação social e da direcção do Sindicato dos Jornalistas que, no dia 10, divulga um comunicado que considerava esse comportamento “*ética e profissionalmente indesculpável*”. No entanto, a maior controvérsia envolveu José Rodrigues dos Santos, da RTP, e o director da SIC. A 9 de Abril de 1999, o primeiro anuncia ter movido uma acção cível contra Emídio Rangel, por causa de trocas de palavras a propósito da violação desse polémico embargo. A decisão de Rodrigues dos Santos em avançar para os tribunais haveria de sofrer avanços e recuos com a entrada de Rangel, em 2001, para a direcção da RTP.

ocorriam em 1998 ou promover em redor deles algum debate público. Dois exemplos: as comemorações dos 500 anos da chegada de Vasco da Gama à Índia são assinaladas, a partir de 22 de Abril, com a série documental de cinco episódios *A Grande Viagem*, da autoria de Carlos Brandão Lucas³⁵⁷; e o Referendo sobre a Regionalização, que ocorre a 8 de Novembro, faz renascer um formato conhecido, intitulado *Crossfire*³⁵⁸, desta vez com os jornalistas António Perez Metello³⁵⁹ (defensor do *sim*) e Miguel Sousa Tavares³⁶⁰ (partidário do *não*), que discutem semanalmente, com diferentes convidados, um determinado tópico ligado ao processo que se iria votar.

Ao nível da informação semanal, a SIC reduz o número de formatos, mas, mesmo assim, é o canal com mais emissões nesse campo. Os debates circunscrevem-se a *Esta Semana*, emitido até Julho. O género da grande-entrevista é praticado, em horário tardio, por Baptista Bastos, que conduz, durante os doze meses do ano, *Conversas Secretas*. Por outro lado, a grande-reportagem, que estrutura um programa com o mesmo nome, reaparece em Setembro. Na informação temática, a SIC mantém dois programas já com longevidade assinalável na estação: *Casos de Polícia* e *Os Donos da Bola*. Se em Abril desaparece da grelha *Filhos da Nação* (um formato que tanta polémica causara no ano anterior, mas que, em 1998, passa quase despercebido), em Agosto surge a única novidade do ano: *Ficheiros Clínicos*, um programa inovador, vocacionado para retratar uma medicina bem sucedida no tratamento de doenças de cidadãos anónimos. Não é, no entanto, com estes programas que a SIC se torna mais visível, nem é aqui que se desencadeiam, em 1998, polémicas que multiplicam discussões no espaço público. Isso acontece ao nível do entretenimento e, sobretudo, na informação diária, que continua a cultivar uma postura pró-activa em relação aos múltiplos sectores da sociedade e a prestar particular atenção à vida quotidiana dos cidadãos anónimos, particularmente às situações em relação às quais as instituições competentes revelam uma certa inércia.

³⁵⁷ A RTP1 faz o mesmo, mas com um atraso de três meses, estreando, a 14 de Julho, o documentário *Na Rota do Oriente*, da autoria de Luc Cuyvers, numa co-produção RTP e Comissão Nacional para as Comemorações dos Descobrimentos.

³⁵⁸ A TVI insere o debate sobre a regionalização no noticiário *Directo XXI* e a RTP promove debates entre as 19h00 e as 20h00.

³⁵⁹ É a este jornalista, editor de economia da SIC, que se deve o (re)aparecimento de *Crossfire* para discutir a regionalização. “Achei que as pessoas estavam pouco informadas sobre esta matéria”, diz Perez Metelo. Quanto ao modelo que este formato impõe, o jornalista afirma o seguinte: “O princípio do contraditório, se for contido, é bastante mais esclarecedor do que simplesmente um monólogo de entrevistas de um só lado, em que as pessoas se repetem sempre porque não estão a ser ‘espicaçadas’ por outras ideias e por outros ângulos que a outra parte pode solicitar com proveito” (“TV Guia”, n.º 1027, Outubro 1998).

³⁶⁰ Sousa Tavares diz ter encarado a participação neste programa “com alguma apreensão, mas também com o sentido de que é um dever cívico” (“TV Guia”, n.º 1027, Outubro 1998).

3.2.3. TVI: a expectativa de estabilidade

Num ano em que há uma permanente rotatividade dos responsáveis pela gestão do canal, talvez não seja estranho encontrar na TVI uma oferta televisiva pouco inovadora. O cinema, as séries estrangeiras e as transmissões de desafios de futebol estrangeiro, sendo uma aposta que acompanha a estação desde o início, multiplicam-se, particularmente em horário nobre³⁶¹. Vivendo um dos períodos mais conturbados ao nível da administração, a empresa alcança, mesmo assim, resultados positivos no que diz respeito às audiências. Sob a gestão do grupo Media Capital, a TVI atinge na última semana de Julho 16.6% de *share*, o melhor resultado desde o início das suas emissões³⁶². Da administração do consórcio Sonae/Lusomundo/Cisneros, sobressai o convite a José Eduardo Moniz para director-geral da estação, cargo que começa a exercer a partir de 23 de Setembro de 1998, esperando-se, a partir daí, uma profunda mudança da programação. A reentrada do grupo de Miguel Paes do Amaral nesta estação privada não provoca alterações na Direcção. No entanto, o trabalho de Moniz não se torna (ainda) visível em 1998, apesar de ser esse o ano em que a TVI mais cresceu desde Fevereiro de 1993, aumentando o seu *share* mensal cerca de um terço³⁶³. Mas um trimestre seria apenas o tempo para o estudo de eventuais alterações que, a aparecerem, só se tornariam possíveis no ano seguinte.

Ao nível da informação semanal emitida na franja da noite, a TVI não tem programas de relevo. Ainda que promova aqui e além uma ou outra entrevista ou reportagens especiais³⁶⁴, a grelha não integra uma oferta que apresente uma continuidade que vá para além dos três meses, com excepção de emissões que se estruturam com um alinhamento composto por peças noticiosas. Como *Lanterna Mágica*, um magazine de cinema apresentado por Sofia Morais; *Quarta a Fundo*, um programa de desporto automóvel; *Linha de Fundo*, um formato de futebol; ou *Golo!*, um programa que mistura reportagens com algum debate, destacando particularmente o futebol internacional.

³⁶¹ Em situação de falência técnica e já com as instituições religiosas afastadas do controlo do capital, a TVI ensaia sinergias que não lhe são estranhas. A 9 de Março, estreia, no horário nocturno até então ocupado por uma telenovela, *Quem Tudo Quer*, um concurso também transmitido ao final da tarde na Rádio Renascença, onde, aliás, ia para o ar há quatro anos, reunindo no éter grande popularidade. Que não se repete com a mesma amplitude na televisão.

³⁶² Essa subida da TVI coincide com a descida da RTP1, a pior de sempre do canal generalista de serviço público: 28.5% (*"Público"*, 5 de Agosto de 1998).

³⁶³ Esta tendência não se verifica ao nível da situação económica. Numa conferência de imprensa, realizada a 1 de Setembro de 1998, a Administração do consórcio Sonae/Lusomundo/Cisneros pronuncia-se sobre as contas relativas ao último quinquénio, o tempo de vida da estação. Segundo o presidente da empresa, a TVI consumiu um capital de 32 milhões de contos, o que, na sua opinião, implicou "*delapidar 5000 mil contos por mês em cinco anos e três meses*". Os prejuízos acumulados eram, à data, de 18.9 milhões de contos, o que, de acordo com a Administração, atirava a TVI para uma quadro de falência técnica e financeira (*"Público"*, 2 de Setembro de 1998).

³⁶⁴ Por exemplo, a 13 de Setembro estreia *Planeta Portugal*, uma série de quatro programas, da autoria do jornalista António Vieira, em que se aborda a vida de comunidades portuguesas no estrangeiro.

Quadro 11: Programas de informação semanal nocturna dos canais generalistas em 1998

Programas	Canal	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez
<i>Maria Elisa</i>	RTP	█	█	█	█	█	█	█		█	█	█	█
<i>Grande Entrevista</i>	RTP				█	█	█	█		█	█		
<i>Enviado Especial</i>	RTP	█	█	█	█								
<i>Domingo Desportivo</i>	RTP	█	█	█	█	█			█	█	█	█	█
<i>Rotações</i>	RTP				█	█	█	█	█	█	█	█	█
<i>Máquinas</i>	RTP				█	█	█	█	█	█	█	█	█
<i>Radar</i>	RTP										█	█	█
<i>Esta Semana</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨					
<i>Casos de Polícia</i>	SIC	▨	▨			▨	▨	▨	▨			▨	▨
<i>Grande Reportagem</i>	SIC									▨	▨	▨	▨
<i>Ficheiros Clínicos</i>	SIC								▨	▨	▨	▨	
<i>Donos da Bola</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨			▨	▨	▨	▨
<i>Conversas Secretas</i>	SIC	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨	▨
<i>Filhos da Nação</i>	SIC	▨	▨	▨	▨								
<i>Lanterna Mágica</i>	TVI	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩
<i>Quarta a Fundo</i>	TVI	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩	▩
<i>Linha de Fundo</i>	TVI	▩	▩	▩	▩								
<i>Golo!</i>	TVI										▩	▩	▩

Fonte: Markttest

3.3. Programas de informação: quem fala do quê nos *plateaux* televisivos

3.3.1. A abertura dos debates aos especialistas e aos “*profanos*”

Em 1998, *Maria Elisa* e *Esta Semana* são os únicos debates emitidos na franja nocturna dos canais generalistas e vão para o ar em sobreposição horária na RTP1 e na SIC, respectivamente. O primeiro atravessa o ano, alternando semanalmente com *Grande Entrevista* a partir de Maio; o segundo suspende as emissões em Julho. Um e outro são modelos conhecidos das audiências, na medida em que se mantêm no ar desde 1996, passando, ao longo deste tempo, por pequenos arranjos que não alteraram a respectiva linha editorial. Isso significa a preferência por questões sociais e a abertura dos respectivos *plateaux* a um conjunto diversificado de interlocutores. Uma tendência mais acentuada no canal público.

Afastando (teoricamente) qualquer preocupação com as audiências que garante não a condicionarem em nada (“*muito menos na escolha dos temas*”), Maria Elisa explica, em entrevista à edição de 12 de Fevereiro de 1998 da revista “*Visão*”, que o desvio da política³⁶⁵ se operou, porque, na sua opinião, “*as questões sociais passaram a ocupar o centro nevrálgico dos interesses do público telespectador*”. Para a jornalista, a maior parte dos temas dos seus programas liga-se intrinsecamente àquilo que designa como “*políticas sociais*”. Exemplificará isso noutra entrevista: “*Quando se fala da paixão ou do erotismo, estamos a falar do grau de liberdade da sociedade. Estamos sempre a falar de política, de uma maneira que tem a ver com a vida de toda a gente*” (“*TV Guia*”, 31 de Julho de 1999). Mesmo quando destaca áreas estruturais, “*Maria Elisa*” formula o tópico de forma a que o cruzamento com o “*vivido*” se torne evidente, o que demonstra um crescente interesse pela dimensão micro-social da actualidade em detrimento dos grandes discursos interpretativos. Por exemplo: na saúde discute-se “*a diabetes*” (9/4) e analisam-se “*os cuidados a ter com os alimentos que ingerimos*” (26/11). Mais do que do espaço público é da esfera privada que a jornalista retira a maior parte dos temas das suas emissões, inclusive aqueles que dizem respeito à vida em sociedade. Estes últimos, que ao longo do ano ocupam seis emissões, ressaltam problemáticas que envolvem instituições sociais (polícia, tribunais, estruturas de solidariedade...), mas que colocam o privado em público. Por exemplo: “*a violência doméstica*” (22/1) ou “*a pedofilia*” (17/10). Será mais ao nível do desenvolvimento e bem-estar pessoais que Maria Elisa confere singularidade ao seu debate, pois a este género televisivo não é costume associar-se a discussão da sexualidade, do relacionamento afectivo das famílias ou das emoções individuais – temáticas mais próximas dos *talk shows* ou dos *reality shows*. Mas são esses assuntos que ocupam grande número de emissões de *Maria Elisa*, que, ao longo do ano, debate “*a andropausa*” (12/2), “*a infidelidade*” (26/2), “*as fobias*” (26/3), “*os filhos de pais separados*” (23/4), “*o relacionamento entre avós e netos*” (30/7) ou “*a dor*”, entre outros temas.

³⁶⁵ Apenas três emissões se situam neste campo: duas para discutir a política de Governo nas áreas da Cultura e da Segurança Social e outra para reflectir um tema de História Política: a monarquia em Portugal.

Admitindo a importância das audiências (apesar de assegurar não serem “*um critério decisivo*”), Margarida Marante diz que a sua (nova) opção por assuntos do quotidiano é tributária da alteração do perfil da classe política, hoje “ *muito tecnocrata*” (“*Visão*”, 12 de Fevereiro de 1998); e do interesse “ *muito reduzido*” do público pelos assuntos políticos (“*TV Mais*”, 26 de Setembro de 1997). Embora reconheça que as suas emissões se tornaram “ *mais leves*”, a coordenadora e apresentadora de *Esta Semana* insiste em deixar claro que o seu trabalho se integra na área da informação: “*É claramente um programa de investigação jornalística; não é um espaço sobre temas psicológicos, de fronteira com o entretenimento*” (“*TV Guia*”, 18 de Outubro de 1997). Antecedido de uma reportagem sobre o assunto em destaque, o debate que *Esta Semana* coloca em cena atravessa campos mais diversificados do que *Maria Elisa*. Diferentemente do programa do canal público e mesmo contrariando declarações públicas suas, Margarida Marante não ignora a política, dedicando-lhe seis emissões (três das quais na mesma noite em que era emitido *Grande Entrevista* com uma linha editorial mais próxima desse campo)³⁶⁶. No que diz respeito às áreas estruturais, Margarida Marante e Maria Elisa coincidem na valorização da saúde, que intersectam de diferentes formas. *Esta Semana* aproxima-se desse tópico pelo lado da agricultura, falando dos alimentos que se produzem (22/1); pelo lado da ciência, explorando a investigação feita no tratamento do cancro (16/7); a partir do interior desse campo, salientando a polémica instalada à volta do sangue contaminado (29/1); e os dados referentes aos infectados com SIDA (23/4). Tal como *Maria Elisa*, *Esta Semana* lança aos telespectadores propostas de discussão de uma realidade social próxima do quotidiano. No primeiro programa do ano, Margarida Marante escolhe como tema de debate “*o consumo*” e inicia assim a emissão:

“*Janeiro é o primeiro mês do ano e um tempo de balanço. Chegados a este momento, quase todos sentimos a consciência pesada, quando verificamos o que gastámos em presentes, alguns deles inúteis, neste último Natal. Sobreviventes da euforia consumista das semanas precedentes, chegamos à celebração natalícia esgotados física e financeiramente. É um facto: o consumo tomou conta da nossa vida.*”

Embora os temas relacionados com o desenvolvimento e o bem-estar pessoais tenham dado mote a um número significativo de emissões, o debate da SIC não aprofunda o íntimo. Se Maria Elisa se detém em aspectos da vida privada que se torna pública, Margarida Marante procura salientar aquilo que está em público em profunda ligação com o privado³⁶⁷. Destaca-se o crescimento das crianças e dos jovens através de estilos de vida particulares, falando-se da “*geração ecstasy*” (19/2), das “*crianças na ribalta*” (26/2) e, (o que não será diferente, apesar de apresentar outro tipo de actores) do “*trabalho infantil*” (4/6). A sexualidade é abordada através de um medicamento que aparecerá dali a pouco tempo em Portugal: o Viagra (18/6);

³⁶⁶ Para além de reservar uma emissão para cada um dos líderes dos três maiores partidos da oposição (PSD, PP e PCP), a jornalista destacou, à vez, um aspecto particular da política de Estado (a reforma da saúde), da política local (“*a operação Casal Ventoso*”, promovida pela autarquia de Lisboa) e da política internacional (Golpe de Estado na Guiné-Bissau).

³⁶⁷ Envolvida, por esta altura, numa polémica que considera ser de violação da sua intimidade por um jornal semanário, Margarida Marante dedica uma emissão ao debate do tópico “*limites da vida privada: informação e privacidade*” (12/2). Neste contexto, percebe-se melhor o cuidado que a coordenadora de *Esta Semana* tem quando se trata de discutir temas que entram no domínio privado.

enquanto os (des)equilíbrios emocionais são discutidos a partir de dois estados que facilmente se descobrem no espaço público, embora sejam vividos individualmente: a solidão (30/4) e o *stress* (21/5).

Quadro 12: Temas dos programas de debate e/ou entrevista dos canais generalistas em 1998

Programa	Canal	Género	Temas			
			Macro-temas		Micro-temas	
			Política	Áreas Estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento/Bem-estar pessoais
<i>Maria Elisa</i>	RTP	Debate	3	10	5	8
<i>Esta Semana</i>	SIC	Reportagem + Debate	6	5	4	6

Estes debates mantêm uma certa distância em relação à agenda mediática, mas não a ignoram. *Maria Elisa* opta por antecipar, em largos meses, tópicos que, num futuro próximo, saturarão os espaços informativos. Se o referendo da lei da interrupção voluntária da gravidez ocorre a 28 de Junho, discute-se, a 29 de Janeiro, “*quando começa a vida*”; se a abertura da Expo’98 está marcada para 21 de Maio, a preparação desse evento cultural é tema da emissão de 5 de Fevereiro. O debate do canal público também recupera acontecimentos atirados para as margens dos alinhamentos dos noticiários. Como a IV Cimeira do Tango, que se reúne, em Maio de 1998, em Lisboa, ou o primeiro aniversário da morte da princesa Diana: a 7 de Maio, o debate da RTP1 tem o tango como tema central de uma emissão feita em directo do Salão dos Alunos de Apolo onde não faltaram as danças; e a 31 de Agosto “*os media e a família real inglesa*” davam o mote a um debate que decorre no Palácio da Fronteira, em Lisboa³⁶⁸. Margarida Marante segue mais de perto a noticiabilidade que circula(rá) no espaço mediático, privilegiando balanços de certos acontecimentos³⁶⁹, mas também antecipando problemáticas que serão notícia num futuro próximo³⁷⁰. No entanto, *Maria Elisa* e *Esta Semana* singularizam-se ao conferirem centralidade mediática a assuntos que estruturam aquilo que somos, mas que, até então, dificilmente entravam nas agendas da chamada “grande-informação”. Como a andropausa, as fobias, a sexualidade juvenil, o pensamento dos animais, a dor ou os sonhos. Ou então a “*geração ecstasy*”, o *stress* ou a solidão. O primeiro grupo temático foi discutido em algumas emissões de *Maria Elisa*; o segundo integrou alguns debates de Margarida Marante.

³⁶⁸ *Maria Elisa* saíra para o exterior noutras emissões. A 18/6, vai até ao Jardim Zoológico de Lisboa para discutir “*o pensamento dos animais*”; a 16/7, desloca-se até ao Europarque de Santa Maria da Feira para debater “*os produtos fabricados em Portugal*”.

³⁶⁹ Por exemplo, “*consumo*” (15/1), “*sangue contaminado*” (29/1), “*limites da vida privada*” (12/2), “*operação Casal Ventoso*” (12/3), “*SIDA*” (23/4), “*acidentes de viação*” (2/7), “*golpe de Estado na Guiné-Bissau*” (9/7).

³⁷⁰ Por exemplo, “*a reforma na saúde*” (5/3) ou “*o Viagra*” (18/6).

A um espaço público televisivo fundado na razão e legitimado pelo discurso de especialistas que valorizam a generalidade em detrimento das particularidades, *Maria Elisa* junta um outro espaço modelado por experiências singulares e habitado pelas emoções do cidadão comum. De uns e de outros, a jornalista diz esperar contributos diferentes, mas igualmente importantes (“*Visão*”, 12 de Fevereiro de 1998):

“*Preciso de ter casos pessoais que ilustrem as situações em debate e, depois, de ter os técnicos ou os mediadores para contextualizarem os temas. Fazem falta as duas componentes, embora o mais difícil seja, nalguns casos, saltar do elemento mais emotivo para o mais racional, sem perder o fio condutor.*”

Os políticos, outrora presença habitual neste género de programas, são agora menos solicitados, porque a política deixou de constituir o eixo estruturante dos debates televisivos. No seu lugar, Maria Elisa coloca outros interlocutores, nomeadamente os detentores de cargos públicos e os membros das associações e sindicatos, grupos que, de certa forma, asseguram, entre eles, uma espécie de contraditório em relação àquilo que se discute³⁷¹. Para o *plateau* do seu programa, a apresentadora chama também um conjunto de pessoas especializadas em determinado saber onde se destacam os médicos e os académicos, embora o cuidado em identificar este tipo de convidado com a temática em discussão fomente uma certa diversidade. Num programa que coloca tantas vezes em debate temas relacionados com a esfera privada, percebe-se por que razão os psiquiatras e os cientistas sociais são os especialistas mais presentes, o que contribui para conferir a este espaço um papel activo na área das questões relacionais. Isso estará em consonância com uma contemporaneidade que, nas palavras de Ehrenberg (1995: 23), estabelece “*um código da linguagem dos problemas quotidianos a partir da linguagem psicológica*”.

Comparando *Maria Elisa* com outros formatos similares, nota-se alguma evolução nas técnicas de recrutamento dos convidados. Talvez essas modificações não sejam tão expressivas, quando se cria uma linha diacrónica no interior do próprio programa que se mantém no ar desde 1996. Mas, ao longo de 1998, evidenciam-se traços distintos. Por exemplo: a crescente presença do cidadão comum, de crianças e jovens. Ao contrário dos restantes convidados que são chamados a explicar situações impessoais, a participação destes “*profanos*” (pessoas cuja presença não é habitual nos *plateaux* informativos, mas que mantêm um laço existencial com o assunto tratado) é reclamada para se exporem determinadas experiências, ou seja, um vivido que se partilha em público, relatado por interlocutores que, não tendo legitimidade para falar em nome de ninguém, representam uma parte importante do corpo social: a do cidadão comum. Maria Elisa dá-lhes grande visibilidade, ao abrir a maior parte das suas emissões com um depoimento desse tipo, às vezes apresentado sob nome falso e atrás de uma máscara. Como a Cristina, que se disse alvo de violência doméstica (22/1). Mais do que a sua identidade, a pessoa que dá um testemunho vale pelo papel que desempenha. Em *Maria Elisa*, esses cidadãos anónimos foram várias vezes convidados a exporem histórias de vida que os condenavam ao estatuto de vítimas – de infidelidade (26/2), de pobreza (12/3), do consumo de droga (4/6), de dor (17/9) –, mas a jornalista também chamou o cidadão comum para relatar experiências

³⁷¹ Por exemplo, na primeira emissão do ano para discutir “*o Serviço Nacional de Saúde*” (8/1), Maria Elisa convidou o presidente de Reflexão para a Saúde, a presidente da Administração da Saúde da Região de Lisboa e Vale do Tejo, os administradores do Hospital dos Capuchos e do Hospital Amadora-Sintra, mas também o presidente da Associação Portuguesa dos Médicos de Clínica Geral, o coordenador do Sindicato dos Enfermeiros Portugueses e o presidente da Associação Portuguesa de Economistas da Saúde.

positivas: pessoas idosas para contarem o seu relacionamento com os netos (30/7); ou turistas para falarem sobre viagens por destinos exóticos (10/12). E com isso *Maria Elisa* foi conquistando uma certa singularidade, pois os debates não costumavam destacar vidas exemplares de gente anónima.

Um outro grupo que se evidencia em *Maria Elisa* é o dos actores das indústrias culturais. A jornalista, também directora de Programas da RTP, atribui-lhes papéis diversos: relatar experiências pessoais, opinar sobre temas que nada têm a ver com a sua profissão ou explicar o seu trabalho³⁷². A presença de pessoas com projecção mediática que parecem estranhas ao campo em discussão é considerada pela jornalista como um dos traços distintivos do seu programa através do qual pretende “*dessacralizar a discussão e dar a possibilidade de cada problema poder ser abordado de diversas maneiras*”. Daí encontrarmos, por exemplo, o jornalista Carneiro Jacinto a relatar as suas fobias (26/3) ou a cantora lírica Helena Viera a falar do modo como controla a diabetes (9/4). “*Temos tendência de olhar para as pessoas só por um lado*”, diz Maria Elisa, para justificar a sua opção em conversar com os seus convidados através de inesperados ângulos (“*TV Guia*”, 31 de Julho de 1999). Este caminho apenas é seguido com interlocutores que reúnem já um certo capital mediático, o que significa que há aqui um jogo de sedução com as audiências.

Quadro 13: Perfil dos convidados dos debates em 1998

Programas	Políticos	Cargos	Profs Invest.	Juristas	Jornalistas	Econ Empre	Médicos Psicológicos	Militares	Religiosos	Técnicos	Sect Prod.	Desportistas	Indú Cultur	Jet 7	Sindicatos Associações	Cidadão Comum	Crianças Jovens	Personal Internac
<i>Maria Elisa</i>	15	27	26	1	14	9	36	3	5	2	-	2	32	1	35	33	31	1
<i>Esta Semana</i>	10	7	5	4	3	1	13	3	1	1	3	-	7	-	15	2	3	4
Total	25	34	31	5	17	10	49	6	6	3	3	2	39	1	50	35	34	5

Uma prática comunicacional para a qual se solicita a participação de diversos grupos representativos da sociedade não é uma opção de *Esta Semana*, onde o espaço mediático é mais fechado do que em *Maria Elisa*. Tal quadro será tributário de um dispositivo cénico que comporta um número inferior de convidados? Também. Mas, acima de tudo, isso acontece porque há uma linha editorial que não se desvia dos principais poderes institucionais. Em várias declarações públicas, Margarida Marante soma queixas quanto à classe política, que, na sua opinião, tinha estado a subtrair os mais qualificados, o que empobreceria o debate político. Em entrevista à edição de 15 de Novembro de 1997 do “*Expresso*”, diz que se encontrariam nesse campo “*vinte pessoas interessantes de ouvir, que reflectiram sobre os assuntos e têm ideias sobre a*

³⁷² Por exemplo, a actriz Julie Sargeant dá o seu testemunho no programa sobre “*filhos de pais separados*” (23/4); o escritor Jacinto Lucas Pires participa na emissão sobre “*infidelidade*” (26/2), um tema recorrente na literatura; a cantora Maria do Amparo é uma das convidadas para falar da sua carreira quando o tema é “*o descanso dos guerreiros*” (1/10).

sociedade onde vivem”, sendo tudo o resto “*peças muito desinteressantes*”. Na sua perspectiva, “*esta quebra de qualidade dos quadros faz com que muitas pessoas que potencialmente poderiam interessar-se pelos temas abordados entendam que estão a ser ludibriadas*”. No entanto, em 1998, a jornalista não dispensou os políticos dos debates que promoveu, principalmente os governantes e presidentes dos principais partidos. Estes dados são semelhantes àqueles que encontramos em anos anteriores.

Ao nível das categorias que habitualmente se contrabalançam nos debates televisivos, a dos detentores de cargos públicos e a dos sindicatos/associações, uma análise apenas quantitativa ressaltaria um certo desequilíbrio entre ambas, a favor da segunda. No entanto, olhando para o perfil daqueles que compõem o grupo associativo-sindical, composto por representantes máximos de estruturas profissionais de prestígio (como a Ordem dos Médicos ou a Ordem dos Enfermeiros) ou por elementos de associações de solidariedade (como a Abraço ou o Telefone Amizade), repara-se que não é nas margens sociais que se desenvolve esse debate. Pelo contrário. *Esta Semana* privilegiou interlocutores que misturavam uma competência reconhecida pelos pares e uma credibilidade atribuída pelo sistema mediático, ou seja, pessoas que ocupavam lugares hierarquicamente superiores e que habitualmente participavam em debates televisivos.

No que diz respeito aos especialistas, que Margarida Marante sempre destacou nos debates que tinha vindo a fazer na SIC, nota-se uma ligeira alteração em 1998. A discussão que se desenvolve em estúdio deixa de ter uma natureza predominantemente jurídica para ser mais terapêutica. Ao contrário daquilo que era uma inclinação sua, Margarida Marante, uma jornalista com uma licenciatura em Direito, apenas chama advogados a estúdio quando o debate não pode passar ao lado de aspectos jurídicos³⁷³. Por outro lado, os médicos adquirem, neste período, uma visibilidade que nunca tiveram nos debates da SIC. Porque há mais temáticas na área da saúde, mas também porque as emissões entram numa nova racionalização dos problemas sociais, em que o colectivo se pensa a partir do individual ou o pessoal é tido como estruturante do social. Convidar psiquiatras para um programa que tem como tema o *stress* (21/5) é o esperado, mas Margarida Marante chama-os para outros temas. Para discutir, por exemplo, crimes passionais ou para falar de crianças que se transformavam em celebridades mediáticas (26/2). Diferentemente de *Maria Elisa*, *Esta Semana* não abre muitas vezes o respectivo *plateau* à participação do cidadão comum e, quando o faz, é sempre para conversar com interlocutores que aparecem no papel de vítimas: uma ex-toxicod dependente e um ex-recluso. Os jovens também não têm uma representatividade expressiva, embora as suas vidas cruzem com o tema de várias emissões: “*geração ecstasy*” (19/2), “*criança na ribalta*” (26/2), “*solidão*” (30/4), “*stress*” (21/5), “*trabalho infantil*” (4/6). Margarida Marante preferiu discutir esses assuntos com os adultos. Tal como outros debates da SIC ou de outros canais generalistas, os actores das indústrias culturais continuam a ter um direito privilegiado à palavra. No caso de *Esta Semana*, subiram ao *plateau* apenas para falarem do trabalho que desenvolviam em várias áreas (literatura, televisão, música, entre outras).

³⁷³ Foi o que aconteceu nas emissões que tiveram os seguintes temas: “*crimes passionais*” (5/2), “*limites da vida privada e a informação*” (12/2), “*crianças na ribalta*” (26/2) e “*acidentes de viação*” (2/7).

3.3.2. A fugaz visibilidade dos políticos e daqueles que não se constituem como notícia

Em 1998 apenas a RTP1 estrutura, em horário nobre, um formato com a grande-entrevista que, aliás, dá título ao programa que aparece em finais de Abril conduzido pela jornalista Judite de Sousa. Na SIC, *Conversas Secretas*, da autoria do jornalista Baptista Bastos, segue também esse género, mas em horário tardio. E, talvez por isso, com outros temas e diferentes protagonistas.

Grande Entrevista é uma ideia da Direcção de Informação de Grego Esteves e é colocado na grelha à 5.ª feira, em alternância com o debate moderado pela directora de Programas, Maria Elisa. Essa opção obrigou-o a confrontar-se, durante algum tempo, com *Esta Semana* que se mantém no ar até 16 de Julho. A influência foi mútua, embora talvez tivesse sido o debate da SIC que fez mais desvios. Seguindo uma linha editorial que adopta a actualidade como principal critério na escolha dos convidados, *Grande Entrevista* foi um programa particularmente atento à política. E mesmo quando os entrevistados não estavam na política activa, evidenciavam ligações, mais ou menos vincadas, a esse campo. Judite de Sousa escolhe como primeiro convidado o ministro das Finanças, Sousa Franco, não encontrando, nessa noite, uma concorrência directa de *Esta Semana*, que discutia “a solidão”. A emissão seguinte não será tão pacífica. Na RTP e nas revistas de televisão, anuncia-se com bastante antecedência o convidado que *Grande Entrevista* apresentaria a 14 de Maio: o presidente do PP, Paulo Portas. É certo que o político foi entrevistado nessa noite, mas, na véspera, preferiu participar na emissão de Margarida Marante, que lhe fizera o mesmo convite. O canal público contornou esse incidente, entrevistando D. José Policarpo, que haveria de suceder ao cardeal D. António Ribeiro. Confrontada com esta polémica, Judite de Sousa responde assim: “O modelo de ‘Grande Entrevista’ é demasiado elástico e não se esgota nos líderes partidários” (“TV Guia”, n.º 1007, 23 de Maio de 1998). De facto, o formato revelava-se suficientemente flexível para acolher convidados de diferente perfil, mas, em 1998, os privilegiados foram políticos ou personalidades que ocupavam cargos relevantes da vida pública. Como o procurador-geral da República (28/5) ou o chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas (9/7). E isso obrigou *Esta Semana* a fazer alguns reajustamentos, nomeadamente nas noites em que se confrontava com *Grande Entrevista*. Nesses serões, o programa de Margarida Marante deixava os temas de sociedade para se concentrar na política³⁷⁴.

Quadro 14: Perfil dos convidados das entrevistas em 1998

Programas	Políticos	Cargos	Profs Invest	Juris-tas	Jornalis-tas	Econ Empres	Médicos Psicoló-gos	Religio-sos	Sector Produ-t	Industrias Culturais	Sindic Assoc.	Cidadão Comum	Personalid. Internac.
<i>Grande Entrevista</i>	4	1	1	1	1	1	-	1	-	1	-	-	-
<i>Conversas Secretas</i>	2	-	10	-	-	1	3	4	1	8	2	1	3
Total	6	1	11	1	1	2	3	5	1	9	2	1	3

³⁷⁴ Foram três as semanas em que houve uma sobreposição de *Grande Entrevista* com *Esta Semana* e os convidados foram, respectivamente: D. José Policarpo/presidente do PP Paulo Portas (14/5); procurador-geral da República/secretário-geral do PCP Carlos Carvalhas; chefe do Estado-Maior General das Forças Armadas/ situação política na Guiné-Bissau (9/7).

Mais distanciado da actualidade noticiosa, *Conversas Secretas* constrói-se através de entrevistas intimistas, feitas com convidados afastados dos palcos mediáticos, mas com percursos de vida que, de certa forma, cruza(ra)m (margens de) realidades que reconhecemos como nossas. Os académicos e os actores das indústrias culturais são interlocutores que Baptista Bastos privilegia, mas, dentro desses grupos, o jornalista vai buscar pessoas que habitualmente não participam em programas de televisão, o que significa que, ao contrário de outros formatos, não se evidencia, a este nível, um trabalho apurado de sedução de audiências que condicione a selecção dos convidados. Talvez porque o horário tardio de *Conversas Secretas* minimize esse tipo de estratégias. Percorrendo os convidados que, em 1998, passaram por este programa, nota-se uma presença inexpressiva dos políticos³⁷⁵, mas, se atendermos ao perfil daqueles que integram outras categorias, salienta-se, na maior parte deles, um percurso marcadamente partidário que, no entanto, se desprende de querelas partidárias do momento. Aliás, muitos dos convidados de Baptista Bastos adquirem esse estatuto por causa de um determinado passado que testemunham. Como Giselda Pessoa, uma enfermeira pára-quedista que participou na Guerra Colonial (1/4); Duda Guennes, um pernambucano que veio fazer uma reportagem sobre o 25 de Abril e ficou por cá (27/5); ou Joaquim Figueiredo Magalhães, um editor que sugeriu a um inspector da PIDE que contratasse trabalhadores entre presos políticos que, assim, passariam a trabalhar em vez de conspirar contra o regime (1/7). Mas *Conversas Secretas* também destaca pessoas que apresentavam percursos singulares, essencialmente devido ao trabalho que desenvolviam. Por exemplo, a egiptóloga Helena Trindade Lopes (5/1), a geóloga Vanda Santos, cuja vocação é seguir as pegadas com mais de 150 milhões de anos (18/2); ou Francisco Brás, que formou uma Companhia de Teatro com crianças deficientes (25/3).

3.3.3. A introdução no espaço televisivo de uma medicina que resolve doenças graves

Ao contrário dos anos anteriores, a informação temática não dispõe de grande espaço no horário nocturno de 1998. A maior parte dos programas são de desporto e fazem-se com um conjunto de reportagens que lhes confere um estatuto mais noticioso do que de debate³⁷⁶. Havendo um certo desinvestimento neste tipo de informação, a SIC, para além de *Os Donos da Bola*, mantém em antena *Casos de Polícia*, que, em 1998, somava já cinco anos de existência; e cria *Ficheiros Clínicos*, um formato inovador que mistura reportagem com debate, vocacionado para acompanhar casos de doenças graves, mas bem sucedidos ao nível do tratamento. Cláudia Borges, a jornalista que coordena e apresenta essas emissões, diz que se trata de uma forma de colmatar um vazio ao nível da informação televisiva, dando atenção a uma área que preocupa os

³⁷⁵ Os políticos apenas marcam presença através de Duarte de Lima (7/10) e Ruben de Carvalho (14/10).

³⁷⁶ A excepção a isso será *Os Donos da Bola*, um programa da SIC onde a discussão em estúdio ocupa uma parte substancial das emissões. A RTP cria, no último trimestre do ano, um magazine que trata das artes do espectáculo: *Radar*. A TVI mantém, durante todo o ano, um magazine sobre cinema, *Lanterna Mágica*, que tem uma presença discreta na grelha, até pela hora tardia a que era emitido.

cidadãos: “*Já reparou que as pessoas, quando se cumprimentam, perguntam se estão bem? É um tema que tem grande impacto em todas as sociedades*” (“*TV Mais*”, 14 de Maio de 1999). Considerando que este seria um programa para o grande público, a SIC colocou-o no horário nobre onde estreou a 9 de Agosto e onde permaneceu até completar em Novembro as 13 emissões da primeira série.

A ideia de criar um programa centrado na saúde foi do director-geral da SIC que idealizou um formato com uma linha editorial singular: retratar situações em que a Medicina resolve os problemas do cidadão comum que se depara com doenças graves. Esta dimensão da saúde em que a instituição hospital dá uma rápida resposta e actua com sucesso está longe de ser aquela retratada habitualmente pelos jornalistas, que se detêm quase sempre ao nível das disfunções desse campo. Até a própria coordenadora de *Ficheiros Clínicos* confessa ter ficado “*multíssimo surpreendida pela positiva*” com a forma como viu serem tratados os doentes que acompanhou (“*TV Guia*”, 26 de Junho de 1999). Não excluindo, à partida, nenhuma especialidade e procurando integrar todas as faixas etárias e pessoas de várias regiões, a equipa de *Ficheiros Clínicos* desenvolve o seu trabalho em diferentes momentos onde se combinam as vertentes humana e técnica. Num primeiro, entrevista-se o doente no seu ambiente do dia-a-dia e fala-se, depois, já no consultório ou no hospital, com o respectivo médico sobre a doença em causa (formas de prevenção, sintomas e tratamento). Num segundo momento, a jornalista assiste à intervenção cirúrgica que é filmada pelos repórteres de imagem Renato e Ricardo Freitas³⁷⁷. O acompanhamento do caso termina quando se regressa a casa do doente, depois de este estar recuperado. O programa de Cláudia Borges mostra estas etapas através de reportagens, havendo depois um espaço para um debate que junta em estúdio médicos da especialidade em destaque naquela emissão e, por vezes, o doente que foi tratado.

Embora seja dado amplo espaço aos especialistas³⁷⁸, é o cidadão comum que *Ficheiros Clínicos* destaca. É nele que a jornalista se centra, acompanhando-o desde o momento que antecede a intervenção cirúrgica até à sua fase de reabilitação. Um dos problemas que este formato poderia levantar prende-se com a exposição pública de pessoas apresentadas com doenças graves. Cláudia Borges fala reiteradamente do seu cuidado em expor esses casos “*com dignidade*” (“*TV Guia*”, 8 de Agosto de 1998), assegurando, por outro

³⁷⁷ Num livro em que retrata alguns momentos deste programa, a jornalista retrata assim uma dessas experiências: “*A doente já está protegida com panos verdes. Explicaram-me que a zona está esterilizada e que não podemos tocar em nada. Sem aparato, o Renato e o Ricardo montam o material: tripé, câmara, gravador e micro-câmara*” (Borges, 2002: 39). Umhas páginas à frente, acrescentará: “*A presença de uma equipa de televisão (no bloco operatório) não é inócua. Admiro o facto de nos deixarem trabalhar com uma câmara colada. As atenções convergem para o enorme aneurisma que as angiografias em destaque na parede revelam*” (2002: 41).

³⁷⁸ O envolvimento dos especialistas em *Ficheiros Clínicos* começa na fase de pré-produção. Aliás, essa participação foi uma das principais dificuldades de Cláudia Borges, como a própria sublinha em várias entrevistas a propósito do seu programa. “*A primeira ‘guerra’ foi conseguir juntar um grupo de médicos que quisesse colaborar, ajudando, por exemplo, a decidir quais as doenças que têm mais impacto em Portugal de modo a podermos falar delas e indicarem-nos doentes com quem poderíamos entrar em contacto para lhe fazermos a nossa proposta*” (“*TV Guia*”, 8 de Agosto de 1998). No livro sobre o programa, a jornalista também destaca essa dificuldade: “*Passámos mais de um mês a convidar médicos e doentes. Um longo mês a receber recusas, justificadas pelo natural medo da exposição e pelo não menos compreensível receio da abordagem televisiva de temas tão sensíveis e inexplorados*” (2002: 18).

lado, que nunca encontrou ninguém que tivesse aceitado falar da sua doença por exibicionismo: “*Custa-lhes falar disso, mas fazem-no quase com um sentido de missão*” (“*TV Guia*”, 26 de Junho de 1999). Na primeira série, a jornalista, para além de ter destacado várias doenças que estariam decerto longe de se constituírem como tema autónomo em debates ou entrevistas televisivas³⁷⁹, juntou em estúdio médicos de especialidades habitualmente integradas nos debates televisivos³⁸⁰ com outros de áreas de saúde menos mediáticas³⁸¹, introduzindo no espaço televisivo temas e protagonistas que costumavam ser acantonados em domínios inacessíveis ao grande público.

3.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 1998

Este é o ano em que os canais de televisão não fazem investimentos avultados na informação semanal. Da grelha de 1997 foram subtraídos alguns programas informativos e, no seu lugar, surgiram poucas ou nenhuma novidade. Neste período, os formatos com alguma expressividade junto do público somam já alguns anos e, nessa medida, não operam mudanças de fundo, mas, ao aprofundarem tendências que vinham trilhando, acentuam um outro desenho para o jornalismo televisivo. Na RTP1, as estreias a este nível decorrem apenas a partir do segundo trimestre, sem, no entanto, atingirem grande notoriedade. Isso significa que o operador público não se constituiu como a televisão de referência ambicionada no Contrato de Concessão de Serviço Público de 1996³⁸². Embora integre programas que se prolongam por mais tempo na grelha, a SIC também não demonstrou rasgos de originalidade no que diz respeito à informação semanal. A excepção será *Ficheiros Clínicos*, um projecto que introduz novos “*valores-notícia*” no jornalismo televisivo. A TVI não tem programas marcantes de informação, o que é uma espécie de metonímia daquilo que se passa com a restante oferta televisiva desse canal, preenchida em grande parte com conteúdos estrangeiros.

Num ano que se enche de acontecimentos políticos – o Congresso do PP elege, em Março, Paulo Portas; o Congresso do PSD reelege, em Abril, Marcelo Rebelo de Sousa; há ainda os referendos sobre a interrupção voluntária da gravidez (Junho) e sobre a regionalização (Novembro), entre outros – a informação

³⁷⁹ O programa abriu com o tema do aneurisma cerebral. Seguiram-se, por exemplo, a incontinência urinária, a surdez, a escoliose, as anomalias congénitas do pé-boto e deslocamento da anca, insuficiência cardíaca, a obesidade e as doenças coronárias.

³⁸⁰ Por exemplo, a Psiquiatria, com Carlos Amaral Dias; a Cirurgia Cardiorácica, com Manuel Antunes; a Neurocirurgia, com Manuel Cunha e Sá; ou a Urologia, com Rodrigo Guedes de Carvalho.

³⁸¹ Exemplos: a Otorrinolaringologia, com Manuel Filipe; a Ortopedia, com Manuel Passarinho; e a Medicina Dentária, com João Camamês.

³⁸² Depois de se demitir do cargo de director da RTP, Joaquim Furtado sublinha que a herança que a sua equipa legou foi a de ter demonstrado que “*é possível (a RTP) ser isenta e independente*” (“*Público*”, 11 de Março de 1998). Em entrevista à edição de 4 de Abril de 1998 do “*Expresso*”, Furtado afirma o seguinte sobre este assunto: “*Um dos pontos de glória desta Direcção foi ter sido capaz de garantir a isenção e o pluralismo da informação, o que não é pouco na história da RTP. Deixou de haver ‘recados’ sobre os alinhamentos dos telejornais*”.

semanal dos canais generalistas, emitida em horário nocturno, esvazia-se de política³⁸³. Com um Governo que abre diversos canais de comunicação, através de assessores que se vão multiplicando em cada Ministério, os programas semanais de informação televisiva não privilegiam a política como tema de fundo. Preferem assuntos sociais. É aí que incidem os dois debates que os canais generalistas emitem em período nocturno: *Maria Elisa* (na RTP1) e *Esta Semana* (na SIC). O primeiro destaca assuntos privados que estão em público; o segundo detém-se em tópicos públicos que são atravessados por uma lógica intrínseca ao domínio privado. Esta irrupção, mais ou menos acentuada, do privado no espaço televisivo dos debates não corresponde a um súbito e isolado fascínio da TV pelo íntimo. Como sublinha Jacqueline Barus-Michel (2001: 116), “*o íntimo está literalmente na praça pública*”. Ou seja, está no pequeno ecrã, porque, acima de tudo, também está fora dele. Se os problemas da vida privada alimentam os debates públicos televisivos, é porque a TV segue um modelo que arrasta consigo um desejo de aproximação à vida de todos os dias, donde resulta uma “*vitória do privado sobre o público, do pragmático sobre o programático, do vivencial sobre o ideológico*” (Imbert, 2003: 22). Considerando o quotidiano como modelo, *Maria Elisa* e *Esta Semana* tornam-se, por sua vez, modelos para o quotidiano. Negri e os colegas designam a operação que transforma em normas comportamentos observados como “*a gramaticalização do quotidiano*”.

Da informação semanal esperar-se-ia um espaço de opinião diversificada e não apenas de um saber circunscrito a um grupo restrito de especialistas. Nos primeiros dez anos de coabitação da televisão pública com os canais privados, 1998 terá sido o ano onde a “*palavra profana*”, a do cidadão comum, teve maior grau de democraticidade. É certo que esse cidadão comum foi várias vezes interpelado na condição de vítima e nem sempre conquistou a mesma representatividade de outras categorias, mas evidenciou-se uma maior abertura dos *plateaux* a interlocutores anónimos. *Maria Elisa* cedeu-lhes frequentemente a palavra na abertura das suas emissões a fim de darem um testemunho paradigmático sobre o tema em debate. Qual a importância destes exemplos? Ehrenberg (1995: 197-8) diz que “*são um meio de construir a autenticidade*”. Certamente que sim, mas tendemos a concordar mais com Alain Touraine (1998: 372), que afirma que essas práticas reflectem “*o desejo de cada indivíduo ser actor da sua existência, o mestre do seu tempo*”. Esses actores estão dentro do pequeno ecrã porque também estão espalhadas por uma sociedade que reconfigura modos de relacionamento com a realidade. *Maria Elisa* procura que estes testemunhos se entrelacem (por continuidade ou oposição) com o discurso dos restantes convidados, a maior parte especialistas que ajudam a ultrapassar o caso concreto para se pensar nas problemáticas que ele reflecte. Um e outro são importantes. O primeiro porque institui um espaço televisivo que implica o grande público que se vê aí reflectido; o segundo porque estrutura um espaço de informação e saber em que importa participar.

³⁸³ Esta tendência já se tinha estado a desenhar ao longo de 1997. No último trimestre desse ano, período politicamente marcado pelas eleições autárquicas realizadas a 14 de Dezembro, *Maria Elisa* e Margarida Marante optaram por estruturar as respectivas emissões – que iam para o ar praticamente em simultâneo na RTP1 e na SIC – à volta de temas que se situavam bem longe desse campo.

Ao perspectivarem a vida social a partir de uma micro-dimensão que, às vezes, se centra no indivíduo fechado em si mesmo, os debates televisivos chamam para o centro da discussão tópicos que circulam pelas margens, mas que (também) contribuem para o desenho da realidade social. Essa opção introduz na cena mediática actores que fazem parte da rede societal, mas que o discurso jornalístico nem sempre valoriza. Ao promoverem a junção dos problemas psicológicos com as questões colectivas, perscrutando as causas de determinada problemática, esses programas facilmente desaguam nos especialistas e aí os mais aptos a darem as respostas que se procuram serão os médicos, principalmente os chamados *psi*. Na verdade, em 1998, a televisão encheu-se de médicos. A classe não era estranha aos *plateaux* televisivos de informação, mas, nesse período, houve uma maior diversidade de especialidades e isso antecedeu *Ficheiros Clínicos*, embora o programa de Cláudia Borges tenha contribuído para popularizar certas áreas médicas. Ainda que o alargamento do espaço televisivo para o campo da saúde tenha sido visível, as discussões que se promoveram em 1998 foram excessivamente cidadinos. Falar da “*geração ecstasy*”, de “*stress*” ou de “*fobias*” é sinalizar, no pequeno ecrã, tendências dos tempos actuais, mas talvez tivesse sido bom complementar isso com tópicos mais diversificados e, decerto, mais próximos daqueles que permanecem largo tempo em frente ao pequeno ecrã. Longe dos grandes e movimentados centros urbanos.

3.5. 1999/2000: A crescente visibilidade (do *infotainment*) da TVI

Se excluirmos os últimos quatro meses de 2000, este biénio não se caracteriza por mudanças de fundo nos canais generalistas, mas nele descobrem-se sinais daquilo que será a televisão nos dois primeiros anos do século XXI. Porque nunca foi uma prioridade política, a RTP afunda-se em dívidas e enreda-se num dédalo que nenhum dos vários responsáveis consegue neutralizar. Porque não valorizou devidamente a concorrência, a SIC inicia uma curva descendente. Porque há uma estratégia de fundo concertada entre quem dirige a programação e quem detém o capital, a TVI vai emergindo gradualmente a uma visibilidade mediática que, na recta final de 2000, será sinónimo de liderança de audiências.

Instabilidade: poderá ser esta a palavra-chave do operador de serviço público de televisão. Nestes dois anos, sucedem-se os ministros que tutelam o audiovisual; substituem-se as equipas que compõem o CA; demitem-se duas Direcções de Programas e uma de Informação; as audiências continuam a descer; não se consegue inverter o passivo acumulado nos anos anteriores; o tão falado redimensionamento da empresa e a consequente redução do pessoal não têm concretização; e a anunciada *holding* que congregaria as três empresas públicas (RDP, RTP e Lusa) apenas é criada em 2000, sob contestação.

Nomeada em Março de 1998, a Direcção de Programas e Informação permanece em funções cerca de ano e meio. O desafio de futebol Sporting/Atlético de Madrid transmitido na noite de 19 de Agosto na TVI provocaria a demissão de Maria Elisa que, àquela hora, decidira emitir na RTP1 *Santa Casa*, seguido de *Tourada*³⁸⁴. Pela primeira vez, a TVI ultrapassa o canal generalista público³⁸⁵ e abre uma larga discussão sobre a estratégia de programação da RTP que culmina, a 27 de Agosto, com a demissão de Maria Elisa do cargo de directora de Programas. Comprova-se, assim, que as audiências, ao contrário daquilo que se insistia em afirmar, eram um indicador importante para avaliar o desempenho daqueles que tinham funções directivas na RTP. De forma interina, o director de Informação, João Grego Esteves, assume a pasta da Programação, sendo designado como director-geral da empresa a 30 de Novembro. A crise interna regressaria em Fevereiro de 2000 com o anúncio da criação da *holding Portugal Global* – que reunia sob a mesma tutela RTP, RDP e Lusa – para a presidência da qual o Governo nomeou João Carlos Silva, que presidiria também ao CA da RTP. Esta nova equipa anunciaria, a 16 de Junho, a demissão do director-geral e da sua equipa e, nesse mesmo mês, nomearia José Rodrigues dos Santos como director de Informação e João Carlos Silva para a Direcção de Programas que, depois do Verão, seria assumida por Jaime Fernandes.

Este clima de agitação interna reflecte-se visível e permanentemente na oferta televisiva do canal generalista. Em finais de Janeiro de 1999, três meses após o arranque de uma nova grelha de programação, procede-se à mudança horária de vários programas e ao encurtamento do número de emissões de outros. Em Fevereiro, adopta-se a mesma estratégia, que foi sendo retomada ao longo do ano. Com isto, pretendia-se fazer crescer os índices de audiência, mas essas pontuais operações de engenharia de programação não foram eficazes. Em ano e meio de trabalho, Maria Elisa colocou no ar várias estreias, algumas das quais correspondendo a um trabalho que nunca chegou a consolidar-se³⁸⁶. Quando à Direcção de Informação soma a Direcção de Programas, Grego Esteves faz acertos às decisões da sua colega³⁸⁷, sem, com isso, obter qualquer resposta na adesão dos espectadores. A 24 de Janeiro de 2000, inicia-se uma nova grelha, que arranca com a estreia de *Quem Quer Ser Milionário?*, um concurso bastante popular junto do público e que, em Setembro, provocaria réplicas na SIC e na TVI. Estaria aqui a alavanca da RTP? Talvez, se esse formato

³⁸⁴ Em entrevista ao “*Diário de Notícias*” (6/11/1999), Maria Elisa diz que a ultrapassagem da TVI foi feita por um jogo de futebol, que considera “*uma área que não era competência*” sua. Em parte, esta polémica resultou da existência de dois directores, um de Informação e outro de Programas, necessitando o primeiro da anuência do segundo para interromper a emissão. Um dia depois de Maria Elisa ter sido demitida, o “*Público*” (28/8/1999) noticiava o seguinte: “*O CA da RTP vai acabar com a dualidade de cargos directivos da empresa, substituindo a directora de programas por um director-coordenador que assuma simultaneamente a direcção de programas e de informação da empresa*”.

³⁸⁵ Enquanto o canal privado somou 23.8% de *share*, a RTP teve 20.3%. Nesse serão, a SIC liderou, com 49.9%, transmitindo à hora do desafio de futebol *Club Vip* e *Pequenos e Terríveis*, um programa com crianças apresentado por Catarina Furtado.

³⁸⁶ A excepção talvez tenha sido *Os Patinhos*, uma rubrica diária produzida pela Animanostira que Maria Elisa colocou, em Outubro de 1998, no horário nobre para incentivar os mais pequenos a irem para a cama. Em finais de Dezembro, é lançado um CD musical interactivo com heróis dessa rubrica. Em duas semanas, o disco vende 20 mil cópias e entra directamente para os primeiros lugares do *top* de compilações. Ao longo dos anos, a RTP aposta pontualmente neste tipo de rubricas: nos anos 70 havia os desenhos animados dos *meninos rabinos*; depois a leitura de histórias infantis e já em 1989 nasce o *Vitinho* e o *Vamos Dormir* que permanece em antena até 1992. A popularidade de *Os Patinhos* não foi certamente independente do reaparecimento, nas tardes de sábado da SIC, do *Topo Giggio* – o boneco que, nos anos 80, surgia nas tardes de domingo da RTP.

³⁸⁷ Algumas das suas decisões foram: suspender formatos (por exemplo *Noites de Verão* estreia a 6 de Agosto e desaparece de antena no início de Setembro), transferir a novela portuguesa (*Lenda da Garça*) do segmento do final da tarde para o horário nobre; reforçar a programação infantil nas tardes dos dias úteis.

fosse ancorado por “almofadas” que capitalizassem público. Não foi o caso e, por isso, neste biénio o canal generalista público acentuou a curva audimétrica descendente. Em 1999, registou 3.8% de audiência e 27% de *share*; em 2000, esses valores desceram para 3.4% de audiência e 24.3% de *share*.

O segundo semestre de 1999 será para o presidente do CA da SIC, Francisco Pinto Balsemão, mais conturbado do que o costume, na medida em que vê ameaçada a sua posição maioritária no capital da estação³⁸⁸. Depois de algumas operações polémicas³⁸⁹, em Novembro o fundador da SIC tornar-se-ia formalmente o seu accionista maioritário³⁹⁰. Estas operações financeiras não condicionaram a orgânica interna da estação. Emídio Rangel permanece como director de Informação e Programas; a oferta televisiva continua a liderar as audiências e, conseqüentemente, a arrecadar lucros que, em 1999, ascendem a 3.9 milhões de contos. Este seria o último ano em que a SIC poderia desprezar a concorrência, que, no entanto, não era ignorada em Carnaxide, principalmente os programas com bons índices de audiência, como *A Praça da Alegria* que a RTP1 mantinha no ar há cinco anos no período da manhã. A partir de 22 de Fevereiro de 1999, o canal privado contra-ataca no mesmo segmento horário com *SIC 11 Horas*³⁹¹ que, em Abril, depois de a RTP ter antecipado o seu programa para as 10h00, se converteria no *SIC 10 Horas*.

A 5 de Janeiro de 2000, o director-geral da SIC anuncia, em conferência de imprensa, como áreas prioritárias de investimento os canais temáticos, a Internet e o *merchandising*. Até ao Verão, a SIC continuou o seu percurso sem grandes atropelos, introduzindo na sua oferta televisiva nocturna um produto que concentra grande atenção do público: os telefilmes³⁹². A estreia rodeada de maior expectativa seria a do programa apresentado por aquele que protagonizara uma transferência dispendiosa: Herman José. A SIC entrega-lhe um programa com o seu nome, semelhante àquele que o humorista fazia na RTP1, que estreia a 6 de Fevereiro³⁹³. As novelas da Rede Globo, a ficção nacional³⁹⁴ e os programas de humor³⁹⁵ continuam a ser elementos estruturantes dos serões de Carnaxide que, ao longo do ano, vai introduzindo algumas surpresas,

³⁸⁸ Em Agosto, o empresário Joe Berardo manifesta vontade de vender a sua posição na Investec, a *holding* que controlava as suas participações no sector dos *media*, das quais se destacavam 24.99% na SIC. Embora a Lusomundo tenha anunciado um acordo com vista ao negócio (“*Público*”, 14 de Agosto de 1999), a Cofina e o BPI acabaram por comprar os 40% da Investec que estavam à venda (“*Expresso*”, 21 de Agosto de 1999).

³⁸⁹ A 20 de Agosto, Pinto Balsemão responde às movimentações com vista à subtração da sua posição maioritária na SIC, adquirindo as participações de várias instituições bancárias que somavam uma percentagem de 34% do capital, mas, antes do mês acabar, Joe Berardo lembra um acordo assinado em finais de 1993 em que se estabelecia que a Soincom, de Pinto Balsemão, teria de passar as acções acima dos 51% para uma nova sociedade, cujos proprietários seriam a própria Soincom e a Edisport, participada a 100% da Investec (“*Diário de Notícias*”, 27 de Agosto de 1999), ou seja, a Investec passaria a deter um maior número de acções. No entanto, o poder continua a pertencer a Pinto Balsemão, pois a Globo – accionista da SIC com 15% – anunciou logo que abdicava do direito de subscrição da sua quota-parte no lote de 8% a favor da Soincom.

³⁹⁰ Isso acontece depois de a Impresa, *holding* que concentra os negócios de Pinto Balsemão na comunicação social, ter adquirido 26% da Soincom.

³⁹¹ Apresentado por Júlia Pinheiro, *SIC 11 Horas* dividia-se em três partes: “*Histórias*” (conversas com convidados que trazem a estúdio relatos de vida), “*Viver Melhor*” (apresentação de estratégias para melhorar a saúde) e “*Praça Pública*” (uma rubrica que ressuscita um programa emblemático que nasceu juntamente com o canal).

³⁹² O primeiro, *Amo-te Teresa*, estreia-se a 11 de Janeiro e constitui-se como o filme mais visto na televisão portuguesa desde que há privadas (26.8% de audiência; 70.9% de *share*). Seguir-se-ão outros que reúnem números inferiores, mas também expressivos.

³⁹³ A RTP1 estreou à mesma hora o programa de Júlio Isidro *Agora é que são Elas*. Herman SIC reuniu um *share* de 69.7%, enquanto a emissão do canal público somou 13.4%.

³⁹⁴ A partir de 25 de Fevereiro, a *Médico de Família* junta-se *Jornalistas*, que encena (mal) o quotidiano de um jornal.

³⁹⁵ Dentro deste género destaca-se *Residencial Tejo*, um formato espanhol produzida pela Endemol, gravado com público ao vivo. A 13 de Março, estreia uma *sitcom* brasileira que se manterá bastante tempo em antena: *Sai de Baixo*.

por vezes bastante aparatosas³⁹⁶. Na temporada de Outono, há mudanças: na oferta televisiva e, principalmente, no modo como se gere a grelha.

Coincidindo com o surgimento de uma nova programação da TVI, a SIC estreia, a 4 de Setembro, *A Febre do Dinheiro*, um formato semelhante àquele que a TVI colocava no ar com o nome de *Dinheiro à Vista*. Nesse dia, o canal de Carnaxide relança o DOT, que aparecera no início do ano, mas que ganha agora outro destaque³⁹⁷. Uma semana depois, a SIC promove uma conferência de imprensa para apresentar novos programas que, no entanto, não constituem grandes apostas, mas nesse encontro o subdirector de Programas deixa uma promessa: “*Na próxima semana vamos mostrar que somos a estação mais portuguesa*” (“*Diário de Notícias*”, 11 de Outubro de 2000). Por esses dias, o director-geral da SIC minimiza o impacto do novo *reality show* da TVI, assegurando que “*não há nenhum Big Brother que consiga destruir um trabalho de construção de uma estação como a SIC*” (“*Público*”, 13 de Setembro de 2000). A 30 de Outubro, Pinto Balsemão e Emídio Rangel promovem uma outra conferência de imprensa para reafirmarem a aposta em séries em português, mas, sobretudo, para desvalorizarem o *Big Brother*. Está aqui o embrião daquilo que iriam ser os próximos dois anos em Carnaxide. A audimetria registada em 2000 sinaliza uma queda que, nos anos seguintes, será mais expressiva: 5.9% de audiência e 42.2% de *share*. Em 1999, esses valores haviam sido de 6.4% e 45.4%, respectivamente.

Seguindo o percurso da TVI ao longo de 1999, não se nota uma engenharia de programação de confronto, nem de clonagem à oferta dos outros canais generalistas. Preferiu-se apostar numa grelha alternativa que surpreendesse permanentemente os telespectadores. Para ter maior liberdade de actuação, solicitou-se uma alteração ao projecto inicial da TVI à Alta Autoridade para a Comunicação Social, que daria a aprovação necessária em Maio, ressalvando, no entanto, “*estar consciente de que tal pedido questiona as condições em que o concurso de licenciamento de canais hertzianos de televisão foi realizado*”.

Diminuindo substancialmente as dívidas – dos quatro milhões de contos de prejuízos registados em 1997, passa para 1,7 milhões em 1998 – e contando com uma Administração estável (controlada pelo grupo Media Capital), a TVI pode, a partir de então, envolver-se em novos projectos. E, de facto, 1999 foi um ano de estreias: faladas em português, com uma produção mais cuidada e com uma permanência em antena mais alargada. A 2 de Outubro, surge aquilo que José Eduardo Moniz diz ser “*o cartão de visitas da TVP*” (“*Diário de Notícias*”, 23 de Setembro de 1999): *Todo o Tempo do Mundo*, uma série produzida pela NBP, pensada para 26 episódios, mas que o interesse do público transformaria numa telenovela que se constitui como o princípio de uma forte indústria de ficção nacional. A 7 de Outubro, aparece o concurso *Um por Todos*, com

³⁹⁶ Por exemplo, a 22 de Julho, estreia *O Maior Cabaré do Mundo*, uma série de 13 programas gravada no Molin Rouge, para onde a produção levou muitos convidados portugueses para assistirem a essas emissões apresentadas por Bárbara Guimarães.

³⁹⁷ O DOT é um pequeno disco, com cinco centímetros de diâmetro, que era aplicado no ecrã da televisão durante a emissão de certos programas, intervalos incluídos. A SIC reunia depois esses dispositivos num sorteio onde eram distribuídos generosos prémios. Trata-se aqui de uma estratégia de marketing para neutralizar o *zapping* e fomentar a permanência das audiências na estação.

a particularidade de ser produzido pela Endemol, a produtora que garantira múltiplos sucessos à SIC e que trabalha pela primeira vez com a TVI. Não será essa uma experiência isolada. Procurando criar elos permanentes e afectivos com a audiência, Moniz promove, ao longo de 1999, emissões especiais de música popular e espectáculos para assinalar datas que passam mais despercebidas noutras estações (como o Dia dos Namorados) ou épocas que merecem grande atenção dos outros canais (como o Natal³⁹⁸). Outro filão que se evidencia em 1999 é o da programação infantil, com o popular programa *Batatoon* que, a 30 de Novembro, assinala o seu primeiro aniversário a liderar as audiências no período da tarde dos dias úteis. Trata-se de um auspicioso sinal para uma estação que, com o jogo Sporting/Atlético de Madrid a 14 de Agosto de 1999, tinha suplantado pela primeira vez o *share* diário da RTP1 e, durante a transmissão desse desafio de futebol, ultrapassara, em *prime-time*, também a SIC.

Em 2000, a TVI continua a reunir trunfos. A 31 de Março, promove uma emissão intitulada *Bem-Vinda Marina* para assinalar a transferência da humorista da SIC para a TVI, onde irá fazer *Bora lá Marina*, um formato de humor ao qual se juntará, a partir de 1 de Junho, a *sitcom* *Marido e Mulher*, protagonizada por José Raposo e por Maria João Abreu, actores tornados conhecidos do grande público através da SIC. A 8 de Abril, estreia a novela *Jardins Proibidos*, que, no ano seguinte, haverá de ultrapassar a novela da Globo *Laços de Família* que a SIC coloca no ar a partir de 10 de Julho de 2000. A produção nacional será complementada com *SOS Crianças*, uma série de ficção que aparece a 15 de Maio e retrata as urgências pediátricas. Até ao Verão, a TVI regista audiências razoáveis, destacando-se dos canais concorrentes com a transmissão da Final da Taça de Portugal³⁹⁹ (21 de Maio) e a Finalíssima⁴⁰⁰ (25 de Maio). No dia 4 de Setembro, este canal privado coloca no ar uma grelha cheia de novidades, não sem antes ter posto na rua uma agressiva campanha publicitária que anunciava uma nova estação. A aposta na renovação fez-se a todos níveis: grafismo, cores, logótipos, cenários, programas de entretenimento e de informação. A maior surpresa seria o *Big Brother*, um formato da Endemol que se constituiu como uma espécie de âncora da programação, nomeadamente daquela que era emitida em horário nobre. A eficácia desse produto televisivo tornar-se-á visível já em finais de 2000. Se em 1999 a TVI registou 2.3% de audiência e 16.4% de *share*, em 2000 esses valores subiram para 2.9% e 20.8%, respectivamente.

O apagamento da informação semanal, depois de uma fase de *infotainment*

³⁹⁸ A TVI atinge o seu maior *share* de sempre (25.4%), a 14 de Dezembro, com *Há Festa no Hospital*, um programa especial muito idêntico ao popular *Natal dos Hospitais* da RTP1.

³⁹⁹ Essa transmissão fez com que, pela primeira vez, a TVI ultrapassasse, por um dia, as audiências da SIC, reunindo uma audiência de 38.2% e um *share* de 76.8%.

⁴⁰⁰ Esse desafio reuniu 25.6% de audiência e um *share* de 58,6%.

O último biénio do século XX caracteriza-se por mudanças significativas na informação televisiva semanal: há um reforço da componente espectacular; o estatuto profissional do jornalista é cada vez menos um requisito fundamental para a condução desses programas; procura-se conferir à TV funções reparadoras de injustiças sociais; o cidadão comum torna-se protagonista de várias emissões que, por sua vez, fazem grandes avanços em direcção ao domínio da vida privada daquele. Em 2000; a informação semanal vai sendo desalojada do horário nobre dos canais privados para dar mais espaço ao entretenimento que hegemoniza os serões televisivos. Eis aqui uma marca bem expressiva da força do “*macrodiscurso televisivo*” de que fala Gonzalez Requena (1995), ou seja, da grelha entendida enquanto unidade discursiva superior às unidades que contém, com a capacidade de submeter tudo o que alberga à sua lógica.

Construindo uma oferta alternativa no domínio do entretenimento, a TVI procura em 1999 trilhar o mesmo caminho na informação semanal. As primeiras novidades foram dois novos programas que, apesar de diferentes, tinham objectivos idênticos. *Quero Justiça* (estreia-se em Fevereiro) e *Em Legítima Defesa* (surge em Abril) são conduzidos por jornalistas que colocam o cidadão comum no centro das suas emissões, procurando constituir-se como uma espécie de tribunal que, ao ampliar certas misérias humanas, se apresenta como uma instância de poder. Estes formatos não eram uma novidade para as audiências que já tinham visto projectos idênticos noutros canais, nomeadamente na SIC, mas, neste período, esse era um filão que não estava aproveitado no audiovisual e que a TVI recupera, conferindo-lhe uma dimensão espectacular. Mais do que *Quero Justiça* – idealizado por José Eduardo Moniz que entrega a Vítor Bandarra⁴⁰¹ a respectiva apresentação e o desafio de tornar aquele programa “*um livro de reclamações*” – é *Em Legítima Defesa* que a realidade adquire maior grau de encenação. O estúdio ganha a configuração de um tribunal onde se senta um juiz que é, neste caso, o jornalista Pedro Rolo Duarte, que tem à sua frente as partes em contraditório: a advogada Paula Teixeira da Cruz e o jornalista e também jurista Miguel Sousa Tavares, dispondo ambos da possibilidade de apresentar testemunhas, vídeos ou fotografias em defesa da sua causa. No final, um júri composto por dez pessoas decide quem tem razão. Trata-se certamente de um dispositivo que será mais um jogo do que um debate, embora a participação de jornalistas e a escolha dos temas⁴⁰² procurassem dotar as emissões da credibilidade necessária para disputar as audiências que, àquela hora, pudessem ser atraídas pelo debate da SIC *Esta Semana*⁴⁰³.

No Verão de 1999, a TVI experimenta pontualmente aquilo a que chama *Especial Informação*. Trata-se de um espaço preenchido com reportagens e debates sobre apresentadores brasileiros que, através de

⁴⁰¹ Em entrevista ao “*Diário de Notícias*” (4 de Abril de 1999), o jornalista Vítor Bandarra, responsável por *Quero Justiça*, afirma que procura “*mostrar a dor e explicar por que é que existe e quem é que a pode resolver*”.

⁴⁰² No tempo em que se manteve no ar (de Abril a Agosto), *Em Legítima Defesa* debateu, por exemplo, “*casamento dos homossexuais*” (29/4); “*milícias populares*” (20/5); “*fumar ou não fumar em locais públicos*” (27/5); “*utilização de embriões humanos na investigação*” (17/6); e “*sigilo bancário*” (5/8).

⁴⁰³ Confrontados com a definição deste formato, as partes que assumem o conflito negam tratar-se de um espectáculo. Miguel Sousa Tavares diz isto: “*Não é rigorosamente informação, mas também não é informação-espectáculo no sentido tradicional. A informação está na preparação do trabalho*” (“*Público*”, 10 de Abril de 1999). Para Paula Teixeira da Cruz, “*é um programa de contestação contra ideias entendidas como dominantes*” (“*Diário de Notícias*”, 29 de Abril de 1999).

programas indecorosos, procuravam quebrar o monopólio da Rede Globo⁴⁰⁴. Mais do que informar, pretendia-se divulgar em Portugal fórmulas televisivas que, no Brasil, se revelavam eficazes em termos de captação de audiência. Com elas, a TVI suscitou não só algum debate nas páginas dos jornais como também um certo interesse do público. Por isso, a partir de finais de Agosto, *Especial Informação* adquire uma periodicidade semanal, orientando a sua linha editorial para a saúde e para as relações afectivas. Do primeiro campo destaca doenças fatais, do segundo domínio dá prioridade a problemas sexuais e a questões de infidelidade⁴⁰⁵. Mais do que os especialistas, interessam as histórias que gente comum tem para contar sobre os temas em destaque, ou seja, mais importante do que a resposta à pergunta “*porquê?*” será responder à questão “*o quê?*”, contado na primeira pessoa e, conseqüentemente, pejado de emoção. Progressivamente, as audiências vão crescendo, a tal ponto que, na noite do ressurgimento de *Esta Semana* (14 de Outubro de 1999), o debate da SIC, preenchido com uma entrevista a Eusébio e uma reportagem sobre Timor, é ultrapassado por um *Especial Informação* que discute “*a troca de sexo*”⁴⁰⁶. No ano seguinte, *Especial Informação* continua a operar da mesma linha, sendo o formato que, neste período, mais tempo permanece em antena: até Setembro de 2000, altura a partir da qual a TVI circunscreve a sua informação ao *Jornal Nacional*. No entanto, em finais de 1999, Moniz ainda coloca no ar um novo formato: *República & Bananas*. O respectivo apresentador, o jornalista Joaquim Letria, diz que o objectivo deste programa é “*informar e divertir*” (“*Público*”, 16 de Novembro de 1999). Esta sucinta frase resume o que, nestes dois anos, foi a informação semanal da TVI⁴⁰⁷.

A RTP também confere outros traços a uma informação semanal em relação à qual crescem as dificuldades de definição. Não será certamente uma novidade deste final do século colocar não-jornalistas na condução de programas que poderão ser vistos como informativos. Mas, neste biénio, o canal público generalista insiste em convidar políticos, médicos ou actores para apresentarem esse tipo de emissões. Tendo em conta que há uma diminuição de formatos conduzidos por jornalistas, aqueles que não pertencem à classe jornalística tornam-se ainda mais visíveis. Alguns até desencadeiam polémica, como foi o caso do ex-Presidente da República que, em finais de Fevereiro, deu início a um programa de entrevistas a personalidades políticas internacionais designado *Conversas de Mário Soares*, quando já era conhecida a sua decisão de ser candidato pelo PS nas eleições Europeias que se realizavam em Junho desse ano. Os partidos de direita exigiram a suspensão do programa e a Alta Autoridade para a Comunicação Social recomendou à RTP “*a tangencial igualdade de oportunidades e de tratamento jornalístico a todos os cabeças de lista*” (“*Público*”, 5 de Março de 1999). Em Abril interromperam-se essas emissões que seriam retomadas na

⁴⁰⁴ *Especial Informação* arranca, a 6 de Julho, com uma alegada reportagem, intitulada “*O Brasil aos seus pés*”, que incide sobre o *Programa do Ratinho*, transmitido no canal SBT; a 3 de Agosto, a emissão centra-se na *Tiazinha*, um fenómeno da Rede Bandeirantes; e a 24 de Agosto, o destaque é dado à *Feiticeira*, a apresentadora do *Programa H*, que rivaliza com as novelas da Globo e que é um fenómeno de popularidade brasileira na TV Bandeirantes.

⁴⁰⁵ Por exemplo: crianças com cancro (19/8); impotência (16/9); poligamia (23/9), cancro da mama (16/11).

⁴⁰⁶ Enquanto a emissão da SIC soma 6.5% de audiência; a da TVI ascende a 11.3%.

⁴⁰⁷ Excluimos deste ponto a referência ao jornalismo diário da estação, nomeadamente àquele praticado depois da estreia do *Big Brother* pelo *Jornal Nacional* que, várias vezes, integrou peças desse *reality show* no seu alinhamento. Desenvolvemos este tópico num capítulo que redigimos para um livro coordenado por Manuel Pinto, que intitulámos “*Novos rumos no audiovisual português: o impacto dos novos reality shows na informação televisiva*” (no prelo).

grelha de Verão. Menos tumultuoso foi o percurso do psiquiatra Allen Gomes que retoma a 6 de Março de 1999 uma experiência televisiva feita anos antes na SIC e que agora se desenvolveria na RTP1. Não sendo propriamente de entretenimento, mas também não seguindo critérios jornalísticos, *Já que Falamos de Sexo* marca o regresso de um género de programação que a RTP experimentara em 1993 em *Sexualidades*. No ano seguinte, a RTP1 volta a chamar não-jornalistas para certos programas. Carlos Cruz apresenta *Senadores*, um formato de entrevista e de debate por onde passa a discussão de temas como a fome (17/2), o ambiente (2/3), as medicinas alternativas (13/4) ou o futebol (18). Nicolau Breyner tem um *talk show* com o seu nome que mistura informação e entretenimento. Na estreia (2/6), os convidados são o Presidente da República e o cardeal D. José Policarpo, entrevistados por três jornalistas convidados – uma prática retomada nas emissões seguintes⁴⁰⁸.

Esta invasão de actores estranhos ao jornalismo de que é alvo a informação semanal tem um exemplo inverso em 2000: a passagem de alguém com a carteira profissional de jornalista para o campo do entretenimento. Aconteceu em Setembro, quando Maria Elisa se torna apresentadora do concurso *Quem Quer Ser Milionário?*, que rivaliza com *A Febre do Dinheiro*, conduzido na SIC por Carlos Cruz. Para trás, ficavam vários anos à frente dos principais debates do canal público que, no último trimestre do ano, se eclipsam da RTP1. Nesta era do *Big Brother*, os debates televisivos, mesmo tendo feito uma profunda inversão para temáticas sociais, parecem perder toda a importância quando comparados com o entretenimento, principalmente com a *novela da vida real* que galvaniza os serões televisivos da TVI.

Neste biénio, a SIC deixa de investir na informação semanal. Se há determinada área que merece alguma atenção, cria-se um formato que se integre no entretenimento. Foi o que aconteceu, por exemplo, em Março de 1999, quando a estação privada deu início a uma série dedicada aos grandes compositores de música clássica. A condução dessas 13 emissões foi entregue ao maestro António Vitorino d'Almeida e à apresentadora de *Chuva de Estrelas* Bárbara Guimarães, que, ao longo de várias semanas, deambularam por diferentes países à procura de histórias dos protagonistas seleccionados, encenando viagens que pareciam mais de lazer do que de trabalho. Em 2000, há menos programas de informação semanal que transitam do ano anterior e, a partir de Setembro, reduzem-se às emissões de desporto, nomeadamente de futebol. Em Agosto de 1999, os três canais generalistas estreiam na mesma semana formatos muito similares: a 19 de Agosto, a TVI inicia *A Bola é Nossa*; a 20 de Agosto, a SIC faz surgir *Jogo Limpo*, o substituto de *Os Donos da Bola* (suspensão em Março de 1999, na sequência de várias polémicas); a 23 de Agosto *Jogo Falado* transfere-se da RTP2 para a RTP1.

⁴⁰⁸ Para além das entrevistas, este *talk show* integra uma parte de humor. Nicolau Breyner, acompanhado por outros actores, protagoniza o *telenovelo Tudo à Mostra*, uma óbvia paródia à telenovela *Terra Nostra*, que, na altura, era exibida na SIC.

4. O triunfo do entretenimento

4.1. O PAP em 2001

A multiplicação das *novelas da vida real*; a crescente popularidade de uma ficção nacional que toma o real, particularmente o quotidiano anódino do cidadão comum, como referência principal do seu enredo; o desaparecimento de debates e entrevistas no horário nobre; e a estreia de *talk shows* que encontram na palavra eufórica sobre vivências íntimas o seu eixo estruturante são traços que caracterizam, neste período, os canais privados e que contribuem para que o audiovisual acentue a dimensão privada da vida pública. Se a TVI tinha vindo a desenhar essa tendência desde 4 de Setembro de 2000, data em que se inicia o *Big Brother*, em 2001 assiste-se ao mesmo fenómeno na SIC, cuja grelha se renova com uma programação que coloca em cena, de diferentes formas, o espaço privado do cidadão comum. A RTP, apesar de permanecer afastada dos novos *reality shows* – género mais propício à publicitação do íntimo –, encaminha a respectiva oferta televisiva para conteúdos de entretenimento. O ano televisivo de 2001 é também marcado pela rescisão do contrato de Emídio Rangel com a SIC e pela sua posterior transferência para a RTP. Isso deu-se em Setembro. Por isso, no último trimestre evidenciam-se promessas de renovação de ambas as estações. A TVI atravessa este período sem grandes conturbações internas, beneficiando, em termos de audiências, da segunda e terceira edições do *Big Brother*. Da última parte de 2001 fica o *slogan* do operador público, anunciando que “a RTP faz parte da sua vida”; a garantia do novo director de Carnaxide de que se estava “a desenhar aquilo que deve ser a nova SIC” (“*Diário de Notícias*”, 27 de Outubro de 2001); e a promessa do director da TVI de “uma relação de respeito mútuo” entre o seu canal e os telespectadores (“*Público*”, 29 de Novembro de 2001).

4.2. A programação dos canais generalistas: uma “locomotiva” chamada *Big Brother*

4.2.1. RTP: à procura de uma identidade e de um equilíbrio financeiro

O serviço público de televisão atravessa 2001 defrontando-se com uma crise de legitimidade à qual soma graves problemas financeiros. Da parte do poder político, a empresa é alvo de várias críticas. No dia de arranque da SIC Notícias (8/1), o ministro das Obras Públicas, Jorge Coelho, participa aí num debate com o centrista Paulo Portas e nomeia expressamente a RTP, que, na sua opinião, “*tinha a obrigação de promover o debate público e não o faz*”. Em Fevereiro, o PS entrega na Alta Autoridade para a Comunicação Social uma queixa contra o operador público por causa de, a 17 desse mês, não ter noticiado uma reunião de militantes na qual participara António Guterres, secretário-geral do PS e também primeiro-

ministro. A 26 de Abril, o ministro da Justiça, António Costa, em entrevista ao “*Diário de Notícias*”, afirmava que “*a isenção não é das marcas de qualidade da RTP*”⁴⁰⁹. Em Julho, várias notícias publicadas na imprensa davam conta de pressões do PS para levar a Direcção de Informação da RTP a demitir-se. Em Setembro, José Rodrigues dos Santos e a sua equipa apresentavam a demissão, dando, assim, lugar a Emídio Rangel, que, entretanto, tinha rescindido contrato com a SIC. Quanto à situação financeira, a RTP herda de 2000 um prejuízo de 34.6 milhões de contos, o que acentua um passivo que ronda os 150 milhões de contos⁴¹⁰. Em Janeiro, o presidente do CA, João Carlos Silva, anuncia um plano de gestão, a desenvolver em quatro anos, com vista a baixar o défice de exploração para números próximos do zero⁴¹¹. Em 2001, a RTP tem um prejuízo de 20.7 milhões de contos e vê o seu passivo real subir até aos 332 milhões de contos – um quadro financeiro que acentua, ainda mais, a crise da TV pública.

Em termos de programação, a RTP1 exclui da sua oferta televisiva as *novelas da vida real*, mas reforça, no segmento da noite, a componente lúdica através essencialmente de dois géneros: os *reality games*⁴¹², considerados pelo director de Programas “*uma alternativa aos reality shows*” (“*Diário de Notícias*”, 10 de Junho de 2001) e a ficção nacional. Para além das séries⁴¹³, o canal generalista emite, a partir de 3 de Setembro, a telenovela *A Senhora das Águas*, uma produção da NBP que marca o regresso deste género de programação ao horário nobre da RTP1⁴¹⁴. Esta foi, porém, mais uma aposta falhada do operador público em termos de audiências, cujos índices baixos se estendem, ao longo de 2001, a toda a grelha. No último trimestre do ano, a contratação do novo director-geral para a RTP reabre novas expectativas. No dia em que assinou contrato com a empresa pública, Emídio Rangel fixou publicamente aquilo que considerava ser prioritário (“*Público*”, 21 de Setembro de 2001):

“*É preciso produzir mais e melhor informação, isenta e rigorosa (...) É preciso criar uma linha de produção de novelas, séries, comédias, filmes e telefilmes (...). É preciso que os portugueses se liguem à estação que pagam.*”

Essas promessas apenas poderiam ser testadas no ano seguinte.

⁴⁰⁹ Estas declarações motivaram uma reacção feita em “*Carta Aberta*” dirigida ao ministro da Justiça, subscrita pela Comissão de Trabalhadores da RTP, pelo Conselho de Redacção e por vários jornalistas, a título pessoal. A 28 de Abril, o jornalista da RTP Barata-Feyo escrevia no DN o seguinte: “*O ministro António Costa não gosta da informação da RTP. Eu também não, excepto quando ela foi dirigida por jornalistas independentes e competentes. Gostei dela quando a excepção furou a regra praticada pela RTP nos seus 40 e tal anos de existência. Mas que eu goste ou não goste, e pague por esse delito de gosto e de opinião, vá que não vá. Agora o senhor ministro?! É um pouco como se declarasse em público que não gosta de um filho seu e, cristãmente, considero isso chocante. A RTP de hoje é sua filha, no sentido em que é uma criatura do PS. Portanto, se não gosta dela e se não a considera isenta, convença o Conselho de Ministros a mudar quem lá pôs, para seu e dele suposto benefício, ou a desencantar finalmente a coragem de lhe mudar o estatuto, para maior benefício da própria RTP e dos portugueses em geral*”.

⁴¹⁰ Este número representa um acréscimo de quase 10 milhões de contos relativamente às contas de 1999, ano em que a estação pública apresentou um prejuízo de 24.8 milhões.

⁴¹¹ O objectivo era que em 2001 o défice baixasse de 22 milhões de contos para 17 milhões de contos, em 2002 para 11 milhões de contos, em 2003 para cinco milhões de contos e 2004 para um milhão.

⁴¹² Inserido neste género, aparecem, em Junho, *O Crime Perfeito* e, em Setembro, o *Sabotador*.

⁴¹³ Por exemplo, *Maiores de 20*, uma série que retrata os problemas de jovens adolescentes e que era produzida pela Endemol, a produtora do *Big Brother* da TVI.

⁴¹⁴ Nessa noite, a TVI dá início a *Filha do Mar*, que sucede a *Olhos de Água*, novelas que têm a produção da NBP. Ambos os canais, público e privado, antecedem as respectivas estreias de uma forte promoção desses enredos tanto dentro do ecrã como em publicidade colocada em diferentes suportes. A 3 de Dezembro, *A Senhora das Águas* passa para as 18h45.

Esvaziado o horário nobre das estações privadas da informação semanal, é no canal público que esse tipo de emissões encontra algum espaço na grelha. No entanto, são poucos os programas que, durante este período, se mantêm no ar. No que diz respeito à informação de natureza generalista, com excepção de *Histórias da Noite*, que atravessa todo o ano de 2001, os restantes formatos ou se circunscrevem a um período curto de emissão, como é o caso de *O Rosto da Notícia*, ou têm uma periodicidade periclitante, como *Grande Informação* e *Grande Repórter*. Quanto à informação temática, salientam-se os programas desportivos *Domingo Desportivo* e *Jogo Falado* e um formato dedicado a questões ambientais intitulado *Planeta Azul*. Os dois primeiros atravessam o ano e este último surge em Julho, abordando até final do ano múltiplas questões ligadas ao ambiente.

4.2.2. SIC: uma programação-clone da TVI

Tendo inicialmente rejeitado o formato *Big Brother*, a SIC rende-se ao êxito das *novelas da vida real* a partir de 2001, adoptando uma engenharia de programação idêntica à da TVI⁴¹⁵. Na véspera da 2.ª edição do *BB* (20/1), a SIC estreia *Acorrentados* (um formato produzido pela Endemol que era também responsável pelo “BB”), mas nesse confronto de géneros televisivos a estação de Carnaxide não foi, nem iria ser nos meses seguintes, bem sucedida. Em Maio, começa a emitir *O Bar da TV* (com produção do brasileiro Ediberto Lima), que suscita bastante polémica, mas não provoca a adesão do público⁴¹⁶. A 4 de Setembro, ensaia *Confiança Cega*⁴¹⁷ (novamente produzido pela Endemol), idêntico a *Temptation Island*, cuja versão americana da cadeia Fox a TVI começara a transmitir em Junho. Todos estes programas – atravessados pelo traço da exposição da vida privada de concorrentes colocados em ambientes do quotidiano a fim de se produzir um “efeito do real” – ocupam zonas consideráveis do horário nobre, mas nenhum deles suplanta o *share* reunido pelo *Big Brother*. Para além dos *reality shows*, a estação de Carnaxide segue a programação da TVI ao nível das *novelas portuguesas*. A estreia acontece, a 19 de Março de 2001, com *Ganância*, uma novela escrita pela brasileira Lúcia Abreu, produzida pela NBP, protagonizada pela popular apresentadora da

⁴¹⁵ Para justificar a adopção de formatos tipo *Big Brother*, o presidente do CA da SIC, Francisco Pinto Balsemão, afirma o seguinte: “O programa foi oferecido à SIC, a SIC entendeu que as pessoas não iam gostar daquele tipo de programas e que, portanto, não havia qualquer vantagem em dar aquele tipo de programação. Verificou-se que estávamos completamente enganados e aí a SIC teve de voltar atrás e pensar” (“Expresso”, 2 de Junho de 2001). Por seu lado, o director-geral Emídio Rangel defende que, “se as pessoas exigem programas ‘voyeuristas’ ou com essa lógica, uma estação generalista como a SIC pode transmiti-los” (“Jornal de Notícias”, 6 de Janeiro de 2001).

⁴¹⁶ A primeira emissão deste *reality show* regista um *share* de 28.9%. Para chamar a atenção dos telespectadores, a SIC antecipa o segundo dia de *O Bar da TV* com anúncios que garantiam um *late night show* com cenas ousadas. E assim foi. No dia seguinte, os pais da concorrente Margarida vão até ao local onde se produzia o *reality show* para convencer a filha a abandonar o concurso. O casal é obrigado a fazer compasso de espera até à noite, altura em que é permitida a sua entrada nas instalações do programa. Os concorrentes deixaram a família a sós, mas a SIC opta por transmitir essa conversa em directo e mesmo quando a jovem Margarida, dividida entre a vontade dos seus progenitores e o seu desejo de ficar, pede para falar em privado com a psicóloga da equipa de produção, esse diálogo foi emitido em directo. O assunto entrou, nessa noite, no *talk show* da SIC *Noites Marcianas*, tendo o respectivo apresentador declarado a jovem alentejana como “a primeira vítima a sério dos *reality shows* em Portugal”. O caso desencadearia uma forte polémica sobre os limites deste tipo de programação, suscitando a reprovação da Alta Autoridade para a Comunicação Social e duras críticas de várias personalidades.

⁴¹⁷ Na estreia, esse novo *reality show* teve 24.5% de *share*, contando a concorrência da 3.ª edição do *BB* que começara na véspera, ancorado por duas novelas: *Anjo Selvagem* (no acesso ao *prime-time*) e *Filha do Mar* (em horário nocturno).

SIC Catarina Furtado e pelo actor brasileiro Leonardo Vieira e colocada em continuidade com a novela da Globo *Porto dos Milagres*. No entanto, este conjunto de ingredientes não foi suficiente para fazer transitar telespectadores do canal privado concorrente.

Em horário nocturno mais tardio, a SIC experimenta, a partir de Fevereiro, um *talk show* com bastante popularidade no canal Tele5. Poder-se-ia pensar que *Noites Marcianas* não era um programa diferente do seu congénere espanhol *Crónicas Marcianas*. Se não tinha o *Big Brother*, contou a partir de Maio com as peripécias de *O Bar da TV*⁴¹⁸; se os marcianos que compunham o painel fixo do programa não eram tão carismáticos como os do país vizinho, os temas e, sobretudo, a respectiva forma de abordagem ambicionavam transformar o final das noites em espaços que se pretendiam do interesse do público, adoptando-se, para isso, um discurso que esbatia as fronteiras entre o real e a ficção. Ultrapassando frequentemente os limites do aceitável, *Noites Marcianas* nunca reuniu um assinalável índice de audiência, ao contrário do que acontecia com o formato idêntico da Tele5. O mesmo se passou com o programa que lhe sucedeu em Agosto. *Jerry Springer Show*, uma produção norte-americana, aproxima-se mais de um *reality show* que encontrava no grotesco e na monstruosidade de certos estilos de vida ingredientes-chave para transformar os depoimentos em momentos difíceis de encarar como possíveis, sem os remetermos para um quadro patológico. “*Deito-me com a minha irmã*” ou “*o meu marido deita-se com a minha sobrinha*” são exemplos de temas que levaram a estúdio pessoas para testemunharem esse tipo de práticas. Estamos longe do verbo terapêutico de que nos fala Dominique Mehl, quando refere as motivações daqueles que participam nos *reality shows*. Os convidados deste programa não constroem em estúdio uma palavra que reflecte sofrimento ou vontade de reconstituição de um laço social desfeito. Pelo contrário. O que aí se procura, e se encontra, é o reforço de comportamentos marginais, que colocam em causa o equilíbrio social.

Será certamente difícil integrar no campo da informação os *talk shows* que a SIC emite neste período pela madrugada adentro. Olhando para a grelha que o canal exhibe durante o ano, não se encontram programas de informação semanal, com excepção de *Jogo Limpo*, que estreara em Agosto de 1999, em substituição de *Os Donos da Bola*, mantendo o mesmo tipo de jornalismo: pró-activo, polémico e de análise emotiva. Interrompido para férias, este programa já não regressa no arranque do Campeonato de Futebol. Assim, no último semestre do ano, não encontramos na SIC espaços regulares de informação, para além dos noticiários diários. No entanto, assinale-se que, a 30 de Janeiro de 2001, a estação de Carnaxide arrisca um *Especial Informação* que preenche com uma reportagem intitulada *Agonia*, na qual o jornalista João

⁴¹⁸ Centrar momentos de determinada emissão noutros programas do canal é uma forma de procurar atrair novas audiências para o formato de que se fala. A TVI adoptou isso no *Jornal Nacional*, fazendo entrar no alinhamento os momentos fortes – sobretudo mais eróticos – do *Big Brother*. Essa opção editorial provocou bastante polémica ao longo de 2001, na medida em que colocava em causa os critérios de selecção jornalística. A SIC optou por “fazer entrar” as suas *novelas da vida real* nos *talk-shows* da manhã e de fim da noite, ou seja, no *SIC 10 Horas* e nas *Noites Marcianas*.

Ferreira, adoptando a postura de “repórter participante”, ajuda um toxicodependente a largar o consumo de drogas pesadas, acompanhando-o permanentemente nesse percurso. É do íntimo que esse trabalho jornalístico fala, personalizado em alguém de quem se faz um retrato de vida. O impacto na audiência foi tal que, nessa noite, esse *Especial Informação* suplantou o número de telespectadores do *Big Brother*⁴¹⁹, mas esse sucesso não foi suficiente para fazer ressurgir um formato de grande-reportagem em horário nobre. Aliás, não raras vezes a SIC sacrifica a informação em proveito do entretenimento. Como a 21 de Janeiro: depois do jogo Benfica-Porto, que começara às 19h00, a SIC não transmite o *Jornal da Noite* para dar espaço aos *Acorrentados*, aparecendo nessa emissão o director do canal a acorrentar uma apresentadora e um actor.

As sucessivas estratégias que a SIC foi ensaiando ao longo de 2001 para cativar os telespectadores acumularam sucessivos fracassos donde resultou a perda de audiências em período nocturno, e, conseqüentemente, isso abriu uma crise profunda na SIC. Nas receitas publicitárias e nos cargos directivos. A 7 de Setembro, Emídio Rangel rescinde o seu contrato, colocando um ponto final ao cargo de director da estação que assumira, desde a fundação da SIC, ao longo de uma década.

4.2.3. TVI: o triunfo da produção nacional

Continuando a adoptar a *novela da vida real* como âncora do horário nobre⁴²⁰, a TVI apenas altera a oferta televisiva nos segmentos intercalares desse formato, introduzindo aí novelas ou séries nacionais que nem sempre iam para o ar no dia ou no horário previstos, sem, no entanto, afastarem a adesão do público. Cumpria-se aí aquilo que Rey Morató (1998: 65) chama “*o mistério das audiências*”. A fórmula “Big Brother + Jornal Nacional + ficção portuguesa + Big Brother” funcionava como um macrodiscurso que submetia as respectivas unidades à sua lógica. Uma estavam em ligação com as outras. Mesmo o noticiário da noite, o único programa que começava (mais minuto menos minuto) no horário previsto, inaugura, a partir de Setembro de 2000, uma nova lógica editorial, preferindo os assuntos nacionais às temáticas internacionais, sobrepondo a vida quotidiana à política, privilegiando o cidadão comum às fontes oficiais, valorizando o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza mais racional. O que não introduzia uma grande ruptura com as *novelas da vida real* que lhe estavam contíguas em termos de grelha. O mesmo cuidado com a continuidade era colocado nas estreias dos programas, nomeadamente na ficção

⁴¹⁹ Enquanto o *Big Brother* reuniu 1.480.38 telespectadores, esse *Especial Informação* somou 1.731.596 telespectadores.

⁴²⁰ Depois de ter transmitido o último programa da primeira edição do *Big Brother* na noite da passagem de ano, a TVI deu início a uma segunda edição a 21 de Janeiro e estreou uma terceira edição a 2 de Setembro.

nacional, que surgia no ecrã obedecendo à conhecida estratégia de engenharia de programação chamada *hammock* (também designada *sandwich programming*)⁴²¹.

Para além da continuação da popularidade do *Big Brother* que a TVI capitalizou em vários momentos, promovendo até emissões especiais com os respectivos concorrentes⁴²², 2001 é o ano da consolidação da ficção nacional que, nesse período, ultrapassa claramente as audiências da Globo. Esse feito aconteceu com *Jardins Proibidos*, uma novela que surgiu a 8 de Abril e que tinha sido pensada para 40 episódios. Somou 160, conseguindo ultrapassar o *share* que *Laços de Família*, à mesma hora, passava na SIC. A três dias do último episódio dessa “*novela-emblema*” da TVI, o director-geral da estação declarava que o sucesso alcançado “*é a prova de que a TV Globo não é uma fortaleza inexpugnável*” (“*Público*”, 25 de Fevereiro de 2001). Numa entrevista ao “*Expresso*” (20 de Janeiro de 2001), José Eduardo Moniz garantia que *Big Brother* se constitui como “*um produto que funciona como locomotiva de atracção dos espectadores*”. Foi exactamente isso que aconteceu em 2001. Depois das férias de Verão, a ficção nacional conquistou ainda mais espaço na grelha da TVI⁴²³. Em Setembro, o canal Quatro estreia três novelas portuguesas⁴²⁴, transformando-se naquilo que o seu director-geral afirmava ser “*a mais portuguesa das estações portuguesas*” (“*Diário de Notícias*”, 20 de Julho de 2001). Juntando à ficção nacional, as edições diárias do *Big Brother*⁴²⁵ e do *Jornal Nacional* com uma duração que ultrapassa os 60 minutos, a grelha da TVI ficava sem qualquer espaço para outro tipo de emissão.

Se nos anos anteriores a TVI vinha subtraindo a informação semanal do horário nobre, em 2001 esse campo circunscreve-se à área do desporto, particularmente ao futebol, com *A Bola é Nossa*. Sucedâneo de *Linha de Fundo*, este programa, que estreara a 19 de Agosto de 1999, incorpora uma componente de entretenimento que está excluída dos formatos similares de outros canais: na terceira parte os espectadores dispõem de uma linha telefónica através da qual podem apostar em equipas e jogadores de futebol, com direito a prémios semanais – um passatempo idêntico ao da *Liga Fantástica*, promovida pelo “*Record*”. À semelhança do que aconteceu com *Jogo Limpo* da SIC, também *A Bola é Nossa* não reaparece depois das férias de Verão. Assim, no último semestre do ano, a TVI, tal como a SIC, restringe a sua informação aos

⁴²¹ Por exemplo, a novela *Olhos de Água* estreou-se na terceira semana de Fevereiro, quando ainda estava no ar *Jardins Proibidos*.

⁴²² Para além de fazer transmissões dos casamentos de três pares de concorrentes do *Big Brother* que, dentro da “*Casa*”, iniciaram um namoro (Marco e Marta; Célia e Telmo; e Sérgio e Verónica), a TVI promoveu emissões especiais de dois noivados que intitulou *O anel de Marta* e *A jóia de Célia*. Terminada a 1.ª edição da *novela da vida real*, criou o programa *Mulheres de A a Z* em que o vencedor dessa edição, o concorrente Zé Maria, escolhia aquela que lhe parecia ser a mulher com mais atributos.

⁴²³ A 21 de Julho, a Fealmar promoveu um leilão de todas as peças da novela *Olhos de Água* que, naquela altura, ainda estava em exibição na TVI. Segundo se relatava no dia seguinte no jornal “*Público*”, “*foram licitados mais de mil objectos, repartidos por 313 lotes*”, o que constituía mais um indício do interesse do público pela ficção nacional, na medida em que essas peças reuniam sobretudo um valor afectivo.

⁴²⁴ *Anjo Selvagem*, baseada na série argentina *Muñeca Brava*, é colocada ao final da tarde, preparando assim o acesso ao *Jornal Nacional*. *Filha do Mar*, escrita por Manuel Arouca em conjunto com Tomás Múrias, ocupa o horário nobre. *Nunca Digas Adeus*, feita a partir da novela mexicana *Mirada de Mujer*, integra o segmento do *late night*. Produzidas pela NBP, a primeira surge a 2 de Setembro, a segunda a 3 de Setembro e a última a 30 de Setembro.

⁴²⁵ A 3.ª edição do *Big Brother*, que começa a 2 de Setembro, registou uma inscrição de 150 mil pessoas.

noticiários diários que, em Setembro de 2000, foram alvo de uma profunda remodelação. À noite, o *Jornal Nacional* segue uma linha editorial totalmente diferente do *Directo XXI*. Num estudo sobre o noticiário da noite da TVI no triénio 1999-2002, Margarida Martins (2003) descobre três períodos, situando o terceiro entre 2001-02, um tempo que corresponde à consolidação da liderança das audiências e ao desenvolvimento de um modelo informativo que caracteriza como *infotainment*. São os assuntos nacionais que dominam preferencialmente o alinhamento do *Jornal Nacional* e, dentro desses, os temas sociais, sobretudo aqueles em que se evidenciam histórias de vida do cidadão comum. A própria redacção da TVI, ao reservar todo o primeiro piso para a editoria da Sociedade e ao juntar no andar superior as secções do Internacional, da Economia, do Desporto e do Jornalismo *on line*, estava, já a montante da emissão, a dar prioridade às notícias relacionadas com o social. Esgotado em horário nobre o tempo para programas de informação semanal, a TVI insere esses espaços no próprio noticiário das 20h00. Ao domingo, inclui no alinhamento um espaço de comentário político feito por Marcelo Rebelo de Sousa que se manteve em antena até Outubro de 2004, conquistando progressivamente um tempo substancial de emissão em consonância com as audiências e o grau de influência política que atingia. Sem periodicidade fixa, a grande-reportagem foi também incorporada no *Jornal Nacional*.

Quadro 15: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 2001

Programas	Canal	Jan	Fev	Mar	Abril	Maio	Jun	Jul	Ago	Set.	Out	Nov	Dez
<i>O Rosto da Notícia</i>	RTP				■	■	■						
<i>Grande Informação</i>	RTP			■	■	■	■	■		■	■	■	■
<i>Grande Repórter</i>	RTP	■	■					■	■	■			
<i>Histórias da Noite</i>	RTP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
<i>Planeta Azul</i>	RTP							■	■	■	■	■	■
<i>Domingo Desportivo</i>	RTP	■	■	■	■	■			■	■	■	■	■
<i>Jogo Falado</i>	RTP	■	■	■	■	■	■			■	■	■	■
<i>Jogo Limpo</i>	SIC	■	■	■	■	■							
<i>A Bola é Nossa</i>	TVI	■	■	■	■	■	■						

Fonte: Marktest

4.3. Programas de informação: quem fala do quê nos *plateaux* televisivos

4.3.1. Uma esfera pública televisiva que se esvazia de debate

Em 2001, apenas a RTP mantém no ar programas de debate e de entrevista, mas é um espaço público pouco diversificado do ponto de vista temático e com uma limitada representatividade aquele que essas emissões desenham. Por um lado, porque *O Rosto da Notícia* tem um número reduzido de emissões; por outro, porque *Grande Informação*, embora com maior longevidade, ficou preso a uma linha editorial que dava prioridade aos políticos.

O Rosto da Notícia somou 12 emissões repartidas por oito entrevistas e quatro debates. Apesar de excessivamente concentrado em governantes, o programa de Maria Elisa saiu várias vezes do campo político para discutir questões ligadas a áreas estruturais do país: saúde, educação, literatura, pintura, cultura (cf. Quadro 16). Se excluirmos a classe política, *O Rosto da Notícia* fez-se com interlocutores de esferas diversificadas. No que diz respeito a detentores de cargos, convidaram-se os presidentes da SIC e da RTP, o presidente do Conselho dos Institutos Politécnicos e médicos responsáveis por determinados serviços de diferentes hospitais; no grupo de académicos convocaram-se investigadores ligados a diferentes disciplinas (Ciência Política, Filosofia, Ciências Naturais...); nos sindicatos chamaram-se a estúdio representantes de professores e de médicos; no plano internacional convidaram-se a escritora Isabel Allende e a prefeita de S. Paulo. No entanto, essa diversidade é pouco visível, dado o curto período (três meses) em que este programa se manteve no ar.

Quadro 16: Temas de *O Rosto da Notícia* da RTP1 em 2001

Programa	Temática			
	Macro-temas		Micro-temas	
	Política	Áreas Estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento/Bem-estar pessoais
<i>O Rosto da Notícia</i>	4	7	-	-

Grande Informação repartiu as suas emissões entre reportagens (de temática variada que incidem, sobretudo, na área do social) e um espaço de entrevista ou de debate predominantemente político. Seguindo a actualidade da semana, o programa apresentado por Judite de Sousa estruturou, em trabalhos de reportagem, uma realidade que extravasava largamente aquilo que acontecia em grandes centros urbanos e que reunia a

centralidade noticiosa. O fenómeno dos “*net-dependentes*” (22/2); os casais com problemas de infertilidade (1/3); o dia-a-dia de uma aldeia SOS do concelho da Guarda (5/4); os seropositivos das prisões portuguesas (24/5); a história do moleiro Álvaro, único habitante de Coval em Viseu (28/6) foram alguns exemplos de peças jornalísticas que integraram o alinhamento de *Grande Informação* e que nos colocava perante uma realidade, de certa forma, intemporal, mas que estrutura a vida de todos os dias. Depois das férias de Verão, esse espaço foi essencialmente feito com tópicos internacionais, em grande parte devido aos acontecimentos marcantes do último trimestre do ano: os atentados de 11 de Setembro; o assassinato de seis portugueses em Fortaleza e os bombardeamentos aéreos da coligação anglo-americana no Afeganistão. No que diz respeito aos debates/entrevistas inseridos no interior do programa, Judite de Sousa, elegendo prioritariamente um conjunto de questões da actualidade, envolveu nessa conversa sobretudo políticos. Por vezes, cedeu-lhes mesmo toda a emissão, como foram os casos de Mário Soares e de Freitas do Amaral, que assumiram aí o estatuto de comentadores residentes, embora as suas participações tivessem sido muito irregulares: o primeiro participou em sete emissões; o segundo, em quatro. Se excluirmos estes dois últimos, os políticos somaram, em 2001, 23 presenças, a maior parte das quais (7) pertencentes ao partido do Governo (PS). Todos eles foram interpelados para debater assuntos que, naquela semana, estiveram no topo da agenda mediática, criando-se, assim, um processo circular: os políticos são dos maiores promotores de noticiabilidade que, quando transposta para a esfera televisiva, é comentada por pessoas com perfil idêntico aos protagonistas desses tópicos. O poder político local esteve presente através de 5 autarcas de municípios de média e pequena dimensões⁴²⁶, o que seria uma representatividade assinalável, se todos eles não tivessem sido interpelados na mesma emissão, a que debateu o estado da rede viária em Portugal (9/3). Com uma representatividade menor, sobressaem os sindicatos e associações que, neste caso, representam grupos profissionais (engenheiros, banqueiros e jornalistas) e uma categoria de cidadãos: os “auto-mobilizados”. Como se assinala no Quadro 17, os restantes grupos têm uma participação reduzida, consoante aí pela sua participação em debates e quase nunca enquanto comentadores da actualidade.

Quadro 17: Perfil dos convidados dos debates e entrevistas da RTP 1 em 2001

Programas	Políticos	Cargos	Profs Investig	Juristas	Jornalistas	Médic Psicol	Militares	Religiosos	Indus Cultu	Técnicos	Sind Assoc	Cidadão Comum	Jovens	Personal Internac.
<i>O Rosto da Notícia</i>	6	6	5	-	-	1	1	-	1	1	2	-	-	2
<i>Grande Informação</i>	23	3	3	2	1	1	4	1	-	2	5	2	1	-
Total	29	9	8	2	1	2	5	1	1	3	7	2	1	2

⁴²⁶ Os autarcas entrevistados em *Grande Informação* foram: Paulo Teixeira (Castelo de Paiva), Isaltino Morais (Oeiras), Acílio Gala (Oliveira do Bairro), José Noras (Santarém) e João Teresa Ribeiro (Vendas Novas).

4.4. Algumas tendências da informação semanal emitida em 2001

São os *reality shows* e as telenovelas que, em 2001, dominam o horário nobre das estações privadas. Depois de ter reunido audiências muito expressivas em 2000 com o *Big Brother*, a TVI estreia, a 21 de Janeiro, uma segunda edição do formato da Endemol à qual junta novelas e séries de produção nacional. Após alguma resistência, a SIC adopta, ao longo de 2001, tácticas de confronto directo com a programação da TVI: *reality shows* idênticos ao *Grande Irmão*, ficção nacional, séries em português com os principais humoristas⁴²⁷... Tendo que gerir o horário nobre com noticiários, ficção nacional (séries e novelas, no caso da TVI), novelas brasileiras e *talk shows* (estes últimos na SIC), os canais não dispõem de espaço em segmento nocturno para emissões de debates ou de grande-entrevista⁴²⁸. Neste contexto, optou-se por introduzir nos telejornais espaços dedicados ao tratamento mais alargado de certos temas. Aí, a forma mais adoptada foi a da grande-reportagem que permitia uma continuidade com as peças noticiosas dos alinhamentos. A questão que fica em aberto é a de saber se essa subtracção que os canais privados fizeram da grande informação emitida em horário nocturno foi benéfica em termos de capitalização de audiências. Poder-se-ia dizer que os (baixos) índices de audiência dos programas da RTP1 testemunham o desinteresse dos telespectadores por este tipo de programação, mas poder-se-ia igualmente lembrar o *Especial Informação Agonia*, emitido na SIC, que suplantou, a 30 de Janeiro, as audiências da TVI.

Multiplicadas pelas estações privadas generalistas, as *novelas da vida real* revolucionaram a programação. A de entretenimento e a informativa. Até certo ponto, isso era inevitável. A oferta televisiva como uma realidade composta por elementos específicos (os programas) inseridos num macrodiscurso global (a grelha) é uma perspectiva adoptada por vários teóricos segundo os quais uma emissão é sempre condicionada pelos programas que lhe são contíguos e, acima de tudo, pela política editorial da respectiva estação. Porque ocuparam um grande espaço no interior das grelhas, talvez os novos *reality shows* emitidos pelos canais privados tivessem sido os que mais influenciaram os restantes conteúdos televisivos. Os enredos desses formatos entraram noutros programas, deram origem a emissões especiais, tornaram alguma da ficção nacional semelhante a si e misturaram aquilo que é intrínseco ao entretenimento com aquilo que é idiossincrático ao jornalismo. Os jornalistas criaram peças sobre as novelas da vida real e os que estavam envolvidos na produção desses *reality shows* fizeram aquilo que se pretendia que fossem reportagens sobre os respectivos concorrentes. Como se os noticiários passassem a ser um tempo de descontração e as emissões de entretenimento um momento de informação.

⁴²⁷ Em Abril de 2001, a SIC, junta aos *Malucos do Riso* que estavam no ar desde 1995, novos programas de humor em português: *Mulher não Entra*, *O Programa da Maria* e *A Minha Família é uma Animação*.

⁴²⁸ No caso da SIC, alguns programas de informação transitaram para a SIC Notícias. Foi o caso de *Esta Semana*.

Valorizando a ligação directa a factos cujas causas e consequências ainda estão por apurar, insistindo em assuntos quotidianos anódinos e privilegiando fontes anónimas que falam em registos emotivos, os noticiários distinguem-se cada vez menos das *novelas da vida real*. Por outro lado, ao integrar no alinhamento dos noticiários reportagens sobre esses *reality shows*, os respectivos editores, para além de promoverem uma confusão entre o real e a ficção, acentuam, nesse tempo, a miopia do sistema informativo em relação à dinâmica social. 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. Também os avanços que o jornalismo televisivo faz em direcção aos territórios do domínio privado levantam a questão de saber se essa aparente transparência confere maior proximidade àquilo que se passa. Nem sempre o excesso de luz permite a melhor visibilidade, o que valoriza o discurso enquanto âncora imprescindível para aquilo que se vê. Mas é exactamente essa atracção pela hiper-visibilidade, desligada de qualquer contextualização, que a TV promove por esta altura. E que o jornalismo televisivo não é capaz de travar, procurando outras formas de explicar a realidade que ultrapassem a hipertrofia representativa que resulta de uma cultura assente na velocidade da imagem e na escassez da palavra.

A profusão dos novos *reality shows* veio comprovar o que todos pressentiam há muito: no audiovisual a oferta é determinada pelas leis do mercado. São várias as declarações dos responsáveis dos canais de televisão que apontam nesse sentido⁴²⁹. Ao retirar a informação semanal das grelhas, os canais generalistas portugueses subtraíram uma parte estrutural do espaço público televisivo: a que se desenvolve através do debate entre diferentes interlocutores. Refira-se, por exemplo, que em Dezembro de 2001 houve eleições autárquicas e que esse tema no que à programação informativa semanal diz respeito apenas esteve presente na emissão da *Grande Informação* que partiu dos resultados do escrutínio para abordar o cenário de crise política que poderia levar a eleições antecipadas⁴³⁰. Ao desaparecerem da grelha da SIC e da TVI os programas de desporto, a TV privada ficou com o horário nobre depois do noticiário das 20h00 circunscrito a conteúdos de entretenimento, tidos como os mais propícios para a venda de espaços publicitários. No entanto, uma televisão não pode – não deve! – estar apenas submetida a condicionamentos económicos, sob pena de se reproduzir sempre mais do mesmo e cada vez pior. Pela nossa parte, pensamos que os espaços informativos poderão ser uma alavanca fortíssima para restituir qualidade à oferta televisiva e para conferir ao espaço público contemporâneo uma nova vitalidade.

⁴²⁹ Em entrevista ao “*Diário de Notícias*” de 27 de Outubro de 2001, o director de Programação da SIC, Manuel Fonseca, afirma o seguinte: “*Antes de mais, faz-se televisão para captar público (...) O segundo elemento vital é que somos uma estação comercial, que vive do investimento publicitário. Queremos fazer uma televisão que gratifique os nossos principais clientes - os anunciantes*”.

⁴³⁰ Nesse debate, participaram António Seguro (PS), Ruben Carvalho (PCP), Francisco Louçã (BE) Nobre Gudes (PP) e Ferreira do Amaral (PS).

4.5. 2002: A consolidação de audiências da TVI

Não foi um ano muito diferente do anterior, o de 2002, mas nele evidenciou-se uma maior diversidade de géneros em horário nobre. Se o entretenimento se fez, sobretudo, com ficção nacional e com *novelas da vida real*, a informação não se circunscreveu a noticiários, inserindo na grelha programas semanais, conduzidos por jornalistas. Isso aconteceu na SIC e na RTP, que, nesse ano, e por causas diferentes, atravessaram um clima de grande conturbação interna. A estação privada, devido a uma perda substancial de receitas publicitárias resultante de um período de recessão económica; o operador público, por causa da agitação política que caracterizou o período das eleições legislativas que, em Março, provocaram uma mudança do partido do Governo, o que teve reflexos imediatos na RTP: Conselho de Administração e Direcções de Programas e de Informação passaram a ser presididos por outras pessoas.

Sendo alvo de reajustamentos importantes no final de 2001, a RTP apresenta modificações mais expressivas no início de 2002. A 28 de Janeiro, o operador público surge com outra imagem: novos grafismos, novos cenários, novos formatos e novos apresentadores. Emídio Rangel havia prometido um “renascimento” da TV pública e isso fez-se, em grande parte, na informação e com profissionais que estavam na SIC⁴³¹. Antes de ser dada a ver no ecrã, esta renovação tornou-se visível numa forte campanha publicitária com os principais profissionais da RTP, exibidos em *outdoors* e em espaços publicitários de outros *media*. Segundo o director de *marketing* da empresa pública, a intenção era “*passar uma imagem de uma RTP mais emotiva e, em vez de promover programas, promover pessoas*” (“*Público*”, 28 de Janeiro de 2002). O início daquela que se pretendia que fosse uma nova era da TV pública deu-se com a ocupação de uma nova franja horária pela informação: a do período da manhã que antecedia *A Praça da Alegria*. O *Bom Dia Portugal*, apresentado por Alberta Marques Fernandes, seria uma espécie de programa *omnibus* onde caberiam conteúdos jornalísticos e outros com marcas do entretenimento. Por isso, no estúdio, havia lugar para as notícias como também para cantores ou para os bonecos do *Contra Informação*. Seria esta mais uma forma de atrair telespectadores que poderiam também optar pela *Informação da Manhã*, um formato idêntico ao da TV pública que, uma semana antes, estreara na SIC. No que diz respeito a programas de informação semanal, a RTP1 integra no horário nobre do primeiro semestre emissões conduzidas por jornalistas (*Grande Informação* e *Planeta Azul*), emissões apresentadas por políticos (*Conversas de Mário Soares*) e um formato que é, sobretudo, um espaço de debate que parece mais de entretenimento do que de informação (*Gregos e Troianos*).

⁴³¹ Emídio Rangel foi buscar à SIC Alberta Marques Fernandes para o *Bom Dia Portugal*, José Alberto Carvalho para o *Telejornal* e Júlia Pinheiro para *Gregos e Troianos*.

A rescisão do contrato de Emídio Rangel com a RTP, assinada a 30 de Agosto de 2002, e a consequente nomeação de novos directores de Programas e de Informação originaram, no último trimestre do ano, algumas alterações, mais visíveis na área informativa. Na grelha de Outono, *Grande Informação* dá lugar a *Grande Repórter* e a *Grande Entrevista*; o formato *Gregos e Troianos* muda o nome para *Prós e Contras*, aparecendo a 14 de Outubro reformulado a vários níveis: a moderadora passa a ser uma jornalista, os temas são escolhidos de acordo com a actualidade noticiosa, a maioria dos convidados que ocupa o palco das discussões são políticos ou desenvolvem uma actividade profissional que se cruza com o assunto em debate. No último trimestre de 2002, a Direcção de Informação da RTP cria um espaço de informação a que chama *Operação Especial*, ou seja, emissões não-regularizadas, que surgem no horário nobre do canal generalista em momentos sociais ou políticos particularmente fortes. Mais do que reagir aos factos, o canal generalista público pretendeu antecipar-se a eles, desenhando, desse modo, um certo quadro da realidade.

A SIC começa o ano com uma engenharia de programação que procurava equilibrar a informação com o entretenimento. Reaparecem as *novelas da vida real*, mas cede-se também o horário nocturno a programas semanais coordenados e apresentados por jornalistas. Arriscam-se novos enredos de ficção nacional⁴³² e aposta-se em novos segmentos horários para emissões informativas, como é o caso das primeiras horas da manhã. Esta maior visibilidade do jornalismo televisivo é neutralizada na grelha de Outono que, em horário nobre, é novamente entregue a formatos de entretenimento.

Insistindo em ancorar o segmento da noite nas *novelas da vida real*, a SIC coloca no ar, a partir de Março de 2002, num novo formato da Endemol, *Masterplan*, cuja emissão semanal era apresentada pela modelo Marisa Cruz e pelo humorista Herman José que, a partir dessa data, aparece diariamente no ecrã de Carnaxide com uma rubrica de um minuto intitulada *A Anekdota do Herman*⁴³³. No dia de apresentação das novidades da estação, o presidente do CA, Francisco Pinto Balsemão, disse “acreditar que o ‘Grande Mestre’ pode ser o ‘Big Brother’ da SIC” (“Diário de Notícias”, 4 de Março de 2002). Por seu lado, o director de Programas, Manuel da Fonseca, explica que, com esse formato, seguirá a mesma tática da TVI: colá-lo às *novelas*, constituindo com ele uma espécie de mini-grelha dentro da SIC. Essa opção não foi rentável do ponto de vista das audiências. Nos últimos meses de 2002, a SIC insiste em manter o horário nobre dominado pelas *novelas da vida real*, mas, em vez de recriar um ambiente por onde fizesse circular a vida pública e privada de um conjunto de concorrentes, a Direcção de Programação concebe um formato

⁴³² Em Janeiro, estreia *Fúria de Viver*, um formato italiano, produzido pela Endemol, que reparte as primeiras horas dos serões televisivos com a novela da Globo *O Clone*. Em Setembro, tenta-se outro enredo: *O Olhar da Serpente*, escrito pela jornalista Felícia Cabrita e por Francisco Nicholson, produzido pela NBP e integrado no segmento da novela da Rede Globo *Esperança*. Todavia, não será com estas opções que a SIC conseguirá audiências que ultrapassem a popularidade que o mesmo género reunia na TVI.

⁴³³ Em entrevista à edição n.º 1235 da “*TV Guia*” (Outubro de 2002), o director de Programas da SIC, Manuel Fonseca, afirma que foram “compromissos entre a programação e os interesses comerciais que culminaram n’ *A Anekdota do Herman*”.

que segue o quotidiano de cantores de uma música conhecida como “pimba”, colocando no ecrã vivências pessoais muito próximas daquelas que o *Big Brother dos Famosos* exibia no canal concorrente (*O meu nome é Ágata* e, posteriormente, *A Casa do Toy*). Como acontecera num passado recente, no embate de programas do mesmo género, a TVI alcançou melhor audimetria.

Não cedendo tanto espaço à informação semanal como o canal generalista público, no início do ano a SIC integra na sua grelha dois programas que fazem renascer uma forma de jornalismo que a estação vinha implantando desde 1993, mas que a era *Big Brother* apagara nos dois últimos anos. Alcides Vieira, director de Informação do canal, diz que esta fase corresponde a um “*relançamento do pendor informativo da estação*” (“*TV Guia*”, n.º 1202, Fevereiro de 2002). Em Janeiro, aparece a 3.ª edição de *Ficheiros Clínicos*, coordenado e apresentado pela jornalista Cláudia Borges, que estreara esse programa em Agosto de 1998; e *Hora Extra*, coordenado e apresentado por Conceição Lino, uma jornalista que passara por *Praça Pública* e que, desde 1996 até 1999, apresentara *Casos de Polícia*, um programa de grande longevidade no horário nobre da SIC. Acrescente-se que, no primeiro mês do ano, a aposta na informação estende-se às emissões diárias: ao *Primeiro Jornal* que, na última semana de cada mês, desloca o respectivo estúdio para diferentes cidades do país; e à criação de um programa novo para as primeiras horas: *Informação da Manhã*⁴³⁴.

Ao contrário daquilo que havia sido feito no início do ano, a grelha de Outono evidencia um desinvestimento na programação de natureza jornalística. *A Informação da Manhã* é substituída por *Iô-Iô*, um programa destinado ao público infantil cuja apresentação é entregue à modelo Marisa Cruz, que, na anterior grelha, desempenhava idênticas funções no *reality show Masterplan*. *Ficheiros Clínicos* desaparece e *Hora Extra*, apesar de permanecer na grelha, é remetido para um horário cada vez mais tardio, a lembrar as *Insónias*, um espaço de informação que o canal criara em Setembro de 1994 para um público minoritário. Ao celebrar, a 6 de Outubro de 2002, dez anos de existência, o canal que inaugurou as suas emissões com um noticiário tem na renovação do cenário do *Jornal da Noite* a mudança mais significativa do último trimestre do ano.

Se em 2002 os *reality shows* continuaram a marcar a engenharia de programação da TVI⁴³⁵, na verdade foram as novelas que ganharam mais terreno, o que é compreensível numa estação que se assume vocacionada para um público feminino. Definindo o objectivo do canal a cujo Conselho de Administração

⁴³⁴ Num compromisso entre informar e entreter, a SIC ocupa, a partir de Janeiro, as primeiras horas da tarde com um magazine. *Às Duas por Três* mistura três apresentadores com perfil diferente: Henrique Mendes, Júlia Pinheiro e, uma cara nova em Carnaxide, Fernanda Freitas, que transita do Canal 21 da TV Cabo.

⁴³⁵ *A Ilha da Tentação* e *A Academia de Estrelas* dominaram o primeiro semestre de 2002; as duas edições do *Big Brother dos Famosos* condicionaram a arquitectura da grelha do segundo semestre.

preside, Paes do Amaral reconhece que o respectivo “target são as donas de casa activas” (“Público”, 8 de Abril de 2002). Falando das suas estratégias de programação, o director-geral da TVI, José Eduardo Moniz, afirma o seguinte: “se uma estação concorrente passa um jogo de futebol que tem um público maioritariamente masculino, nós pomos no ar uma telenovela que se dirige mais às mulheres” (“Jornal de Notícias”, 5 de Fevereiro de 2002). Este género, mais do que qualquer um outro, favorece igualmente aquilo que Moniz diz ser essencial num canal de televisão: “Criar água na boca ao espectador” (“Diário de Notícias”, 27 de Março de 2002), isto é, prendê-lo a conteúdos que não têm um desfecho imediato. Os programas de informação semanal continuaram excluídos de qualquer estratégia de programação da TVI.

Neste período, nota-se uma maior atenção à oferta televisiva dos outros canais, nomeadamente na área do entretenimento. Se a RTP começou a transmitir em Fevereiro a *Operação Triunfo* no seu formato original (criado em Espanha pela Gestmusic) e, em Setembro, a respectiva versão portuguesa, a TVI contrapôs *Academia de Estrelas*, uma produção da Endemol em relação à qual o director da TV pública, Emídio Rangel, garantia haver “pecado de plágio” (“Público”, 6 de Fevereiro de 2002). Se Manuel Luís Goucha garantia no período da manhã a liderança de audiências à RTP1, a Administração da TVI convenceu-o a transferir-se, em Setembro, para Queluz, para aí fazer um programa idêntico⁴³⁶. Se as estações generalistas pareciam dispostas a continuar a apostar na ficção nacional e como esta se constituía como vector estruturante da grelha do canal quatro, o grupo que detinha o controlo do capital da TVI, a Media Capital, adquire, no início de 2002, 45% da Nicolau Breyner Produções (NBP), uma aquisição que o presidente daquele grupo mediático classifica de “importância vital e estratégica” (“Público”, 8 de Abril de 2002), na medida em que permite um certo controlo do mercado. Na sua perspectiva, “seria um desastre (para a TVI), se a SIC que já tem acordos com a Globo e com a Endemol, e se a RTP, que tem a *Olivedesportos*, viessem a fechar qualquer acordo com a NBP”. É certo que esta compra não aprisiona a produtora à TVI – exemplo disso é o facto de em 2001 a SIC transmitir a novela *O Olhar da Serpente* com a assinatura da NBP –, mas é para o canal quatro que canaliza mais trabalho.

⁴³⁶ A TVI já tinha tentado preencher a franja horária da manhã, estreando, em Fevereiro de 2002, *As Manhãs de Sofia*, com apresentação de Sofia Alves, popularizada nas novelas emitidas em horário nocturno. No entanto, desentendimentos com a produtora *Teresa Guilherme* e a forte concorrência que, naquelas horas, havia noutros canais que tinham, há alguns anos, programas semelhantes afastaram a actriz do programa.

5. Entre a (re)políticação e a espectacularização do espaço público mediatizado

5.1. O PAP em 2003

Um protocolo RTP/SIC/TVI, uma nova Lei da Televisão, uma outra para o financiamento do serviço público de radiodifusão, ainda outra sobre a reestruturação do sector empresarial do Estado na área do audiovisual e um novo Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão são documentos que, em 2003, reconfiguram o audiovisual, fazendo deste período um dos mais fortes na intervenção do Governo no campo televisivo desde o aparecimento da TV privada no nosso país. Não se pode afirmar que estas políticas de comunicação tiveram uma grande visibilidade nos ecrãs, mas marcam novos rumos no PAP.

Em Dezembro de 2002, o Governo havia tornado público um texto intitulado “*Novas Opções para o Audiovisual*” em que se anunciavam medidas concretas para os *media* de serviço público que se considerava estarem numa “*crise de identidade, de estratégia, de organização e de integridade, conjugadas com uma gravíssima situação financeira*”⁴³⁷. Desenhava-se aí um modelo de financiamento para o sector público de televisão que é regulamentado pela Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto, que prevê como fontes financiadoras as indemnizações compensatórias, uma renascente taxa (“*Contribuição para o Audiovisual*”) e as receitas publicitárias, sendo estas últimas “*afectas ao serviço da dívida consolidada e, posteriormente, a novos investimentos, não sendo utilizáveis para financiar a sua exploração corrente*” (art. 1º). No que diz respeito aos encargos, fixa-se uma previsão “*num horizonte plurianual, com duração de quatro anos*”, devendo-se “*identificar, além dos custos totais para o período de quatro anos, a parcela anual desses encargos*”. Evidencia-se aqui um cuidado particular em controlar as despesas do operador público, estipulando-se ainda “*a impossibilidade de endividamento adicional pelo operador, excepto em situações devidamente autorizadas pelo accionista Estado*”. Esta política da comunicação centrada na contenção dos custos é reforçada no Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão assinado em Setembro de 2003. Para além de destinar o dinheiro dos espaços publicitários da RTP à amortização da dívida da empresa pública (calculada em mil milhões de euros) ou a novos investimentos, decidiu-se também encurtar os intervalos comerciais para seis minutos e meio por hora, enquanto o canal dois continuaria apenas com publicidade institucional. Seria esta uma forma de retirar a RTP das guerras comerciais, garantindo, por outro lado, um

⁴³⁷ Neste documento apresentavam-se algumas medidas em curso na RTP: a extinção da Direcção-Geral de Antena, estabelecendo-se a autonomia entre a Direcção de Informação e a Direcção de Programas; a redução dos custos da grelha; a diminuição do número de funcionários, a liquidação da RTC, da FOCO e da Edipim; a alienação da “*TV Guia*”, a aquisição da totalidade da NTV e a liquidação da dívida ao ICAM referente à taxa de publicidade. Em anexo, juntava-se um documento do operador público com algumas alterações na área dos conteúdos: a estabilização da grelha; o cumprimento de horários; a criação de *Prós e Contras* como “*um espaço de debate por excelência da televisão em Portugal*”; a colocação em antena da série *O Processo dos Távoras*; a reformatação de *A Praça da Alegria*, a criação de novos espaços de jornalismo, a fixação de uma duração para o *Telejornal*; e a criação de linhas de programação especial. Algumas dessas mudanças tornar-se-ão visíveis ao longo de 2003.

maior volume de receitas publicitárias aos canais privados que, por seu lado, se disponibilizavam a cumprir contrapartidas fixadas num protocolo assinado a 21 de Agosto de 2003. Nele, a SIC e a TVI comprometiam-se a apoiar e a financiar a produção independente, a ceder conteúdos para os canais internacionais, a promover uma programação cultural e a apoiar públicos com dificuldades auditivas.

Um dia depois da assinatura desse protocolo RTP/SIC/TVI, era publicada, no “*Diário da República*”, uma nova Lei de Televisão (Lei n.º 32/2003, de 22 de Agosto) que apresentava obrigações genéricas para todos os canais e uma nova regulação em matéria de conteúdos. De acordo com o artigo 24.º, nenhum operador deverá permitir a emissão, em sinal aberto, de programas que coloquem em causa a dignidade da pessoa humana e os direitos fundamentais, que contenham pornografia, que incitem à violência gratuita, ao ódio, ao racismo e à xenofobia. Estas obrigações são retomadas no artigo n.º 30, que obriga os canais de TV a adoptarem uma “*ética de antena*”. Este novo enquadramento legal do audiovisual reforça o regime sancionatório aplicável à actividade televisiva, considerando-se como “*contra-ordenação muito grave*”, por exemplo, a inobservância do artigo n.º 24, acima citado, prevendo-se, para isso, uma punição “*com coima de 75.000 a 375.000 euros e a suspensão da transmissão do serviço de programas*”. É no capítulo IV, reservado ao “*serviço público de televisão*”, que a Lei é mais precisa nos conteúdos esperados desse operador, enfatizando-se de modo particular as obrigações no campo da informação. Precisamente um mês depois da publicação da Lei da Televisão, a 22 de Setembro de 2003, o Estado e a RTP assinam um novo Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão⁴³⁸. Logo nos considerandos, traça-se o modelo de programação e o posicionamento editorial de um operador público:

- “*ser uma fonte de programas alternativa à televisão comercial*”;
- “*satisfazer as múltiplas necessidades culturais, educativas e recreativas dos diversos públicos*”;
- “*desenvolver uma programação pluralista, inovadora e variada, que responda a elevadas normas éticas e de qualidade e que não sacrifique esses objectivos às forças do mercado*”;
- “*proporcionar uma informação imparcial, independente, esclarecedora e pluralista, que suscite o debate e que exclua a informação-espectáculo e o sensacionalismo*”.

⁴³⁸ É segunda vez, depois do aparecimento da TV privada, que se procede à reformulação do Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão. A primeira aconteceu em Dezembro de 1996 e a principal emenda situou-se ao nível do próprio conceito de *serviço público*, circunscrito no contrato de Março de 1993 a um conjunto de obrigações específicas e estendido, a partir de 1996, a toda a programação dos canais públicos.

5.2. A programação dos canais generalistas: “A TVI marca o ritmo”

5.2.1. RTP: uma alternativa aos canais privados

Se as iniciativas legislativas que incidem particularmente no audiovisual público aparecem no segundo semestre de 2003, no início desse ano a RTP começa a dar sinais de alguma renovação, desde logo pelo *slogan* em que se anunciava que “a televisão pública está a mudar”. Não se trata, no que concerne à oferta televisiva, de uma mudança radical e nem isso seria exigido a uma Direcção que tomara posse há menos de meio ano. Na apresentação da temporada da Primavera, o presidente do CA da RTP, Almerindo Marques, defende que existiria já “*melhor serviço público, com menos custos*”. O director de Programas, Luís Andrade, fala reiteradamente no abandono da contra-programação (“*TV Guia*”, n.º 1250, Janeiro de 2003; “*Público*” 25 de Setembro de 2003); o director-adjunto, Nuno Santos, insiste em referir-se à grelha do canal público generalista como uma alternativa à oferta dos privados, desvalorizando a luta pelas audiências (“*TV 7 Dias*”, n.º 857, Agosto de 2003; “*Público*”, 11 de Outubro de 2003). Ainda que este último responsável pela programação da RTP tenha afirmado à edição de 6 de Fevereiro de 2003 do “*Público*” que “2004 é o ano em que se fazem as contas”, a verdade é que, ao longo de 2003, a RTP vai registando valores audimétricos que a retiravam de uma zona sombria⁴³⁹. Essa subida do número de telespectadores é tributária não do aparecimento de novos programas, mas de uma filosofia de programação diferente daquela que tinha estado a ser seguida nos últimos anos.

Na verdade, em 2003, não se encontram muitas novidades na oferta televisiva do canal generalista público. Talvez a mais expressiva seja a ocupação do segmento horário a seguir ao *Jornal da Tarde* por um magazine, *Portugal no Coração*, que, a partir de Fevereiro, aparece em continuidade com *A Praça da Alegria*. Paralelamente à programação que tinha estado a ser apresentada como alternativa às estações privadas, o canal generalista público beneficia, no primeiro semestre do ano, da rápida resposta e permanente acompanhamento à guerra no Iraque. A RTP foi considerada a única televisão do mundo a transmitir em directo o primeiro ataque americano, através do trabalho desenvolvido no Kuwait pelos repórteres Carlos Fino e Nuno Patrício. Ainda que o público se aproximasse das estações privadas para assistir a programas de entretenimento, era preferencialmente o canal público que sintonizava para se informar sobre aquilo que estava a acontecer, nomeadamente na região do Golfo. Segundo dados da Marktest, no *top 10* dos programas mais vistos em 2003, o *Telejornal* é o único programa que consta dessa lista, para além dos jogos de futebol. Ao longo do ano, a informação diária da RTP reuniu altos índices de audiência, apesar de o canal generalista público perder um *share* substancial quando terminava o *Telejornal*.

⁴³⁹ Em Janeiro, a RTP registou a mais alta audiência média desde Setembro de 2000, altura em que a TVI começou a emitir o *Big Brother* (“*Público*”, 5 de Fevereiro de 2003); a 21 de Março reuniu um *share* que não registava desde meados dos anos 90 (“*Público*”, 22 de Março de 2003); e a 17 de Dezembro alcançou o segundo melhor *share* diário desde 1 de Setembro de 2000 (“*Público*”, 19 de Dezembro de 2003).

Ainda que não apresentasse grandes novidades na oferta televisiva, a RTP adoptou no início de 2003 uma nova estratégia de programação, intitulada *12 Meses, 12 Temas*⁴⁴⁰. Em cada mês, haveria uma temática específica, transversal a toda a grelha (noticiários, entrevistas, magazines, filmes, etc.). Com isso, mais do que absorver influências exteriores ou acompanhar uma agenda predeterminada por certas instituições, o operador público escolheria, ele próprio, aquilo a que daria visibilidade. Poderia ser esta uma forma de o pequeno ecrã reflectir e reconfigurar a vida de todos os dias do cidadão comum, mas a intersecção dos temas propostos com o campo jornalístico não foi muito explícita para as audiências, na medida em que os programas de informação optaram mais por seguir o critério da actualidade, nomeadamente a política, como veremos à frente. Anunciada para o período de um ano, esta iniciativa apenas perdura durante o primeiro semestre de 2003⁴⁴¹.

No que diz respeito à informação semanal em período nocturno, mantém-se praticamente inalterado o desenho do ano anterior, mas em 2003 é a RTP1 quem soma semanalmente mais emissões, quando comparada com os outros canais: emissões especiais, ditadas pela actualidade e que decorrem frequentemente em espaços exteriores às instalações da RTP. (*Operação Especial*); um debate (*Prós e Contras*); um programa de desporto (*Fora de Jogo*) um programa de entrevista e outro de reportagem, que alternam à 5.ª feira (*Grande Entrevista e Grande Repórter*). Este último género viria a ser substituído, a partir de Novembro, por um outro debate, intitulado *Estado da Nação*⁴⁴². Corresponderiam estas emissões a um investimento acrescido na informação semanal? Não. Se neste período o operador público se torna mais visível neste tipo de programação, tal acontece devido ao desinvestimento das estações privadas, nomeadamente da SIC, neste campo. Excepto *Estado da Nação*, que aparece em Novembro de 2003, os restantes programas transitam da grelha do ano anterior.

5.2.2. SIC: uma oferta que se desenha a partir do interesse do público

Novelas brasileiras da Rede Globo, formatos de humor em português, concursos de música centrados no *casting* e programas que dão voz a quem se diz vítima de injustiças sociais constroem, em 2003, parte do segmento nocturno da SIC aberto pelo *Jornal da Noite*. Esta oferta televisiva não será uma clonagem da grelha da TVI, mas desenvolve-se na mesma linha de atracção das audiências: a das emoções, através das quais se pretende criar um elo afectivo com o público. É nesta filosofia de programação que aparece em Setembro *Ídolos*, que procura aproximar o telespectador de actores (jovens à procura de visibilidade mediática) que se apresentam em espectáculo (do corpo ou de voz) dentro do ecrã.

⁴⁴⁰ Esta não foi uma ideia original da RTP. Em 1999, o canal espanhol Telecinco colocou no ar uma série de *spots* sob o lema *12 Meses, 12 Causas*, através dos quais se pretendia chamar a atenção para problemas sociais. Deles resultou a atribuição anual de galardões que distinguiam instituições e pessoas individuais que se evidenciavam na ajuda aos outros.

⁴⁴¹ Na primeira metade do ano, destacaram-se “*As dependências*” (Janeiro); “*Os nossos casos de sucesso*” (Fevereiro); “*As nossas famílias*” (Março); “*A sexualidade*” (Abril); “*As doenças do nosso tempo*” (Maio); e “*O nosso corpo*” (Junho).

⁴⁴² Este programa não integrará a nossa análise de temas e convidados devido à opção que fizemos em seleccionar programas que estivessem em antena há, pelo menos, três meses.

Ao longo do ano, a SIC foi desenhando um horário nobre vocacionado essencialmente para o entretenimento, apresentando, por vezes, formatos que alcançam assinalável destaque. Não será propriamente uma novidade deste canal a aposta em conteúdos de humor, mas o programa que surge a 6 de Janeiro introduz uma certa inovação na PAP. *Levanta-te e Ri* é uma emissão de *stand up comedy*, feita em directo de um ambiente de clube nocturno, com comediantes convidados, havendo ainda um espaço para piadas gravadas na rua com gente anónima. É para as emoções que este programa nos remete, tal como as telenovelas que preenchem o *prime-time* do canal. Em Março, a SIC faz surgir em horário nocturno um novo filão de programas, desta vez vocacionado para temas esotéricos. É neste âmbito que se integram *Do Outro Mundo* (aparece a 6 de Março e prolonga-se até 5 de Junho) e *O Sono da Verdade* (surge a 29 de Março e termina a 20 de Setembro) que trazem a estúdio conversas e experiências à volta do sobrenatural e da hipnose. Interessa aqui o que está para além do real ou as vivências que poderiam ser reactualizadas através de processos de regressão, sem disso os próprios actores terem consciência. Numa resposta à 4.^a edição do *Big Brother* na TVI e à 2.^a edição da *Operação Triunfo* na RTP, a SIC estreia a 5 de Setembro um formato da empresa *Fremantle Media* chamado *Ídolos*, um programa semelhante à OT do canal público, o que é sublinhado pelo director-adjunto de Programas da RTP, Nuno Santos, e negado pelo director de Programas da SIC, Manuel Fonseca (“*TV 7 Dias*”, n.º 863, de Outubro de 2003). Mais do que descobrir novos talentos de música – um propósito reiteradamente apontado pelos responsáveis e apresentadores das emissões – o objectivo deste formato é rentabilizar audiências. Em entrevista à “*TV 7 Dias*” (n.º 863, de Outubro de 2003), Manuel da Fonseca afirma o seguinte: “*Os ‘Ídolos’ permitem-nos estabelecer uma relação directa com os espectadores. É uma porta aberta à opinião e ao voto, o que, no final, fará com que alguns milhões de espectadores sintam que foram eles a fazer o programa*”. Eis aqui o exemplo da terceira fase da televisão de que fala Eliseo Veron (2002). Se das audiências se espera uma participação que complete a produção de determinado programa, torna-se obrigatório construir permanentes elos de ligação com os diversos públicos, facilitado se os conteúdos promoverem uma registo de afectividade. Dentro e fora do ecrã.

Em termos de informação semanal emitida em período nocturno, neste período a SIC apenas tem no ar *Hora Extra*, que estreara em 2002. Coordenado e apresentado por uma jornalista com uma vasta experiência neste género de emissões, este programa constitui-se como uma janela aberta à discussão de temas diversificados, com convidados de perfil variado, mas a Direcção da SIC não o dirigiu ao grande público, colocando-o sempre num horário depois da meia-noite. Interrompido em Junho para férias, já não regressou na temporada de Outono. No seu lugar, apareceram alternadamente *Grande Reportagem* e *País em Directo*⁴⁴³. Antes do ano terminar, ambos os programas são incluídos no *Jornal da Noite* de fim-de-semana⁴⁴⁴.

⁴⁴³ O primeiro ressurge a 22 de Outubro e termina a 19 de Novembro, contando apenas três emissões; o segundo aparece a 29 de Outubro e desaparece a 10 de Dezembro.

⁴⁴⁴ *Grande Reportagem* é emitida no noticiário de domingo e resulta de um trabalho feito em parceria com a revista “*Visão*”, um título do mesmo grupo a que pertence a SIC, a Impresa. *O País em Directo* ganha um outro formato e um outro nome: é encurtado,

Num misto de informação e entretenimento, a SIC cria, no início de 2003, três novos formatos centrados em pessoas a quem se reconhece o estatuto de vítimas, em relação às quais a televisão pretende assumir uma função reparadora de injustiças sociais. Em Janeiro, aparecem *Bombástico* (dia 10), *Escândalos e Boatos* (dia 21) e *O Crime não Compensa*⁴⁴⁵ (dia 28), programas feitos por produtoras externas que colocavam semanalmente no ecrã convidados que davam conta de situações que consideravam injustas, apontando aqueles que julgavam serem os respectivos culpados, apesar de estes estarem sempre ausentes do ecrã. Não se trata aqui de uma oportunidade de *pensar* casos de injustiça social, mas, sobretudo, de ressaltar o *sentir* daqueles que falam. Sem uma longevidade assinalável, este género de programação, enquanto se manteve em antena, suscitou uma acesa polémica, nomeadamente o *Bombástico*, que encontrou na classe dos juízes uma severa oposição quanto à forma como era conduzido o programa. Estas emissões, apresentadas por profissionais da televisão sem carteira de jornalista, não poderão naturalmente integrar-se naquilo que se entende por informação televisiva: não seguem critérios jornalísticos, violam sistematicamente o princípio do contraditório e ultrapassam com bastante frequência princípios éticos, nomeadamente quando incitam os convidados a falarem de experiências íntimas, acusando terceiros ausentes dos *plateaux*. No entanto, foram estes formatos que a SIC colocou no remate do horário nobre, subtraindo com eles o espaço para outro tipo de realidade: aquele que o jornalismo constrói com regras específicas.

5.2.3. TVI: uma grelha que avança (mais) em direcção ao espaço privado

Em 2003, a TVI retoma a engenharia de programação adoptada nos dois anos anteriores, nomeadamente no segmento do *prime-time* que se constrói essencialmente com o *Jornal Nacional* e com ficção nacional, à qual se junta, a partir de 31 de Agosto, mais uma edição do *Big Brother*. Para além das telenovelas, este canal continua a apostar em séries faladas em português, recorrendo, por vezes, a formatos internacionais, como é o caso de *Ana e os Sete*, que comprou à RTVE. Todavia, é a produtora NBP a principal fornecedora deste tipo de conteúdos, construídos a partir de uma sinopse simples que se desenvolve em várias cidades do país⁴⁴⁶, promovendo-se, assim, uma proximidade a públicos que habitam diferentes regiões. É também uma produtora externa ao canal (a Endemol) a responsável por aquilo que foi para a TVI a “locomotiva” da sua grelha: o *Big Brother*, cuja edição de 2003 se apresenta mais arrojada do que as anteriores. Antecipando-se a formatos similares dos outros canais, o BB4 estreia no último dia de Agosto a

passa a chamar-se *Nós por Cá* e integra peças que chamam a atenção para situações que merecem ser revistas: património degradado, comportamentos inesperados e reprováveis de certos profissionais...

⁴⁴⁵ *Escândalos e Boatos* e *O Crime não Compensa* alternavam quinzenalmente no mesmo horário, ambos eram produzidos por Ediberto Lima, o mesmo produtor de *O Bar da TV*, e faziam parte de um projecto que se intitulava *Terça em Grande*.

⁴⁴⁶ Concentrando-nos apenas em 2003, a ficção nacional apresentada pela TVI teve como cenário diferentes lugares do nosso país. *Coração Malandro* foi gravado em Lisboa e no Piódão; *Saber Amar*, em Lagos; *Ana e os Sete* e *Olá Pai*, em Lisboa; *Morangos com Açúcar*, em Cascais e em Sintra; *O Teu Olhar*, na Figueira da Foz e em Coimbra; *Queridas Feras*, em Évora e em Montemor-o-Novo.

fim de neutralizar as audiências que as emissões concorrentes pudessem reunir e promete ir mais além na exploração da vida íntima dos concorrentes do que aquilo que acontecera num passado recente. O *slogan* escolhido para esta edição é a garantia de que os concorrentes “vão pôr tudo a nu”.

Em entrevista à edição n.º 853 da “*TV 7 Dias*”, o director-geral da estação, José Eduardo Moniz, afirma ter “*uma programação que marca o ritmo e eles (os outros canais) reagem*”. Isso não significa uma desatenção à oferta televisiva concorrente. Se nos anos anteriores sobressai uma atenção particular à SIC, em 2003 esse cuidado estende-se igualmente à RTP1, que reúne mais audiência no período matinal em que apresenta *Bom Dia Portugal* e *A Praça da Alegria*. Se este último programa compete com *SIC 10 Horas* e *Olá Portugal* (na TVI), a emissão informativa que faz o arranque da grelha do canal público não tem, em 2003, uma concorrência directa nas outras estações generalistas⁴⁴⁷. Pelo menos até 27 Outubro, altura em que a TVI ocupa as primeiras horas do dia com o *Diário da Manhã*⁴⁴⁸. É na procura do interesse do público que este novo formato se desenvolve a fim de retirar alguma audiência que a RTP1 capitalizava durante a manhã, principalmente com *A Praça da Alegria*⁴⁴⁹.

A informação semanal continua a ser desvalorizada na TVI. No início de 2003, estreia-se, em horário tardio, um formato que, não sendo jornalístico, desenha em estúdio um espaço televisivo ocupado por protagonistas de actos brutais sobre terceiros e por vítimas de agressões de vária ordem. *Eu Confesso* surge, assim, para dar visibilidade a autores de crimes graves que, em estúdio, são confrontados com aqueles que agrediram ou com os respectivos familiares. Porque o que importa são as emoções e a forma como elas podem ser integradas num Estado de Direito, a produção do programa secunda esses actores por um painel constituído por especialistas ligados à Psicologia e ao Direito Criminal. Também em Janeiro, há um programa que transita no segmento horário de final de tarde para o período nocturno: *Vidas Reais*, um formato construído através de depoimentos de convidados que, em televisão, falam essencialmente de vivências privadas que se cruzam com a intimidade de terceiros que, em estúdio, são (ou aparentam estar) surpreendidos pelos relatos que ouvem. O insólito, o estranho e o escândalo são traços que atravessam narrações criadas em estúdio, sem que os respectivos autores manifestem qualquer arrependimento ou qualquer vontade de reconstituir uma normalidade quebrada por comportamentos reprováveis. É a palavra “pornográfica” e ofensiva da imagem de terceiros que os convidados colocam em cena, criando através dela

⁴⁴⁷ Depois do aparecimento do *Bom Dia Portugal* na RTP, a SIC cria para esse segmento horário um programa semelhante que, entretanto, desaparece da grelha.

⁴⁴⁸ Admitindo semelhanças com o *Bom Dia Portugal* da RTP, José Eduardo Moniz assegura que a nova aposta do seu canal comporta “*diferenças*”. Uma das que ressaltam é a apresentação conjunta de Henrique Garcia e Júlia Pinheiro. O primeiro, jornalista e director de Informação, ocupa-se de assuntos noticiosos; a segunda, directora de Programas, tem a seu cargo tópicos como a informação meteorológica, o trânsito, temas das revistas cor-de-rosa... Ambos os apresentadores interagem lado a lado; ambos conversam com convidados que vêm a estúdio pelas mais diversas razões, esbatendo-se, desse modo, fronteiras entre o que é a informação e o que pertence ao entretenimento.

⁴⁴⁹ Em Setembro, Manuel Luís Goucha, que, durante anos, apresentou *A Praça da Alegria*, rescinde o contrato com a RTP e transfere-se para a TVI, onde começa a apresentar o *Olá Portugal*, um formato idêntico àquele que tinha nas manhãs da estação generalista de serviço público. Acreditava-se que sua transferência para o canal privado arrastaria consigo grande parte das audiências que reunia no canal público, o que, na verdade, não veio a acontecer.

um “espectáculo” que apenas sobrevive pelo (estranho) exibicionismo daquele que fala. Poderia esse ser um retrato de uma realidade do espaço público contemporâneo, se os interlocutores em estúdio não representassem papéis previamente estabelecidos. Essa encenação máxima da palavra é ocultada da audiência, que vê o programa adoptando um protocolo de leitura fixado no próprio título das emissões.

Quadro 18: Programas de informação semanal dos canais generalistas em 2003

Programas	Canal	Jan	Fev	Mar	Abril	Mai	Jun	Jul	Agosto	Set	Out	Nov	Dez
<i>Prós e Contras</i>	RTP	■	■	■	■	■	■	■			■	■	■
<i>Grande Entrevista</i> ⁴⁵⁰	RTP	■	■	■		■	■	■		■	■	■	■
<i>Grande Repórter</i> ⁴⁵¹	RTP	■		■	■	■	■	■	■				■
<i>Fora de Jogo</i>	RTP	■	■	■	■	■							
<i>Hora Extra</i>	SIC	■	■	■	■	■	■						
<i>O Crime Não Compensa</i>	SIC	■	■	■	■	■	■						
<i>Escândalos e Boatos</i>	SIC	■	■	■									
<i>Bombástico</i>	SIC	■	■	■									
<i>Eu Confesso</i> ⁴⁵²	TVI	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	■

Fonte: Markttest

5.3. Programas de informação: quem fala do quê nos *plateaux* televisivos

⁴⁵⁰ Tem periodicidade irregular.

⁴⁵¹ Tem periodicidade muito irregular. Consideramos aqui as emissões de *Grande Repórter Especial*.

⁴⁵² Tem periodicidade irregular.

5.3.1. A revitalização dos políticos no espaço público que a RTP1 promove

Em 2003, a informação semanal da RTP1 abre janelas para temas do quotidiano, através de discussões sobre temas sociais diversos. Faz várias vezes isso em *Grande Repórter* e, principalmente, em *Operação Especial*. No entanto, os programas de informação semanal do canal público generalista constituíam-se mais como micro-espacos centrados na agenda política e, sobretudo, em actores políticos, interpelados sobre questões diversas. Ministros, deputados ou destacados militantes dos partidos, principalmente aqueles que pertenciam às forças políticas mais representadas no Parlamento, são os que têm mais visibilidade. É com eles que o operador público desenha a sociedade portuguesa, um esboço feito sobretudo ao nível da palavra, já que a maior parte dos cenários não reflectia os lugares do poder político. Pelo contrário. Nas entrevistas, o estúdio devolvia-nos um ambiente intimista, com uma decoração minimalista que fazia sobressair o entrevistado. Nos debates, privilegiavam-se espacos abertos divididos em partes assimétricas: na mais ampla sentavam-se os convidados principais; nas margens alguns especialistas e o público cujas intervenções serviam para explicar e ilustrar o que era dito ou interpelar os intervenientes centrais. Este tipo de disposição formal está bem longe de uma certa ideia democrática de participação na *res publica*.

É em *Debate da Nação* que a RTP1 mais se identifica com o hemiciclo. Sem transpor para o pequeno ecrã o desenho de um parlamento, o dispositivo cénico transforma o estúdio numa espécie de sala de discussão de assuntos políticos. À volta de uma mesa que ocupa um lugar central, senta-se um painel fixo, composto por representantes de várias sensibilidades partidárias (todos homens) cujas intervenções são moderadas pelo jornalista José Alberto Carvalho. Ao fundo, e num lugar secundário, situa-se uma bancada preenchida com cidadãos anónimos que apenas têm direito à palavra quando interpelados pelo moderador, que lhes cede pontualmente um microfone para curtas intervenções. Confrontado com a pergunta se este programa seria “*a sua cara*”, o moderador responde que este formato “*é a cara da RTP*” (“*TV 7 Dias*”, n.º 870, Novembro de 2003). Com este formato, a Direcção de Informação da RTP pretendeu fechar uma polémica aberta pelos partidos com menor representatividade parlamentar, que contestavam as presenças de Pedro Santana Lopes, do PSD, e de José Sócrates, do PS, como comentadores políticos da edição de domingo do *Telejornal*. O *Debate da Nação* mantinha em antena o comentário político, mas feito por representantes dos partidos com assento parlamentar – PSD, PS, PP, PCP e Bloco de Esquerda. Se pelo cenário será difícil identificar a emissão com o hemiciclo, já pelo título escolhido, pelo painel fixo de convidados e pelas temáticas discutidas, *Debate da Nação* constituía-se como um espelho do Parlamento onde se reflectia a agenda política da semana.

Tendo herdado de *Gregos e Troianos* o cenário de um formato mais vocacionado para o entretenimento, *Prós e Contras* tenta conjugar semanalmente aquilo que pretende ser o debate de um tema de

interesse público com um espaço cénico que dificilmente se adapta a esses objectivos. Por outras palavras, procura-se equilibrar aquilo que a apresentadora quer que seja “*um programa aberto à actualidade, aos temas que preocupam a sociedade e de esclarecimento geral*” (“*TV 7 Dias*”, n.º 814, Outubro de 2002) com uma sala de espectáculos, dividida em dois espaços distintos: um amplo palco ocupado por seis convidados (três que apoiam e três que contestam a pergunta que dá mote à emissão) e uma vasta plateia onde se misturam convidados a quem se pede uma participação pontual com dezenas de pessoas sem qualquer direito à palavra. Se nem todas as problemáticas podem ser formuladas numa pergunta cuja resposta seja “sim” ou não”, também é complicado estabelecer uma linha de continuidade entre os que ocupam o palco e os que se sentam na plateia. Da moderadora exige-se uma gestão equilibrada das intervenções dos convidados centrais (sentados no palco). Pelo exíguo tempo dado a quem está na assistência e por aí sentar alguns especialistas, *Prós e Contras* subtrai várias vezes a vertente explicativa do debate. Também aqueles que ficam com o papel de apresentar testemunhos pessoais paradigmáticos daquilo que se discute dispõem de pouco tempo para falar das suas experiências, perdendo-se, desse modo, vivências que certamente importaria ouvir para re-direccionar as discussões. Partindo de uma pergunta genérica em relação à qual os convidados se posicionam antes do debate ter início, este programa resulta, em grande parte, de opções feitas a montante da emissão.

Esperar-se-ia que a escolha dos temas e a selecção dos convidados conferissem semanalmente alguma diversidade à discussão. Analisando as emissões de 2003, conclui-se que o campo privilegiado foi a política donde saíram os convidados mais assíduos. A maior parte, homens. Embora o formato permita conversas sobre temas variados, ao longo desse ano a pergunta que deu mote ao programa foi muitas vezes formulada sob o ângulo da actuação do Estado, sendo várias as emissões que colocaram explicitamente o poder político como alvo das reflexões feitas pelo pequeno ecrã⁴⁵³. A religião, a saúde, a educação, a actualidade internacional e a macro-economia foram campos a que *Prós e Contras* deu igualmente prioridade, perspectivando-os a partir de questões globais. A vida em sociedade não foi valorizada neste debate. No Quadro 19 figuram seis emissões, que resultam de uma classificação até certo ponto forçada, na medida em que as três emissões dedicadas ao futebol⁴⁵⁴ e outras tantas consagradas àquilo que se consideraram as imagens que temos do nosso país⁴⁵⁵ partiram de questões que ultrapassavam uma discussão onde o cidadão comum pudesse sentir-se parte efectiva e tiveram como convidados centrais actores que, pelo seu perfil profissional, arrastaram a conversa para um nível institucional.

⁴⁵³ Perguntou-se, a 3 de Fevereiro, se “*o Estado deve exercer maior controlo sobre os conteúdos de televisão*”; a 17 de Fevereiro, se “*a actual política económica está a provocar uma crise social no país*”; a 17 de Março, se “*o Governo está a resolver o problema dos portugueses*”; a 27 de Maio, se “*o poder local serve bem os portugueses*”; a 1 de Julho, se “*será esta a reforma de que a nossa Administração Pública precisa*”; a 8 de Julho, se “*o Estado da Nação é bom ou mau*”; a 8 de Dezembro, falou-se da “*política cultural*”; a 15 de Dezembro, destacou-se “*a actual política de imigração*”.

⁴⁵⁴ A 20 de Janeiro, discutiu-se se “*o futebol português precisa de um código de ética*”; a 24 de Junho, “*se temos condição para o sucesso do Euro 2004*”; e a 28 de Outubro, a crise financeira e desportiva do Benfica.

⁴⁵⁵ A 6 de Janeiro, a pergunta do programa foi: “*Vai ser um ano bom ou mau para Portugal?*”; a 10 de Fevereiro discutiu-se se “*existe uma crise de valores na sociedade contemporânea*”; a 10 de Novembro procurou-se saber “*como o mundo vê Portugal*”.

<i>Prós e Contrás</i>	62	18	17	6	11	6	9	5	5	-	8	16	1
<i>Grande Entrevista</i>	10	2	-	2	1	1	2	-	1	1	3	-	1
Total	72	20	17	8	12	7	11	5	6	1	11	16	2

Constituindo-se como convidados privilegiados das entrevistas e dos debates do canal generalista público, os políticos não tiveram o mesmo grau preferencial. No que diz respeito à *Grande Entrevista*, foram os governantes que o programa de Judite de Sousa mais convidou (5 vezes), seguindo-se-lhes os políticos do PS (2), os autarcas (2) e os militantes do PSD (1). Mais equilibrado na selecção das várias sensibilidades partidárias, mas excessivamente tributário do perfil político, *Prós e Contrás* convidou 12 membros do Governo PSD, 11 militantes sociais-democratas (o que fez 23 pessoas), 23 militantes do PS, 6 do PCP, 4 do PP, 3 do Bloco de Esquerda e 3 autarcas. E mesmo quando as questões extravasavam a actuação do Governo ou da Assembleia da República, a presença de políticos como convidados centrais des-localizava a conversa para esse campo⁴⁵⁶. Embora este debate se tivesse concentrado em actores políticos, houve emissões – não muitas, sublinhe-se – que os excluíram. Por exemplo, quando se analisou se “*a alimentação dos portugueses é um problema de saúde pública*” (27/6), criando-se um painel com médicos, psicólogos e pessoas que confessavam ter maus hábitos alimentares; ou quando se elegeu o Benfica como tema e se discutiu com os sócios o futuro do clube numa altura de eleições para a respectiva Direcção (28/10).

Prós e Contrás procurou igualmente os seus convidados nas principais instituições do país, representando os interlocutores a elas ligados o apoio e a oposição à temática em debate. Por isso, a seguir aos políticos, os grupos mais interpelados foram os detentores de cargos (18), os académicos (17) e os representantes de associações e sindicatos (16). Para além dos professores universitários, as profissões mais visíveis no palco de *Prós e Contrás* foram os jornalistas (11), os médicos/psicólogos (9), os economistas/empresários (6) e os juristas (6). Os actores das indústrias culturais, nomeadamente os interlocutores mais mediáticos das áreas do cinema, literatura, comunicação e música, também tiveram um certo destaque (8). No que diz respeito aos sindicatos e associações, sublinhe-se a tendência que *Prós e Contrás* manifestou em trazer para o debate representantes das principais organizações desportivas (Benfica, Liga de Clubes...) e de profissões com certo estatuto social (Ordem dos Médicos, Ordem dos Arquitectos...). A classe trabalhadora é representada por membros da UGT e da CGTP, as duas estruturas mais conhecidas

⁴⁵⁶ A 6 de Janeiro, para discutir se 2003 “*vai ser um ano bom ou mau para Portugal*”, convidaram-se Pacheco Pereira, Rui Rio, Medina Carreira, Manuel Maria Carrilho, Fernando Rosas e Ruben Carvalho; a 27 de Janeiro, para a pergunta se “*estamos a educar bem os nossos filhos*”, os convidados com maior destaque foram o ministro da Educação, David Justino, e a deputada do PS Ana Benavente; a 24 de Fevereiro, tentou-se perceber se “*existirá uma obsessão anti-americana entre os europeus*” com um painel central onde estavam Daniel Proença de Carvalho e Luís Filipe Menezes (ambos do PSD), Ana Gomes (do PS) e Miguel Portas (do BE); a 10 de Março, Maria José Nogueira Pinto (CDS/PP), Maria de Belém e Helena Roseta (ambas do PS) procuraram, juntamente com mais três mulheres, responder se “*deveríamos intervir mais activamente em prol da igualdade entre homens e mulheres*”; a 21 de Março, para perceber se “*a intervenção no Iraque representa o fim das Nações Unidas*”, chamaram-se para o palco do debate Paulo Teixeira e Duarte Lima (do PSD), Adriano Moreira (do CDS/PP), Manuel Maria Carrilho (do PS), aos quais se juntaram o jornalista Mário Bettencourt Resende e o embaixador José Cutileiro.

da opinião pública que, simbolizando uma certa oposição à ordem dominante, acabavam por a reproduzir, na medida em que detêm mais representatividade/poder sindical.

Ainda que grande parte dos convidados de *Grande Entrevista* pertencesse ao campo político, houve um número significativo de entrevistados oriundos de outros universos. Na primeira metade do ano, isso deveu-se, por um lado, ao projecto *12 Meses, 12 Temas* no qual estava envolvida a coordenadora do programa que era também subdirectora de Informação da RTP e, por outro, a uma linha editorial que seguia de perto a actualidade noticiosa. Assim, em Janeiro, no âmbito do mote do mês (“*as dependências*”), Judite de Sousa entrevistou o presidente do Instituto da Droga e Toxicoddependência (9/1); seguindo a (f)actualidade, convidou Leonor Matos, a mãe de Eduardo Silva, assassinado no ataque de Ambriz (22/1). Em Fevereiro (dedicado aos “*nosso casos de sucesso*”), a apresentadora de *Grande Entrevista* voltou a misturar os dois vectores acima apontados: entrevista Simone de Oliveira a propósito dos seus 45 anos de carreira (13/2) e conversou com quatro mulheres conceituadas no campo da economia e desconhecidas da opinião pública (20/2). Esta atenção a actores exteriores ao campo político foi retomada de forma mais sistemática em Outubro, altura a partir da qual Judite de Sousa aproveitou acontecimentos culturais realizados/a realizar em Portugal para conversar com os respectivos protagonistas. Não se tratou aí de momentos em que o pequeno ecrã evidenciou campos sociais que estavam na sombra, como aconteceu na primeira parte do ano, mas de espaços que, aproveitando a visibilidade dos factos, faziam um outro enquadramento deles ou os completava com outros ângulos. Foi assim que Judite de Sousa falou com o cantor baiano Gilberto Gil (também ministro da Cultura), que estava em Portugal para fazer um concerto com Maria Bethânia (2/10); com o cardeal D. José Policarpo, que participaria nas comemorações do 25.º aniversário do pontificado do Papa João Paulo II (16/10); com o escritor peruano Mário Vargas Llosa, que estava em Portugal para receber um prémio literário (23/10); e com Maria José Morgado, a respeito do lançamento do seu livro *O Inimigo Sem Rosto* (30/10). Não serão estes interlocutores que usualmente integram este género televisivo, mas foi com eles que a directora-adjunta de Informação da RTP deslocalizou o seu programa para áreas que também estruturam a sociedade e para pessoas que, longe da visibilidade mediática, constroem parte da nossa realidade social. Em 2003, *Grande Entrevista* foi também condicionado por um caso que dominou a actualidade noticiosa: o da “Casa Pia”. Através dele, actores ligados à Justiça e à Psiquiatria constituíram-se como recorrentes fontes de informação e integraram naturalmente a lista de convidados de Judite de Sousa⁴⁵⁷.

Quer o programa coordenado por Judite de Sousa, quer o formato conduzido por Fátima Campos Ferreira não destacaram profissionais do sector produtivo, crianças/jovens ou pessoas que assumissem o estatuto de cidadão comum. Se estes últimos ocuparam por uma vez o estúdio de *Grande Entrevista* ou o

⁴⁵⁷ É num enquadramento noticioso centrado na justiça e nos problemas de abuso sexual a menores que se situaram emissões em que os convidados foram: o psiquiatra Allen Gomes (2/7), o juiz Ricardo Cardoso (18/9), o psiquiatra Pedro Strecht (22/10) e a presidente da Comissão Nacional de Crianças em Risco, Dulce Rocha (20/11).

palco de *Prós e Contras*, talvez possamos reconhecer que a sua representatividade terá sido um tanto forçada. No primeiro, temos Leonor de Matos, convidada por Judite de Sousa enquanto mãe de uma vítima do ataque de Ambriz ao qual os *media* deram, na altura, um amplo e prolongado destaque. No segundo, aparece Luís Coimbra, apresentado na qualidade de fumador numa emissão onde se discutiram as recentes “*políticas anti-tabágicas*”, conhecido por pertencer ao PPM ou como membro do painel de comentadores de um popular programa emitido há alguns anos na SIC: *A Noite da Má-Língua*.

5.3.2. Um espaço social televisivo que a SIC constrói à margem dos políticos

Na informação semanal, foi em *Hora Extra* que os temas e actores sociais encontraram um espaço privilegiado, mas este formato não teve a grande valorização na grelha da SIC, que, desde a sua estreia em 2002, nunca lhe deu especial atenção. Atirado para um horário tardio, este programa, o único de informação semanal no segmento nocturno das estações privadas generalistas, percorreu o primeiro semestre do ano mostrando campos sociais diversos através de uma reportagem alargada, seguida de um debate em estúdio que juntava especialistas nos assuntos em destaque com interlocutores que apresentavam testemunhos pessoais. Não foi com pessoas de grande projecção pública que se fez *Hora Extra*, mas, acima de tudo, com interlocutores e realidades nem sempre muito visíveis. Não foi naquilo que usualmente constituiu notícia que se encontraram os tópicos das emissões. Ultrapassando agendas mediáticas e fontes institucionais, o programa da jornalista Conceição Lino circulou pelas margens do espaço público, fazendo daí emergir casos que, descobrir-se-á depois, eram vividos por milhares de pessoas. Casos que afectavam públicos segmentados, que se estendiam a classes com diferentes estatutos, que se circunscreviam ao nosso país ou que ultrapassavam as fronteiras nacionais, que retratavam situações de difícil resolução ou que reflectiam exemplos de sucesso.

Não foi na política que *Hora Extra* encontrou o mote para o debate, mas em áreas estruturais e no desenvolvimento/bem-estar pessoais de determinado escalão etário ou grupo social. Qualquer que fosse a temática escolhida, optou-se preferencialmente por um ângulo de discussão centrado em zonas periféricas e, por isso, mais distanciadas da informação televisiva diária. Por exemplo, no sector primário, destacou-se a pesca do bacalhau (25/6); na ciência, abordou-se a telemedicina (30/4); nos problemas quotidianos procurou-se perceber a vida nos subúrbios da capital (5/3). Outro dos traços deste programa diz respeito à intersecção dos temas com a vida de todos os dias. Por exemplo, quando se falou da Internet, discutiu-se a importância do computador na família e na escola, referiram-se casos de assédio e crime potenciados pela rede e focaram-se ainda situações de namoro e casamento através da *net* (14/5). Apesar do horário tardio em que era emitido, *Hora Extra* integrou problemáticas de públicos que não constituem a parte substancial da

audiência dessa franja, procurando, através delas, retratar situações específicas que entravam pelo interior da vida das pessoas, sem, no entanto, lhes roubar a sua privacidade. No caso da terceira idade, destacou-se o quotidiano das viúvas, num país onde há meio milhão de mulheres que optam por não se casar depois da morte do marido (8/1); quando se tratou de questões que envolviam a juventude, destacaram-se os casos de crianças portadoras de deficiência (12/3) e as culturas tribais dos mais novos⁴⁵⁸. O programa de Conceição Lino também averiguou como vivem aqueles que habitam espaços de *glamour* e os que moram em bairros de betão, sem qualquer identidade. Foi isso que se fez nas emissões sobre o *jet 7* (12/2) e sobre a “*vida nos subúrbios*” (5/3)⁴⁵⁹. Paralelamente a grupos mais periféricos, procuraram-se casos concretos de pessoas que, por razões várias, se situavam em territórios marginais e, por isso, longe da atenção mediática. Neste âmbito, privilegiaram-se indivíduos portadores de deficiência que conseguiram integrar as suas limitações no dia-a-dia e pessoas que precisavam de ajuda para ultrapassarem doenças. Foi através de Salvador Mendes de Almeida, vítima de um acidente de moto que o deixou tetraplégico e um dos rostos de uma campanha de sensibilização da Direcção-Geral de Viação e Prevenção Rodoviária Portuguesa, que se mostrou como é possível alguém com uma deficiência continuar, com a normalidade possível, o seu quotidiano (4/6). *Hora Extra* lembrou também o caso de uma mulher que estava há 13 anos numa cama, tetraplégica (23/4); e a Inês, uma menina de 10 anos com uma leucemia grave, esperando há cinco meses uma medula óssea compatível (28/5). Este caso serviu não só para mostrar testemunhos de outros doentes e respectivos familiares, mas também para explicar o que é a leucemia e, sobretudo, como se faz a doação de medulas. Depois dessa emissão, o número de doadores de medula viria a aumentar significativamente.

Quadro 21: Temas do debate da SIC em 2003

Programa	Temática			
	Macro-temas		Micro-temas	
	Política	Áreas Estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento/ Bem-estar pessoais
<i>Hora Extra</i>	-	8	3	8

Ainda que a sua linha editorial se orientasse para campos com menor visibilidade pública, *Hora Extra* debruçou-se, algumas vezes, sobre casos que preenchiam a agenda mediática. Dos acontecimentos nacionais, destacou-se, a 5 de Fevereiro, a mediatização do caso *Casa Pia*, um assunto retomado a 21 de

⁴⁵⁸ Falou-se, por exemplo, de “*tatuagens e piercings*” (19/2) e das culturas “*rap e hip hop*” (18/6).

⁴⁵⁹ No primeiro, chamou-se a estúdio pessoas que habitualmente (se) ocupam (d)as colunas sociais; no segundo, fizeram-se “directos” para os chamados dormitórios da Grande Lisboa para falar com os respectivos residentes e, em estúdio, concedeu-se prioritariamente a palavra a especialistas.

Maio através do problema da pedofilia como ângulo central. O fascínio dos mais novos pelas armas e consequentes acidentes foram tema da emissão de 7 de Maio, numa altura em que *media* se centravam no caso de uma criança que involuntariamente atingira outra com um tiro de uma pistola. Do plano internacional, *Hora Extra* analisou, a 29 de Janeiro, a crise política e económica na Venezuela, abordando questões como o braço-de-ferro entre Hugo Chaves e os seus opositores e o clima de tensão entre o patronato e os sindicatos.

Percorrendo diferentes campos sociais e perscrutando no interior de cada um deles realidades por vezes com pouca visibilidade pública, que tipo de actores *Hora Extra* implicou nos debates em estúdio? Foram essencialmente profissionais ligados à análise da vida social e individual os mais presentes neste programa, onde não couberam políticos e os convites aos detentores dos cargos foram feitos com bastante moderação. Mais do que o poder atribuído por uma nomeação ou eleição, procuraram-se saberes especializados ou que resultavam de uma experiência directa daquilo que se discutia. Mesmo quando os temas se situavam a nível macro-estrutural, seleccionavam-se interlocutores que estabelecessem elos de ligação com a vida de todos os dias. Nos médicos salientaram-se os *psi*; nos investigadores chamaram-se os sociólogos; nos jornalistas convidaram-se profissionais de diferentes áreas (da televisão, dos jornais desportiva, da imprensa cor-de-rosa...); nos sindicatos/associações destacaram-se estruturas promotoras de cidadania. O cidadão comum tem no Quadro 22 uma representatividade média, mas isso acontece porque apenas tivemos em consideração quem se sentou na mesa central do estúdio, não entrando em linha de conta com os convidados que ocuparam a bancada lateral, um local menos solicitado pela jornalista Conceição Lino, mas onde vários interlocutores apresentados no estatuto de cidadão comum procederam a intervenções que iam complementando a conversa principal.

Quadro 22: Perfil dos convidados no debate da SIC em 2003⁴⁶⁰

Programa	Políticos	Cargos	Profs Investig	Juristas	Jornalistas	Médicos Psicólog	Religiosos	Técnicos	Industr Cultur.	Sindicat Assoc.	Cidadão Comum
<i>Hora Extra</i>	2	7	4	3	9	21	1	3	6	6	7

Como se constata no Quadro 22, os médicos foram uma classe privilegiada em *Hora Extra*. Porque os problemas de saúde estiveram em destaque em emissões onde se abordaram, sobretudo, casos concretos de pessoas que tinham uma doença que se arrastava há alguns anos. Porque se pretendeu fazer cruzar o

⁴⁶⁰ Por falta de elementos, não se contabilizam aqui os convidados das emissões em que se tratou da viuvez (8/1) e dos oceanos (15/1).

debate com o quotidiano e essa ponte foi reiteradamente construída através das Ciências da Saúde. Entende-se, desse modo, que os *psi* (psiquiatras, pedopsiquiatra, psicólogos) tivessem sido o grupo mais chamado a estúdio, assim como, dentro dos investigadores, se privilegiassem os sociólogos. Exemplifiquemos com duas emissões. Para debater “*tatuagens e piercings*” (19/2), os convidados centrais foram Susana Durão, autora de uma tese de doutoramento na área da Sociologia, o cirurgião plástico Carlos Correia e o dermatologista César Martins⁴⁶¹; para falar daquilo que se designou como “*ilhas de betão*” (5/3), convidaram-se o psiquiatra António Albuquerque e a socióloga Isabel Guerra, estabelecendo-se ligações em directo a locais considerados dormitórios para dar voz aos respectivos residentes. Os jornalistas também marcaram presença não só para discutirem assuntos intrínsecos à sua profissão, como no debate da mediatização do caso de pedofilia da Casa Pia (5/2), mas também para darem o seu ponto de vista sobre alguns aspectos da vida social. No programa dedicado ao “*Jet 7 português*” (12/2), a discussão principal teve como interlocutores a editora da revista “*Caras*” Ana Oliveira, o sociólogo José Barreiros e a jornalista Helena Matos; na bancada estiveram Paula Bonone, Lili Caneças, Catarina Jardim e Maria do Carmo Castelo Branco.

Hora Extra tendeu a colocar os especialistas no centro do *plateau* e os protagonistas das temáticas em destaque numa bancada que funcionava como uma espécie de plateia⁴⁶². Por estarem integradas num estúdio de televisão de dimensão média e se apresentarem ao mesmo nível, essas duas partes espaciais não estabeleciam uma ruptura entre os respectivos interlocutores, ao contrário daquilo que se passava no debate da RTP1 *Prós e Contras*, emitido a partir da Sala de Espectáculos da Casa do Artista, composta por um espaçoso palco e por uma ampla plateia que criavam, por si, momentos distintos de discussão. No entanto, não integrámos neste ponto os interlocutores que se sentaram nas bancadas do debate do canal privado. Mesmo assim, evidencia-se uma preferência por sectores mais periféricos da sociedade, mas que nem por isso apresentam menos competências (aos níveis do saber e/ou do saber-fazer) para se constituírem como convidados. Daqui resulta um claro alargamento do espaço público mediatizado em direcção a campos sociais que em 2003 não estiveram presentes nos programas de informação dos canais generalistas.

5.3.3. O espectáculo televisivo (ilusoriamente) reparador de injustiças sociais

Em Janeiro de 2003, os canais privados inauguram, em horário nocturno, quatro novos programas. *Bombástico*(SIC), *Escândalos e Boatos*(SIC), *O Crime Não Compensa* (SIC) e *Eu Confesso* (TVI) são

⁴⁶¹ Na bancada sentaram-se jovens que usavam e outros que não usavam *piercings*, uma mãe de raparigas que tinham *piercings* e tatuagens, um tatuador, uma profissional de *piercings*, a única mulher a fazer tatuagens em Portugal e uma aprendiz desse ofício.

⁴⁶² Na emissão intitulada “*O Fascínio das Armas*” (7/5), a mesa central destinou-se a uma representante da Associação de Promoção da Segurança Infantil e a uma pedopsiquiatra, enquanto na bancada ficaram os familiares de uma criança que, dias antes, tinha sido atingida no recreio da escola por um tiro disparado por um jovem, a mãe de um rapaz de 11 anos baleado por um colega e o pai de um rapaz que fora atingido num olho por um revólver e um caçador com armas em casa. No programa com o título “*Passo de Gigante*” (4/6), ocuparam a mesa central do debate um representante da Prevenção Rodoviária Portuguesa (PRP), um neurologista e um neurocirurgião; na bancada ouviram-se depoimentos de familiares e amigos do tetraplégico que protagonizara a campanha da PRP, de um professor de mergulho, de um invisível e de uma vítima de acidente de automóvel. Na emissão em que se abordou a leucemia (28/5), o debate central foi feito com especialistas em transplantes (dois médicos e uma médica) e a discussão com a assistência realizou-se com doentes com leucemia e respectivos familiares e com um doador de medula.

formatos vocacionados para retratar casos que operam uma ruptura na normalidade do quotidiano do cidadão comum: decisões judiciais consideradas injustas; factos que reclamam a intervenção de determinadas instituições que tardam em actuar; boatos ou acontecimentos recriados que, ao adquirirem projecção pública, perturbam o dia-a-dia dos respectivos visados; crimes cujas penas já foram cumpridas e que se relembram em estúdio, colocando lado a lado o agressor com vítima e/ou respectivos familiares; situações inverosímeis vividas na primeira pessoa, mas que afectam terceiros aos quais se nega o direito de defesa... Estes não são propriamente vectores novos na oferta televisiva, mas há uma evolução na forma como são expostos em estúdio: as acusações formuladas pelos convidados não se sujeitam ao princípio do contraditório; o apresentador sem carteira profissional de jornalista toma, explícita e arbitrariamente, a defesa de uma das partes; os agressores são colocados perante as vítimas, depois de terem cumprido a sentença e o caso já ter tido um desfecho. Não será para a explicação ou resolução dos casos que estes programas se orientam, mas para a criação de um espectáculo da palavra que sobrevive através de um registo onde se misturam “*a tensão e a emoção*”, tal como se lia, na altura, no *site* do programa *Eu Confesso*.

A espectacularização do discurso de interlocutores que vêm à televisão contar uma versão dos factos que os coloca no papel de vítimas de forças dominantes seria uma forma (ilusória) de transformar a televisão num meio reparador de injustiças sociais. “*Com o ‘Bombástico’ há uma nova cultura (televisiva): a do inconformismo*”. Era assim que, na edição n.º 1251 da “*TV Guia*”, Sal Bonner, um dos responsáveis da produtora Colosso, se referia a uma eventual novidade que o seu formato poderia constituir para o audiovisual português. Negligência médica⁴⁶³, agressões e ameaças de morte⁴⁶⁴, maus-tratos a idosos⁴⁶⁵, assédio sexual e perseguição profissional⁴⁶⁶, burlas⁴⁶⁷ ou abusos de autoridade⁴⁶⁸ são os casos mais repetidos neste programa, que cede o respectivo *plateau* às vítimas que expõem a sua situação com algum dramatismo e na ausência daqueles que se consideram ser os culpados das suas acusações.

Mais contido na apresentação dos casos, *O Crime Não Compensa* não é muito diferente no tipo de situações que apresenta em estúdio. Todavia, não chama apenas pessoas no estatuto de vítimas (de assaltos, de burlas, de agressões, familiares de homicidas...), convida também autores de comportamentos moral e juridicamente condenáveis (assaltantes, traficantes e consumidores de droga...). Na primeira emissão (28/1),

⁴⁶³ São vários os casos em que os queixosos denunciam negligência médica. Por exemplo: mãe cujo filho de ano e meio ficou sem 4 dedos (24/1); outra mãe que acusa um consultório médico de deixar a sua filha morrer em consequência de uma anestesia geral para uma operação de lipo-aspiração, administrada por um clínico geral e não por um anestesista (28/2).

⁴⁶⁴ Paraplégico garante que ex-mulher o agride (24/1); Maria Isabel diz que ex-companheiro ameaça queimar com ácido sulfúrico a filha de 7 meses, caso ela não volte a viver com ele (28/3).

⁴⁶⁵ Para além de maus-tratos a idosos na Santa Casa da Misericórdia de Vila Real, uma ex-assistente daquela instituição juntou a denúncia de casos de pedofilia (31/1).

⁴⁶⁶ Perseguições de vária ordem no trabalho dão mote a algumas queixas: funcionária do Instituto do Ambiente acusa o presidente desta instituição de não lhe atribuir trabalho (31/1), Isabel Rebelo queixa-se de assédio sexual (14/2).

⁴⁶⁷ Gina Barbosa acusa advogado de a ter burlado em mais de 260 mil contos (14/3).

⁴⁶⁸ Gabriel Cláudio Freitas diz ter sido detido por um crime que não cometeu. Na sua versão, durante quatro horas, um agente da PSP bateu-lhe sem parar. Por isso, ele teria confessado um crime, sem o ter cometido (28/3).

seleccionam-se apenas interlocutores no papel de vítima, mas, nas emissões seguintes, convidam-se também protagonistas que se apresentam como o sendo de actos condenáveis, sem, no entanto, se confrontarem, em estúdio, com aqueles que agrediram.

Escândalos e Boatos partilha com *O Crime Não Compensa* a produtora (a empresa *Ediberto Lima Produções*), o apresentador (José Figueiras) e o horário de emissão (em alternância nos serões de 3.^a feira), mas tem marcas distintivas. Trata-se, neste caso, de um programa feito com depoimentos de pessoas conhecidas que se dizem vítimas de boatos e que encontram aí oportunidade de contar a sua versão dos acontecimentos e revelar de que forma as “estórias” de que foram alvo transformaram as suas vidas⁴⁶⁹. Ao longo de três meses, este figurino foi evoluindo dos boatos para os escândalos protagonizados pelos próprios convidados, que eram sempre figuras conhecidas das audiências. No último programa (13 de Maio), José Figueira inicia a apresentação nestes termos:

“O programa ‘Escândalos e Boatos’ de hoje vai ter convidados do outro mundo... Entre eles uma cantora famosa que se sente atraída por homossexuais, uma actriz muito querida dos portugueses... mas o que ninguém nunca soube é que tinha dois maridos. E ainda: toda a história do escândalo que envolve a boys-band *Excesso*. Mas primeiro vamos conversar com as línguas mais viperinas da televisão portuguesa: Daniel Nascimento e Susana Caceias.”

Na TVI, *Eu Confesso* passou, ao longo do ano, por três séries. Na 1.^a série – que começou a 25 de Janeiro e acabou a 8 de Maio – as emissões centraram-se em indivíduos que cumpriram pena de prisão e que, em estúdio, foram confrontados com as vítimas e/ou respectivos familiares⁴⁷⁰. Todas as emissões eram acompanhadas por um painel fixo, composto pelo criminologista Barra da Costa; o administrador prisional Ludgero Painho e, a partir de Março, pelo neuropsicólogo Carlos Fernandes. A estes especialistas residentes, juntavam-se semanalmente outros, conforme a situação em destaque. Na 2.^a série – iniciada a 22 de Maio e terminada a 30 de Junho – o programa deixou de estar centrado em determinadas pessoas para se deter em problemáticas. Já não era um nome próprio que dava título à emissão, mas um tema para o qual se procuravam casos diversos. Esta tendência foi acentuada na 3.^a série, que recomeçou a 15 de Outubro e se prolongou até ao final do ano. Quais foram, então, os tópicos mais presentes? A criminalidade e pessoas que viviam nas margens da sociedade. Dos onze programas da 2.^a série, seis destacaram crimes e violência⁴⁷¹; três salientaram situações sociais de indivíduos desprotegidos⁴⁷². Na 3.^a série, o tema dos crimes e violência esteve presente em seis emissões⁴⁷³, as situações sociais de indivíduos desprotegidos em duas⁴⁷⁴. Paralelamente aos convidados chamados a estúdio para falar de casos relacionados com os assuntos em destaque, essa 3.^a série contou, a partir de Maio, com um painel fixo composto pelo criminologista Barra da

⁴⁶⁹ No primeiro programa – apresentado pela primeira e última vez por Carlos Cruz, que será depois substituído por José Figueira – sentaram-se no *plateau* o humorista Herman José; os cantores Roberto Leal, Fernando Girão, Raul Indipwo e Nucha, acompanhada do marido; a apresentadora de TV Alexandra Fernandes, Lili Caneças e o próprio produtor do programa. Todos estavam ali para denunciar boatos de que foram vítimas.

⁴⁷⁰ Oito dos 13 programas tiveram como título o nome (quase sempre uma alcunha) do convidado principal, acusado de um dos seguintes crimes: homicídio, violação e roubo. Nas outras quatro emissões, a actualidade noticiosa impôs a discussão de problemáticas: pedofilia (8/2), *gangs* (15/2), violência doméstica (22/2) e crianças com acesso facilitado a armas (16/4).

⁴⁷¹ Por exemplo, o “*crime de Fortaleza*”, que vitimou turistas portugueses (22/5); os “*crimes em família*” (30/7).

⁴⁷² Essas emissões incidiram nas seguintes situações: “*Saúde Mental*” (5/6); “*Tutela de menores*” (3/7); “*Deficientes*” (10/7).

⁴⁷³ Falou-se, por exemplo, de “*incendiários*” (15/10); de “*gorilas da noite*” (29/10); e de “*assaltos à mão armada*” (26/11).

⁴⁷⁴ A 5 de Novembro, o título do programa foi “*As meninas do Convento*”; a 3 de Dezembro, “*Velhinhas indefesas*”.

Costa e pelo neuropsicólogo Carlos Fernandes, aos quais se juntaram, em Outubro, o advogado Arrobas Silva e a psicóloga criminal Maria do Sameiro.

Quem ocupa os *plateaux* destes programas? No *Bombástico* é o cidadão comum em relação a quem as instituições competentes parecem incapazes de reparar situações de que esses interlocutores se dizem vítimas. Em *Escândalos e Boatos* são figuras públicas que se queixam de terem sido alvo de episódios inventados que lhes causaram danos morais e/ou financeiros. Em *O Crime Não Compensa*, os convidados são figuras desconhecidas, protagonistas ou alvo de actos criminosos, mas a maior parte das vezes esses crimes não tiveram os fins pretendidos. *Eu Confesso* destaca as partes envolvidas (agressores e vítimas) em casos de natureza criminal.

Ser uma “voz do povo” – era esse o projecto dos responsáveis da produtora de *Bombástico*, acreditando-se que, com isso, se atrairia a atenção do público (“*TV 7 Dias*”, n.º 795, Junho de 2002). Percebe-se, desse modo, que o *plateau* seja ocupado, quase de forma exclusiva, pelo cidadão comum. Não respeitando qualquer princípio do contraditório, o programa ocupava-se apenas dos queixosos. E esses não se inibem em apontar nomes concretos (de pessoas ou de instituições) nas suas acusações⁴⁷⁵. A parte acusada nunca é convidada a dar a sua versão dos factos. Há denúncia, acentuada pelo apresentador, mas não se procuram explicações que certamente neutralizariam o propósito do programa: ser *Bombástico*.

Em *Escândalos e Boatos*, com excepção da Lili Caneças, todos os convidados são oriundos do universo das indústrias culturais. É este grupo que se diz vítima de boatos? Em parte, mas esses actores também participam neste programa para falar de si próprios: dos relacionamentos que têm, como Linda Reis que se diz noiva de Herman José (18/2); da literatura que criam, como Flávio Furtado, autor do *Kamassutra Gay* (18/2); dos filmes pornográficos que realizam, como Sá Leão (18/3); das aventuras amorosas que somam, como Zé Camarinha ou das letras das músicas que cantam, como Zé Cabra (29/4). É também para o emotivo que se orienta *O Crime Não Compensa*. Os convidados são figuras anónimas que relatam situações do domínio do irracional. No estatuto de vítimas, apresentam-se como impotentes perante actos em relação aos quais resultaram prejuízos de diversa ordem para todos. No papel de agressores, há o reconhecimento de que as respectivas condutas são reprováveis (como o tráfico e consumo de droga ou os assaltos). Uns e outros normalmente não se confrontam em estúdio com as pessoas envolvidas nas situações que retratam. Não interessa quem são aqueles que falam. Importa, acima de tudo, a “estória” que têm para contar. Daí que os entrevistados sejam apresentados no estatuto de “*cidadão comum*”.

Quadro 23: Perfil dos convidados nos programas da SIC em 2003

⁴⁷⁵ Um exemplo de cada uma destas situações: A 31 de Janeiro, um ex-recluso quase cego denuncia o director do Estabelecimento Prisional de Lisboa de ter atrasado o seu tratamento nos hospitais civis. A 7 de Março, o marido, a filha e o genro de Joaquina Areal, que morreu a 6 de Novembro de 1999 no Hospital de Vila de Conde vítima de embolia cerebral, vão ao programa denunciar um médico (identificado com nome e apelido) que examinara essa paciente e a mandara para casa. Assegurando que o exame médico foi mal-feito, os familiares acusavam o clínico de negligência e exigiam o apuramento de responsabilidades.

Programas	Cargos	Juristas	Médicos/ Psi	Militares/ Forças Policiais	Técnicos	Desportistas	Indústrias Culturais	Jet 7	Cidadão Comum
<i>Bombástico</i>	2	1	1	2	1	1	2	-	62
<i>Escândalos e Boatos</i>	-	-	-	-	-	-	31	1	-
<i>O Crime Não Compensa</i>	-	-	-	-	-	-	-	-	61

Indivíduos que cumpriram pena de cadeia por prática de homicídios, assalto à mão armada, violação, tráfico de droga e por atearem incêndios: eis, por esta ordem, o perfil dos ex-criminosos com maior número de presenças em *Eu Confesso*. Estes ex-condenados – a maior parte homens – escondem-se várias vezes atrás de alcunhas que reflectem um percurso de vida ligado a práticas criminais. Por exemplo, “Zé Caçadeira” (5/4) e “Pistolas” (17/12). As vítimas – a maior parte mulheres – testemunham crimes que sofreram ou de que foram alvo familiares próximos. Estes últimos falam sobretudo de casos de homicídio ou, em menor número, de violações, principalmente se as vítimas são menores. Um nome próprio diferente do BI ou uma máscara que tapa o rosto e a distorção da voz são estratégias para ocultar a identidade de quem testemunha casos intrínsecos à intimidade. Como a violência doméstica e as tentativas de violação. Pessoas assaltadas e familiares de vítimas de homicídios não ocultam a identidade. É, pois, com vítimas e agressores que se constitui semanalmente o *plateau* principal de *Eu Confesso*, mas são as primeiras que somam o maior número de interlocutores aos quais se juntam associações que lhes podem eventualmente servir de apoio. Com uma representatividade menor, há ainda outras classes profissionais que se salientam: psicólogos criminais, magistrados, guardas prisionais, responsáveis ligados a instituições de investigação criminal e prisionais, médicos (psiquiatras e legalistas). Uns explicam universos pessoais de agressores e vítimas, outros a ordem social. No entanto, estes profissionais que multiplicavam pontos de vista sobre a discussão foram desaparecendo ao longo das séries. Por seu lado, os sindicatos e associações que intervinham neste programa representam estruturas de pequena dimensão⁴⁷⁶.

Quadro 24: Perfil dos convidados nos programas de *Eu Confesso*⁴⁷⁷

Programa	Políticos	Cargos	Juristas	Jornal.	Psi	Profs	Forças Policiais	Relig.	Sindicatos Associações	Ex- condenados	Vítimas
<i>Eu Confesso</i>	2	3	3	1	8	2	3	1	13	21	54

Em pouco tempo, estes programas suscitaram bastante polémica. Na segunda emissão de *Bombástico* (17/1), o apresentador pontapeou em estúdio uma sentença proferida pelo Tribunal de Menores de Leiria que retirava um bebé de 18 meses dos cuidados do pai, proferindo palavras injuriosas contra o respectivo juiz, o que provocou a indignação dos meios judiciais portugueses. O bastonário da Ordem dos Advogados, José Miguel Júdice, em carta enviada ao presidente do CA da SIC, pediu a suspensão do programa. O Conselho Superior de Magistratura emitiu um comunicado em que considerava que “o programa vem achincalhando e

⁴⁷⁶ Por exemplo, a ANTRAL (1/2), a Associação Mulheres contra a Violência (22/2), a Associação contra a Exclusão (8/3) ou a Comissão de utentes da Linha de Sintra (12/11).

⁴⁷⁷ Das 36 emissões de *Eu Confesso* com emissão regular em 2003, tivemos em conta os convidados de 18 emissões, por limitações de dados disponíveis.

denegrindo tribunais e juizes, instigando até os destinatários à justiça pelas suas próprias mãos como forma substitutiva da justiça do Estado” (“*Diário de Notícias*”, 29 de Janeiro de 2003). A par da desobediência ao princípio do contraditório que impõe que se oiçam as partes acusadora e acusada, o *Bombástico* salientou-se também pela postura participante do moderador, um jornalista que, poucos dias antes do início da emissão deste formato, entregara a sua carteira profissional no Sindicato dos Jornalistas. Para além de fazer publicidade a um sistema de purificação de águas, José Carlos Soares – que até então fazia jornalismo desportivo na TVI – não só se coloca em defesa dos convidados a quem confere o estatuto de vítimas como, ele próprio, assume o confronto directo com aqueles que, ausentes do *plateau*, são alvo de críticas. Tendo como frase-chave “*a mim ninguém me cala!*”, aquele a quem foi dada a condução de *Bombástico* insurge-se logo nas primeiras emissões contra o poder judicial, afirmando o seguinte: “*Não tenho medo dos juizes. Se mandam em liberdade pedófilos, iam-me bater a mim?*”. Este tipo de comportamento é legitimado por uma plateia que aplaude efusivamente as afirmações proferidas.

Também *O Crime não Compensa* implicou uma tomada de posição da Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACS), que, com base na primeira edição (28/1), considerou não estar “*devidamente salvaguardado o respeito pela memória e intimidade das vítimas, nem o direito à reabilitação social dos autores descritos*”. Sendo este um formato que se centrava nos crimes, nos respectivos autores e vítimas, a AACS veio a defender que “*importaria (salvaguardar) o direito à imagem das pessoas envolvidas e o direito à reabilitação social dos autores desses crimes*”. O que não era feito. (“*Público*”, 21 de Março de 2003).

Eu Confesso desencadeou a reacção da Direcção-Geral dos Serviços Prisionais (DGSP) antes da estreia. Na auto-promoção do programa, anunciava-se que o protagonista das emissões seria um condenado em cumprimento de pena ou em liberdade condicional que, em estúdio, assistiria à reconstituição dos crimes que cometera e seria, depois, confrontado com vítimas ou familiares. A DGSP tornou imediatamente pública uma nota onde declarava não ter concedido qualquer autorização nesse sentido e a Direcção da estação garantia, logo a seguir, que se tratava de “*um erro da produtora que ia ser corrigido*” (“*Diário de Notícias*”, 25 de Janeiro de 2003). *Eu Confesso* contornou esse limitação, convidando ex-condenados.

5.4. Algumas tendências da informação semanal em 2003

A informação semanal dos canais generalistas continua em queda em 2003. Na RTP1, a maior parte dos programas apresenta uma periodicidade muito irregular. Ainda que sejam alvo de modificações pontuais, *Prós e Contras*, *Grande Entrevista* e *Debate da Nação* mantêm a mesma linha editorial, que se caracteriza por uma ligação estreita à actualidade noticiosa e por uma dependência vincada das fontes políticas. Assim,

mais do que promotora de novas configurações sociais, a RTP1 tende aí a reproduzir uma certa ideologia dominante, garantida pela presença em estúdio das chamadas fontes oficiais que nem sempre coincidem com aquelas que apresentam um certo grau de especialização naquilo de que se fala. Mais do que um espelho da esfera pública contemporânea, a RTP1 inclinou-se, nesses formatos, por reflectir uma certa ideia de espaço parlamentar, aberto a várias sensibilidades políticas, mas, tal como o hemiciclo português, demasiado concentrado no género masculino e espartilhado entre posições políticas de esquerda e de direita. Esta tendência foi mais notória nos debates do que na *Grande Entrevista*, na qual se reconhece um esforço para convidar alguns interlocutores fora do campo político, apesar de ser aí que o programa conduzido por Judite de Sousa reúne audiências mais expressivas⁴⁷⁸. Ainda que se considere que *12 Meses, 12 Temas* não tenha encontrado grande espaço na informação semanal, no primeiro semestre de 2003 esta iniciativa teve alguma visibilidade na RTP1, nomeadamente em *Grande Repórter*, que, de entre os programas de informação, teria sido aquele que mais assumiu os temas mensais, o que lhe permitiu algum distanciamento quer da agenda noticiosa do momento, quer das fontes oficiais. Não seguindo uma periodicidade fixa, *Grande Repórter* manteve, ao longo de 2003, uma certa independência dos alinhamentos dos noticiários, optando por temas de reportagem de certa forma intemporais, mas que faziam parte do país que temos.

Hora Extra apenas subsiste na grelha da SIC até Junho. Na temporada de Outono é substituído por dois formatos que alternam semanalmente nesse horário, mas, passado pouco tempo, são integrados no *Jornal da Noite* do fim-de-semana. Numa conferência sobre “*Cultura e Comunicação*” realizada no Porto a 7 de Outubro de 2003, o presidente do Conselho de Administração da SIC, referindo-se às emissões culturais, reconhece que esse tipo de oferta televisiva passou a não caber num canal generalista. Na sua perspectiva, “os programas têm de agradar ao maior número de pessoas e não têm necessariamente de ser enriquecedores, têm de divertir, entreter e libertar”. A rentabilização das audiências foi justificada por Pinto Balsemão com “a necessidade de as empresas privadas ganharem dinheiro” (“*Público*”, 9 de Outubro de 2003). A lógica económica acompanha permanentemente o discurso dos responsáveis da SIC. O director de Programas da SIC define a televisão privada como “um negócio que tem como único cliente os anunciantes, a quem vende um único produto, que é o número de audiência alcançada”. Percebe-se, assim, a sua afirmação de que “servir o público é inevitável” (“*TV Guia*”, n.º 1251, Janeiro de 2003). Do lado da TVI, evidencia-se igualmente uma preocupação constante com o interesse do público que se pensa conquistar com conteúdos de proximidade. Ao comemorar a 20 de Fevereiro os dez anos da estação, o respectivo director-geral, em entrevista à Lusa citada pelo “*Público*”, apresenta a sua estação como “próxima do cidadão”, com programas que “vão ao encontro dos gostos dos espectadores” e com “uma informação desengravatada”. Estas são afirmações transversais a toda a grelha da TVI, concretizando-se ao nível da informação sobretudo

⁴⁷⁸ É verdade que esses políticos encarnavam, à época, figuras cruciais da vida pública, mas essas entrevistas suscitaram mais interesse do que qualquer outro tema.

no *Jornal Nacional* que promove muitas vezes aquilo que os respectivos responsáveis designam como “*jornalismo de causas*” feito com peças noticiosas que convocam os telespectadores para a compaixão (“*Público*”, 29 de Dezembro de 2002). Estamos aqui perante uma televisão que deixa o seu papel de transmissão dos factos e de promotora de debate público para retomar a função de certas instituições. Mais do que informar, este tipo de jornalismo procura, acima de tudo, fazer sentir certas vivências individuais.

É para uma “*zona de bastidores*” que remetem as novidades da programação da SIC e da TVI em Janeiro de 2003. Violando o espaço íntimo dos convidados, os novos programas colocam em cena pessoas que representam um papel que lhes está previamente configurado: o de vítimas, mesmo quando estão ali para relatar crimes que cometeram. Sabendo que encontram no apresentador da emissão um coadjuvante ou um opositor àquilo que expõem, os convidados sentem-se na obrigação de representar um papel. Não é para a verdade que os depoimentos se orientam, mas para uma autenticidade que se pretende que comova aqueles que a isso assistem: apresentador, público no estúdio e, sobretudo, as audiências. Tal como acontece com as *novelas da vida real*. Entre todos estes programas, não há muitas diferenças. Trazer para dentro do pequeno ecrã os problemas ou os conflitos do quotidiano foi o que a informação televisiva sempre fez, particularmente depois do aparecimento dos canais privados. Todavia, esses casos da vida de todos os dias que compuseram alguns programas informativos dos canais generalistas eram retratados em peças jornalísticas e discutidos em estúdio com as partes envolvidas (excepto com aquelas que se recusavam a falar). Em 2003, os canais privados tentam operar nessa linha, mas ultrapassam normas que o campo jornalístico considera distintivas – o princípio do contraditório, uma postura isenta do apresentador, um registo moderador das intervenções dos convidados – o que remete essas emissões para um domínio ambíguo. Ainda que os temas dos novos programas possam integrar-se no espaço público, eles são sempre atravessados por vivências do domínio privado, apresentadas por um discurso que se constrói com base na emoção. É isso que também compõe o *infotainment*, uma tendência exacerbada nos formatos que a SIC e a TVI estreiam em Janeiro, que, no entanto, não encontraram grande adesão do público.

Capítulo 8: A curva descendente das audiências da informação semanal

Em 1993, a RTP é o canal de TV mais visto, seguido da SIC e da TVI. A informação semanal segue a tendência das respectivas estações, ultrapassando por vezes esses índices globais. Isso significa que os géneros informativos são valorizados pelas audiências e alvo de destaque por parte dos programadores. Em 1996, o Panorama Audiovisual Português (PAP) é diferente: a SIC lidera, então, as audiências. Apesar da informação semanal continuar a reunir um número significativo de programas, neste período verifica-se um arrastamento dessas emissões para horários mais tardios a fim de se ceder a primeira parte do horário nobre a conteúdos de entretenimento. Desenvolve-se, desse modo, um percurso circular: uma emissão é programada para um horário mais tardio, obtém menos audiência e, porque isso acontece, há uma progressiva tendência para a retirar dos segmentos do grande público. Em 1998, essa lógica acentua-se. Significa isto que, neste período, a informação semanal vai deixando de ser um produto rentável, nomeadamente nas estações privadas, mais atentas à rentabilidade da grelha, principalmente em horário nocturno, que é também o mais disputado pelos anunciantes. Mantendo-se em 3.º lugar, a TVI apresenta em 1998 a audiência de 1.4%, mas sobe o *share* para os 13.1%. Tratando-se de um ténue crescimento, constitui-se como o princípio de uma curva ascendente que, nos anos seguintes, será mais expressiva.

À entrada no século XXI, encontramos um diferente retrato nos canais generalistas portugueses. Em 2001, as mudanças tornam-se mais visíveis naquilo que se tinha vindo a notar no ano anterior na oferta televisiva. Esta ganha outra configuração com a entrada de novos *reality shows* tipo *Big Brother* que ocupam extensas franjas do horário nocturno da TVI e da SIC. Nesse ano, a TVI lidera as audiências, ignorando (quase) por completo a informação semanal. A SIC segue-lhe os passos. Na RTP resistem alguns programas de informação semanal que têm uma periodicidade periclitante e uma audimetria débil. Em 2003, a RTP apresenta uma oferta mais estável no que respeita a informação semanal, embora haja menos programas. A SIC e a TVI continuam a apostar no entretenimento para o horário nobre, que, com o acumular de telenovelas e *reality shows*, se dilata para lá da meia-noite. Mesmo assim, as estações privadas não valorizam a informação semanal e os telespectadores não manifestam muito interesse relativamente àquilo que, a esse nível, lhes proporciona o canal generalista de serviço público.

Quadro 25: Evolução das audiências nos canais generalistas portugueses

Anos	RTP		SIC		TVI	
	Audiência	Share	Audiência	Share	Audiência	Share
1993	7.3%	61.5%	1.7%	14.3%	0.8%	6.6%
1996	3.8%	38.4%	5.7%	48.6%	1.4%	12.3%
1998	3.4%	31.5%	5.4%	49.2%	1.4%	13.1%
2001	2.7%	20.1%	4.5%	34%	4.3%	31.9%
2003	3.4%	23.8%	4.4%	30.3%	4.1%	28.5%

Fonte: Marktest

1. 1993 – Quando a informação rentabiliza audiências

No primeiro semestre de 1993, a informação semanal do Canal1 reúne mais telespectadores com *Repórteres*, emitido ao domingo depois do *Telejornal*, mas quem lidera o *share* é *Conversa Afiada*, que vai para o ar depois da meia-noite de domingo. Os números mais expressivos pertencem a emissões da temporada de Outono. Embora a *Entrevista de Maria Elisa* tenha um bom número de telespectadores, é o *talk show Raios e Coriscos*, emitido à 5.ª feira por volta da meia-noite, a reunir a audiência e o *share* médios mais altos do ano. *Conversa Afiada* e *Sexualidades*, não registando audiências assinaláveis, apresentam *shares* significativos, resultantes do horário tardio em que eram emitidos.

Quadro 26: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da RTP1 em 1993

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Semes- tre	Dia	Hora	Audi- ência	Share	Programa	Semes- tre	Dia	Hora	Audi- ência	Share
<i>De Caras</i>	Ano	3.ª f	23h30	8.7%	54.9%	<i>Conversa Afiada</i>	1.º sem	Dom	1h00	2.4%	72.3%
<i>Marcha do Tempo</i>	1.ºsem	3.ª f	23h30	7.9%	49%	<i>Sexualidades</i>	1.º sem	5.ª f	23h30	10.9%	61.2%
<i>Repórteres</i>	Ano	Dom/ 3.ªf	Varia	17.1%	56.7%	<i>Raios e Coriscos</i>	2.º sem	5.ª f	22h30	17.7%	59.5%
<i>Grande Área</i>	1.ºseme	Dom	23h30	8.7%	50.8%	<i>Você é Excepcional</i>	2.º sem	5.ª f	22h30	8.4%	31.6%
<i>Entrevista Mª Elisa</i>	2.ºsem	Sáb/6.ªf	21h30	17.5%	48.8%						

Fonte: Markttest

Na SIC, os programas de informação semanal com mais audiência, no primeiro semestre de 1993, são os debates (*Terça à Noite* e *Conta Corrente*) e um formato intimista com traços de *talk show* (*Sexo Forte*). Em termos de *share*, salientam-se *Internacional SIC* e *Os Donos da Bola*, que beneficiam do respectivo horário tardio, ainda que o programa de desporto registe um índice médio assinalável devido ao aumento substancial de telespectadores do último trimestre do ano. Na segunda parte do ano, os novos programas – *Casos de Polícia* e *Conversas Curtas*– revelam-se boas apostas. Enquanto *Casos de Polícia* e *Tostões e Milhões* mantêm o mesmo dia de emissão, *Os Donos da Bola* e *Internacional SIC* vão saltitando por diferentes serões, o que em parte explicará as oscilações do *share*. Assinala-se que, com a exceção de *Segredos*, todos os programas com o traço de informação ultrapassam, em 1993, a audiência média global da SIC.

Quadro 27: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da SIC em 1993

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Terça à Noite</i>	Ano	3.ª f	22h30	5.8%	21.2%	<i>Jogo da Verdade</i>	Jan	3.ª f	22h30	3.8%	12.2%
<i>Conta Corrente</i>	1º semestre	5.ª f	22h30	3.7%	12%	<i>Segredos</i>	1º trim	Dom	23h30	1.4%	8.6%
<i>Tostões e Milhões</i>	Ano	2.ª f	23h30	2.7%	23.5%	<i>Sexo Forte</i>	1º sem	4.ª f	22h30	4%	14.1%
<i>Os Donos da Bola</i>	Ano	varia	00h30	2.6%	34.38%						
<i>Internacional SIC</i>	Ano	varia	00h30	2.1%	27.2%						
<i>Conversas Curtas</i>	4ª trimestre	Dom.	23h30	4.2%	25.7%						
<i>Casos de Polícia</i>	4ª trimestre	5.ª f	23h	9.1%	35.6%						

Fonte: Marktest

Na Quatro, a informação semanal regista índices de audiência baixos. O primeiro semestre de 1993 fica marcado por programas desportivos, dedicados a uma área a que os canais generalistas não estavam a prestar atenção: o automobilismo. Ao contrário dos restantes programas de informação semanal do canal, *Prolongamento*, *Telemotor* e *Quarta a Fundo* mantêm-se na grelha durante todo o ano. Programas de debate – como *Referendo* ou *Frontal* –, ainda que apontados como centrais, estão pouco tempo em antena, talvez porque nesse período não são bem sucedidos em termos de audiências. Embora a religião fosse um campo a que os responsáveis da Quatro garantiram prestar particular atenção, apenas em Outubro de 1993 surge um programa semanal, *Caixa de Perguntas*, para discutir questões religiosas. Todavia, não reúne grande interesse do público.

Quadro 28: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da TVI em 1993

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Referendo</i>	1.º sem.	5.ª f/6.ª f	22h	0.8%	2.6%	<i>Olhares</i>	1.º sem.	4.ª /6.ª f	Varia	0.5%	1.9%
<i>Frontal</i>	1.º sem.	3.ª f/4.ª f	00h30	0.9%	4.8%	<i>Na Maior</i>	Ano	4.ª/6.ª f	21h30	0.9%	2.7%
<i>Prova dos Nove</i>	2.º sem.	3.ª f	00h30	1.1%	8.6%	<i>Caixa de Perguntas</i>	2.º sem.	D/4.ª f	Varia	1.4%	6.4%
<i>Telemotor</i>	Ano	Varia	Varia	1%	5.6%						
<i>Quarta a Fundo</i>	Ano	4.ª f	23h30	0.8%	6.9%						
<i>Prolongamento</i>	Ano	2.ª f	23h00	1.6%	9.2%						
<i>Artur Albarran</i>	2.º sem.	6.ª /5.ª f	22h30	4.2%	14.7%						

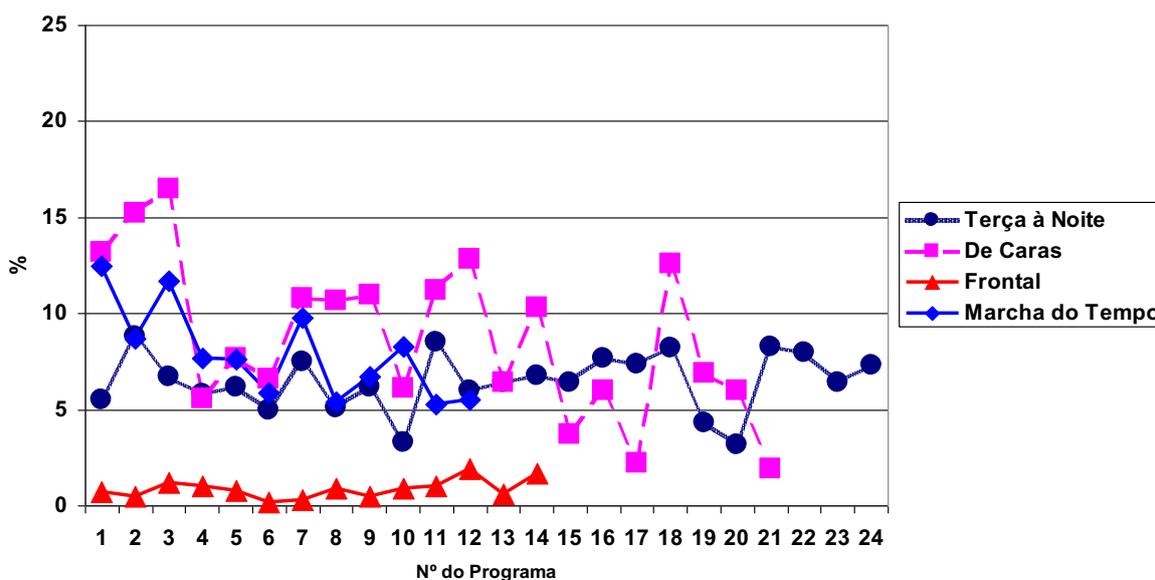
Fonte: Marktest

1.1. O domínio do Canal1 da RTP

1.1.1 O confronto dos debates televisivos na mesma franja horária

Percorrendo transversalmente a oferta informativa dos canais generalistas em horário nobre, nota-se, em alguns momentos, a tática de adoptar os mesmos géneros televisivos em determinada franja horária. Neste âmbito, nenhuma estação será mais pró-activa do que as outras. No caso dos debates televisivos colocados na primeira metade do ano nos serões de 3.^a feira, é o Canal1 quem primeiro faz essa opção com *De Caras e Marcha do Tempo*. Segue-se a SIC, a 9 de Fevereiro, com *Terça à Noite* e, por último, a Quatro, que estreia, a 30 de Março, *Frontal*. Este confronto continua no segundo semestre do ano, mas mais atenuado. *Marcha do Tempo* e *Frontal* desaparecem e *De Caras* não apresenta uma periodicidade regular, deixando, assim, audiência disponível para *Terça à Noite*, que se mantém no ar até final do ano. A política de confronto reacende-se noutro dia da semana: a 6.^a, envolvendo *Entrevista de Maria Elisa* (Canal1) e *Artur Albarran* (Quatro). Este embate criado pelo Canal1 desaparece em poucas semanas, com a decisão da Quatro em transferir o seu programa para as noites de 5.^a feira. No que diz respeito aos *talk shows*, a concorrência desenvolve-se entre a RTP e a SIC, que ora programam o mesmo produto para o mesmo horário (*Conversa Afiada* vs. *Segredos*⁴⁷⁹), ora criam programas idênticos, colocando-os em horários diferentes (*Sexualidades* vs. *Sexo Forte*). Neste contexto, o canal com mais audiência foi aquele que capitalizou maior número de telespectadores, ou seja, o Canal1.

Gráfico 1: Audiências comparativas dos debates televisivos em 1993



⁴⁷⁹ No final do primeiro trimestre o ano, o formato da SIC desaparecia da grelha; o do Canal1 manter-se-ia no ar até 28 de Junho.

Como seria de esperar, nem todas as emissões registam uma aproximação à respectiva média dos formatos. Na *Marcha do Tempo*, a emissão mais vista foi a de 26 de Janeiro que abordou a questão do “dinheiro” com António Champalimaud (12.5% de audiência e 66.1% de *share*). Em *De Caras*, os índices mais altos são os de 2 de Fevereiro, em que o convidado é o ministro do Emprego e Segurança Social, Silva Peneda, interpelado a falar, entre outros assuntos, do trabalho infantil e dos aumentos salariais da Função Pública (16.5% de audiência e 73.2% de *share*). Poder-se-ia afirmar que a temática de ambos envolve manifesto interesse (do) público, mas acrescenta-se que, nessa altura, o Canal1 ainda não contava com a concorrência de programas desse género, pois *Terça à Noite* aparece a 9 de Fevereiro e *Frontal*, a 30 de Março. Se o surgimento do programa da Quatro não provoca oscilações significativas nos outros canais, o debate da SIC origina uma ligeira queda de audiências no canal público, mais acentuada a partir de Outubro. No primeiro semestre, as emissões de *Terça à Noite* que mais se destacam coincidem com os serões em que o Canal1 não emite nem *De Caras*, nem *Marcha do Tempo*, mas reconheça-se, por outro lado, que a sobreposição de programas do mesmo género prejudica, em certas alturas, o canal público⁴⁸⁰. Em Junho, o debate da Quatro *Frontal* transfere-se de 3.^a feira para 4.^a feira, conquistando alguma audiência que a colagem a géneros idênticos dos outros canais não lhe permitia.

No último trimestre do ano, há um outro confronto entre *Entrevista de Maria Elisa* (Canal1) e o debate *Artur Albarran* (Quatro). Apesar de ter sido inicialmente colocado na grelha por volta das 22h00 de 6.^a feira, um horário que, na altura, não colidia com programas do mesmo género nos outros canais, a 5 de Novembro *Artur Albarran* é surpreendido com a passagem da *Entrevista de Maria Elisa* das noites de sábado para as de 6.^a feira. Nessa semana, as audiências baixam ligeiramente e, na seguinte, diminuem ainda mais. A 18 de Novembro, o debate da Quatro transfere-se para as noites de 5.^a feira e a audiência volta a subir, embora nessa franja horária tenha a concorrência na SIC de *Casos de Polícia* que estava a reunir uma crescente aceitação dos telespectadores. Nesse novo horário, *Artur Albarran* consegue, durante três semanas, reequilibrar as audiências que, no entanto, voltam a periclitar a 10 de Dezembro, quando o programa é novamente emitido à 6.^a feira. Na semana seguinte, regressa ao horário de 5.^a feira, mas os índices baixam ainda mais. Talvez as mudanças tivessem sido em demasia...

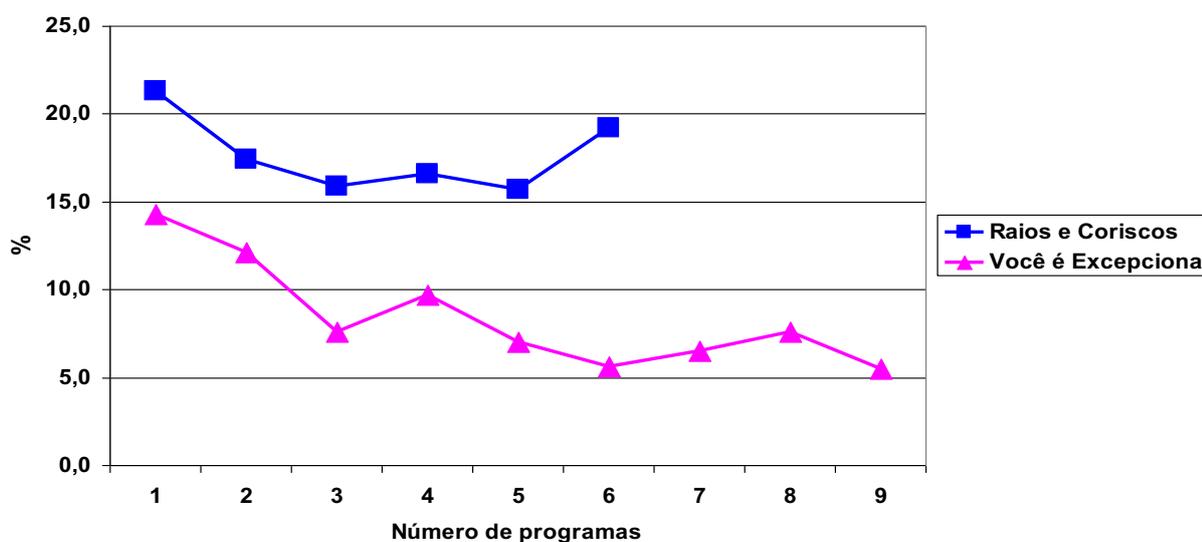
1.1.2 - A procura de audiências pela diversidade de formatos e pela diferenciação horária

Implantar táticas mobilizadoras de audiências não significa adoptar apenas o confronto do mesmo produto. Poder-se-á também programar para a mesma franja horária diferentes programas do mesmo género (que alternam semanalmente) ou fazer uma oferta distinta daquela que os restantes canais propõem.

⁴⁸⁰ A *Marcha do Tempo* tem o seu pior resultado a 29 de Junho com a discussão do Governo Clinton (5.3% de audiência e 33% de *share*). Nessa noite, discutia-se na SIC “o estado da Nação” (7.5% de audiência e 25.2% de *share*).

No primeiro semestre de 1993, o Canal1 opta por alternar nos serões de 3.^a feira os debates *De Caras e Marcha do Tempo*. No segundo semestre, retoma-se este tipo de engenharia de programação com os *talk shows Raios e Coriscos e Você é Excepcional*. Colocados no mesmo horário, ou seja, inseridos num fluxo mais ou menos regular e numa oferta concorrencial mais ou menos permanente, os formatos que operam em regime de alternância não apresentam resultados audimétricos idênticos, o que significa que a audiência não estaria, na altura, disponível para ver aleatoriamente aquilo que determinado canal programava (cf. Gráficos 1 e 2). A discrepância maior regista-se nos *talk shows*.

Gráfico 2: Audiências comparativas de "Raios e Coriscos" e de "Você é Excepcional"



Na Quatro, o primeiro semestre de 1993 inclui no horário nobre dois debates: *Referendo* à 5.^a feira e *Frontal* à 3.^a feira. Ambos tinham a concorrência directa de géneros idênticos nos outros canais. No horário do primeiro, a SIC emitia *Conta Corrente*; na franja do segundo o Canal1 tinha *Marcha do Tempo* ou *De Caras* e a SIC *Terça à Noite*. Em Junho, o canal da Igreja opta por uma estratégia de diferenciação, situando os seus programas de informação semanal num serão em que as estações generalistas concorrentes não apresentavam debates. *Referendo* passa para a 6.^a feira e *Frontal* para a 4.^a feira, registando-se aí uma subida significativa do *share* de ambos.

1.2. Um público que se interessa por temáticas nacionais diversas

Apesar de existirem programas que se integram mais no conceito daquilo a que chamámos “paleotelevisão” sem, com isso, perderem audiências (como os formatos de grande-reportagem ou de grande-entrevista), o certo é que, em 1993, os telespectadores demonstram preferir uma emissão mais próxima daquilo que se entende por “neotelevisão”, ou seja, emitida a partir de grandes e coloridos cenários que integram público assistente (*De Caras, Terça à Noite* e *Artur Albarran*), centrada em problemas quotidianos (*Casos de Polícia*) e que misture informação com entretenimento (*Raios e Coriscos*). Adoptando um destes três vectores, conseguia-se alcançar um índice de audiência expressivo. Reconstruindo uma cena próxima de ambientes domésticos ou de espaços públicos de debate, as emissões da SIC atingem uma certa relevância. No entanto, os programas de informação semanal do canal generalista público são os que reúnem maiores índices de audiência, aliás como a restante oferta televisiva dessa estação.

Os assuntos internacionais quase nunca são bem sucedidos do ponto de vista da audimetria. Já as questões nacionais tendem para uma substancial aceitação do público. Refira-se, por exemplo, o programa com o *share* mais elevado: *Repórteres*. É raro haver aí reportagens de temática internacional e, quando isso se passa, a audiência desce. Repete-se o mesmo quadro em qualquer um dos debates dos três canais. Na área nacional, a política revela-se um dos filões que suscitavam mais interesse do público, principalmente quando enquadrada em grandes cenários e discutida com vários interlocutores. Talvez por isso, mas também pela dificuldade expressa em encontrar convidados com aquilo que se pensa serem as capacidades adequadas para falar em televisão, os debates televisivos tenham chamado mais a estúdio políticos não só para discutirem questões ligadas à sua área de actuação, mas também para abordarem outras temáticas, seguindo-se aquilo que Sébastien Rouquette (2001:192) designa como “*lógica de extensão de competências*”. E as audiências legitimaram expressivamente esta opção, particularmente no canal de serviço público⁴⁸¹.

Se os tópicos nacionais, nomeadamente os de natureza política, parecem assegurar um certo interesse do público, não há um campo social que, à partida, garanta a presença de um grande número de telespectadores. Também o perfil profissional do convidado não é um elemento diferenciador de públicos. Na *Entrevista de Maria Elisa*, a emissão com mais telespectadores é a de Pedro Lamy, ocorrida a 12 de Novembro (26.1% de audiência e 68.2% de *share*), e a com menos público regista-se a 30 de Outubro em que o convidado era o economista Alfredo Sousa (11% de audiência e 32.5% de *share*). Poderão estes dados

⁴⁸¹ No *De Caras*, a emissão mais vista foi a de 2 de Fevereiro, que teve como convidado o ministro do Emprego e Segurança Social (16.5% de audiência e 73.2% de *share*). O debate com o presidente da Câmara Municipal de Lisboa, Jorge Sampaio (11/5), e a discussão da política económica do Governo (22/6) também foram seguidos por um número significativo de telespectadores que, nessa altura, tinham alternativas do mesmo género nos canais privados. A *Marcha do Tempo* começou o ano a discutir o “*dinheiro*” (26/1) com interlocutores dos respectivos campos, conseguindo uma boa resposta das audiências (12.5% de audiência e 66.1% de *share*). No segundo programa de Maria Elisa sobre “*a ciência e o conhecimento científico*” (9/2), começa na SIC o *Terça à Noite* e é também por isso que se verifica uma queda para 8.7% de audiência e 52.1% de *share*. Estes números são alterados a 9 de Março, quando o programa da estação pública se centra na política para falar com Mário Soares, que assinalava então o segundo aniversário na Presidência da República. Para além de emissões de discussão política contarem com políticos, Maria Elisa incorporou frequentemente actores desse campo para falar de outros assuntos, atingindo, com essas opções, boas *performances* audimétricas.

ser interpretados pela actividade que exercem essas pessoas? Não, porque Maria Elisa consegue uma das audiências médias mais altas quando entrevista, a 3 de Dezembro, Jardim Gonçalves, presidente do BCP (22.2%); e a 16 de Outubro não mantém a audiência média do seu programa, ao convidar o toureiro Pedrito de Portugal (13.8%). Por seu lado, *Terça à Noite* não conta, ao longo do ano, com figuras de projecção pública de primeiro plano, mas isso não desvia a atenção do público. De certa forma, constata-se que o grau de ressonância que os temas têm na vida quotidiana se revela um critério catalisador de audiências. No primeiro semestre de 1993, dez das 25 emissões que ultrapassam a média total do programa apresentam temáticas bem diferenciadas (umas mais sociais, outras mais de lazer, outras mais políticas...), sem isso se constituir como elemento desagregador do público⁴⁸². Procurando ver se estas emissões coincidem com datas em que, no Canal 1, não foi emitido *De Caras* ou *Marcha do Tempo*, reparamos que, a maior parte das vezes, há a divisão das audiências pelos dois canais. No último trimestre de 1993, o debate da SIC beneficia não só do desaparecimento da *Marcha do Tempo* e da periodicidade (ainda) mais atribulada registada por *De Caras*, mas também da ligeira subida de audiências da oferta televisiva do canal.

2. 1996 – A implantação de programas de reportagem e de casos de polícia junto das audiências

Na RTP1, são as emissões estruturadas por reportagens e situadas no segmento horário entre as 22h00 e as 23h30 – *Enviado Especial*, *Domingo Desportivo* e *Histórias da Noite* – que reúnem um maior *share* na programação informativa semanal. Ao contrário daquilo que acontecera em 1993, o *talk show* não é, neste período, o género mais popular junto dos telespectadores. Apesar de não reunir audiências expressivas, *Maria Elisa* manter-se-á em antena durante alguns anos.

Quadro 29: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da RTP1 em 1996

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Meses	Dia	Hora	Audiências	Share	Programa	Meses	Dia	Hora	Audiências	Share
<i>Prova Oral</i>	Fev-Mar	4.ª f	23h00	4.5%	20.7%	<i>Ligações Perigosas</i>	Maio/ Ag	3.ªf	Varia	5.4%	21.3%
<i>Maria Elisa</i>	Maio-Dez	5.ª-3.ª f	23h	5.4%	28.3						
<i>Enviado Especial</i>	Maio-Dez	D/2.ªf	22h	10.3%	32.1%						
<i>Domingo Desportivo</i>	Abri-Dez	Dom	23h30	6.3%	33.2%						
<i>Histórias da Noite</i>	Ag-Out	2.ª f	22h30	10%	33.2%						

Fonte: Marktest

⁴⁸² Se a 26 de Outubro o debate sobre “o poder local” reúne 6% de audiência, a emissão de 14 de Dezembro, onde se faz o rescaldo das eleições autárquicas, vê subir esse número para 8%. Se o problema da “SIDA na escola” discutido a 12 de Outubro apresenta 6.4% de audiência, a abordagem da “manipulação genética” promovida a 16 de Novembro regista 8.2% de audiência.

Na SIC, os programas de informação colocados na franja posterior à meia-noite ajudam a capitalizar *share*, embora sejam alvo de uma substancial, mas esperada, subtracção de audiência. *Os Donos da Bola* não se ressentem tanto dessa descida, beneficiando não só da expectativa criada à volta de cada emissão como do facto de ser emitido em véspera de fim-de-semana. À semelhança do que se passa na RTP1, os formatos de reportagens de média ou grande duração – *Casos de Polícia* e *Grande Reportagem* – são os que reúnem a percentagem mais elevada de telespectadores, mas, ao contrário do canal generalista público, a SIC não faz zigzaguar a sua informação semanal por diferentes horários, incluindo os programas com *performances* audimétricas mais débeis. Criado em pleno Governo de Cavaco Silva (1994), *A Noite da Má-Língua* atravessa estes primeiros tempos do Governo de Guterres suscitando ainda o interesse do público.

Quadro 30: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da SIC em 1996

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Meses	Dia	Hora	Audiências	Share	Programa	Meses	Dia	Hora	Audiências	Share
<i>CrossFire</i>	Jan-Jul	3.ª f	23h30	8.4%	44.6%	<i>A Noite da Má Língua</i>	Ano	varia	23h30	9.4%	50.5%
<i>Esta Semana</i>	Out-Dez	3.ª f	23h30	7.4%	38.7%						
<i>Casos de Polícia</i>	Ano	4-5.ª f	varia	14.7%	54.9%						
<i>Grande Reportagem</i>	Maió-Set	5.ª f	23h30	9.3%	50.4%						
<i>Donos da Bola</i>	Ano	6.ª f	00h30	5.4%	45.9%						
<i>Flashback</i>	Ano	2.ª f	01h00	1.1%	35.8%						
<i>Verdes Anos</i>	Maió-Dez	5.ª f	00h30	1.5%	49.5%						
<i>Escrita em Dia</i>	Maió-Dez	3.ª f	01h00	0.9%	32.6%						
<i>Conversas Secretas</i>	Nov-Dez	2.ª f	1h30	1.9%	72.3%						

Fonte: Marktest

Na TVI, as maiores audiências na informação semanal pertencem a programas que surgiram no Outono, período em que o canal prometera uma substancial renovação na oferta televisiva. Repartidos por três géneros, *Pontos nos Is* (reportagem), *Sem Reservas* (debate) e *Carlos Cruz* (entrevista) não alcançam, no entanto, números muito expressivos. Pelo contrário. Em termos de *share*, o programa do director-geral da estação é ultrapassado por dois formatos similares a um noticiário: um dedicado à economia (*Jornal de Negócios*), outro centrado em questões internacionais (*Jornal do Mundo*).

Quadro 31: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da TVI em 1996

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Meses	Dia	Hora	Audiências	Share	Programa	Meses	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Grande Plano</i>	Jan-Jun	6.ªf	24	1.6%	10.6%						
<i>Sem Reservas</i>	Set-Nov	6.ª f	23h	1.7%	5.8%						
<i>Carlos Cruz</i>	Set-Dez	5.ªf	22h30	3%	12%						
<i>Pontos nos Is</i>	Set-Dez	3.ªf	21h	2.6%	6.3%						
<i>1ª Fila</i>	Jan-Jul	2.ª f	00h30	1.1%	10.3%						
<i>Jornal de Negócios</i>	Jan-Jul	3.ª f	00h30	1.1%	15.6%						
<i>Jornal do Mundo</i>	Jan- Nov	4.ªf	00h30	1.1%	12.6%						

Fonte: Marktest

2.1. Uma informação diversificada em horários alternativos

Em 1996, com exceção do sábado, todos os serões são preenchidos com informação semanal num dos canais generalistas. Isso acontece porque a engenharia de programação seguida é, sobretudo, a da alternância, adoptando-se estratégias de confronto apenas nos debates televisivos, nomeadamente no último trimestre do ano, altura em que RTP, SIC e TVI elegem a 3.ª feira para este género de programas. Para os outros formatos, opta-se por uma oferta desencontrada. Por uma questão conjuntural no caso das emissões desportivas: se a RTP detinha o exclusivo de grande parte das transmissões dos desafios de futebol, poderia promover uma emissão de balanço desses jogos; a SIC respondia com uma emissão de antecipação nas noites de 6.ª feira, estruturada por peças de investigação jornalística e por um debate em estúdio. Por uma questão operativa, na medida em que alguns formatos se dirigiam ao mesmo *target*, sendo, por isso, preferível colocá-los em serões diferentes. Por exemplo, *Enviado Especial* (RTP1) e *Grande Reportagem* (SIC) ou *Histórias da Noite* (RTP1) e *Casos de Polícia* (SIC).

2.1.1. Confronto nos debates e alternativa na restante programação

No primeiro semestre do ano, a SIC e a RTP elegem duas noites para os seus principais programas de informação, mas em cada uma delas os dois canais apresentam uma oferta distinta. À 3.ª feira, a SIC emite *Crossfire* (debate), a RTP contrapõe *Ligações Perigosas* (*talk show*)⁴⁸³; à 4.ª feira, o operador público

⁴⁸³ *Ligações Perigosas* estreia-se a 7 de Maio e mantém-se no ar até 6 de Agosto. *Crossfire* está na grelha desde o início do ano e prolonga-se até 9 de Julho. Coabitaram dois meses.

emite *Prova Oral* (debate), a estação privada coloca no ar *Casos de Polícia* (reportagem e debate). Nestes dois serões, o canal privado reúne sempre valores médios de audiência e de *share* superiores, recolhendo mais benefício à 4.^a feira.

Centrado em problemáticas e convidados do campo político e com uma periodicidade muito irregular, *Prova Oral* mantém-se no ar até finais de Março, com um número de telespectadores reduzido. Apenas por uma vez sai do território político que tinha escolhido como linha editorial e aí ganha audiência⁴⁸⁴, mas essa excepção não provoca reajustamentos na sua rota. À mesma hora, na SIC debatem-se temas sociais, nomeadamente questões ligadas à criminalidade, em *Casos de Polícia*, um programa criado em 1993 e que, três anos depois, continua a reunir altos índices de audiência. Comparando a audiência e o *share* médios respeitante a datas em que ambos os programas se sobrepuseram, a diferença é significativa. Isso poderia constituir um indício de que a política e os políticos já não suscitavam o interesse que haviam provocado no público num passado recente. Seria essa uma interpretação algo abusiva, na medida em que *Crossfire*, que se mantém em antena até Julho, selecciona grande parte dos seus convidados entre a classe política, obtendo bons desempenhos audimétricos. É certo que a emissão com mais audiência teve como convidado principal o bispo João Luís, da Igreja Universal do Reino de Deus⁴⁸⁵, mas as emissões com políticos também foram bem sucedidas⁴⁸⁶.

Não tendo (teoricamente) o mesmo público-alvo, o debate *Crossfire* na SIC e o *talk show* *Ligações Perigosas* encetaram, no tempo em que coabitam, uma certa concorrência. Na estreia (7/5), *Ligações Perigosas* escolhe para debate a seguinte pergunta: “*será que um homem poderá ser amigo de uma mulher atraente sem pensar em sexo?*”. Nessa noite, *Crossfire* opta por discutir um tópico semelhante, entrevistando Lígia Amâncio, uma académica que desenvolve investigações em torno das questões de género, mas isso não é suficiente para reter maior número de telespectadores⁴⁸⁷. Apesar de nunca ultrapassar o *share* do debate da SIC, o *talk show* da RTP regista, por mais quatro vezes, uma audiência média superior. Justificar-se-ão esses valores pela temática discutida? Não, porque o formato da TV pública constrói as conversas em estúdio em torno do relacionamento homem/mulher, enquanto a SIC vai diversificando as entrevistas entre a política, a economia, o desporto e a justiça. Poder-se-á argumentar que as oscilações são tributárias do perfil de convidados? Não propriamente, porque *Ligações Perigosas* escolhe os seus interlocutores no mundo do espectáculo (teatro, música, cinema) ou da televisão, enquanto *Crossfire* vai buscar os entrevistados a campo

⁴⁸⁴ Foi a 14 de Fevereiro, quando discutiu o suicídio na adolescência com o psiquiatra Daniel Sampaio, a investigadora Berta Macedo, o presidente da CONFAP, Fernando Regateiro, e o jesuíta Vasco Magalhães. Audiência média = 6%; *share* médio = 23%.

⁴⁸⁵ Essa emissão que vai para o ar a 30 de Janeiro obtém 18.8% de audiência e 72.4% de *share*.

⁴⁸⁶ A entrevista com o primeiro-ministro António Guterres (9/4) reúne 16.9% de audiência e 46.8% de *share*. A emissão com Rui Mateus, que lançara um livro com declarações polémicas para o PS, tem 10.5% de audiência e 42.5% de *share* (6/2). Com o presidente do PSD, Marcelo Rebelo de Sousa, como entrevistado a audiência é de 9.9% e o *share* de 39.9% (16/4).

⁴⁸⁷ Nessa noite, *Ligações Perigosas* apresenta uma audiência de 8.7% e um *share* de 22.9%, enquanto *Crossfire* tem uma audiência de 6.4% e um *share* de 37%.

diversificados, consoante a temática em debate. Por outras palavras, a continuidade de tópicos e a estabilidade no perfil de convidados não proporcionam ao *talk show* da RTP uma constância audimétrica; a diversidade de temas e de interlocutores não permite à SIC descobrir o tipo de debate que congrega mais audiências.

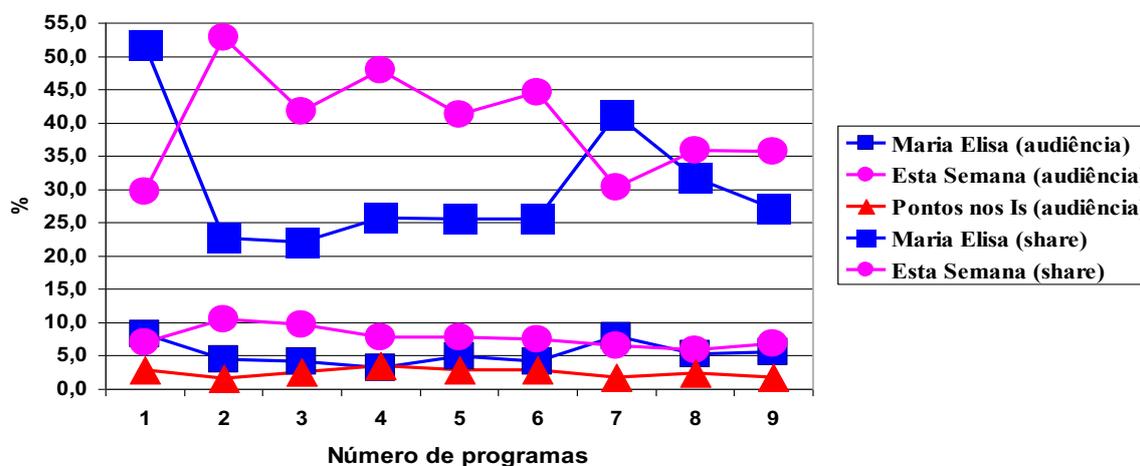
Na temporada de Outono, RTP1, SIC e TVI ocupam o segmento das 23h00 de 3.^a feira com um dos seus principais programas de informação. Nem todos esses formatos são estreias. O debate *Maria Elisa* (RTP1) havia surgido a 2 de Maio e fora interrompido para férias a 25 de Julho. A 26 de Setembro, ressurgiu no horário habitual, ou seja, à 5.^a feira, mas, na semana seguinte (1 de Outubro), e quando já está no ar a promoção do novo debate da SIC, muda para o serão de 3.^a feira, antecipando-se uma semana à estreia de *Esta Semana*, que substituiu *Crossfire*, o programa emitido nessa mesma franja horária até 9 de Julho. *Pontos nos Is*, um formato feito com reportagens, estreia-se na grelha da TVI a 24 de Setembro, não contando, nessa noite, com a concorrência de programas de informação nos outros canais, registando, por isso, os índices mais elevados de audiência e de *share*: 4.7% e 12.2%, respectivamente. A partir daí, esses valores descem drasticamente, mantendo-se quase inexpressivos até final do ano. O mesmo não se passa nas emissões de *Maria Elisa* e de Margarida Marante.

Na noite de estreia de *Esta Semana*, o debate da TV pública elege o surpreendente tema “*a música pimba*”, enchendo o estúdio com cantores populares que misturam a conversa com a interpretação de canções. Na SIC, a essa hora, discutia-se a justiça com o director da PJ, o juiz Rui Rangel, o penalista Marques da Silva e o presidente da Associação de Apoio aos Reclusos. Desse embate, resulta para *Maria Elisa* 8.3% de audiência e 51.6% de *share* e para *Esta Semana* 6.9% de audiência e 29.7% de *share*. Tratava-se de um auspicioso recomeço para a formato da televisão pública, que, no entanto, não veio a ter muitas réplicas. Beneficiando de uma audiência que acompanhava maioritariamente a oferta televisiva do canal, a emissão da SIC tem quase sempre uma audimetria superior. Excepto em duas emissões: a de estreia, que já referimos, e a 26 de Novembro, quando Margarida Marante fala com Alberto João Jardim acerca do seu futuro político e *Maria Elisa*, aproveitando a mediatização que se fazia à volta da interrupção voluntária da gravidez, escolhe como tema de discussão o tópico “*mães solteiras*”, dando início ao programa nestes termos:

“*Nos últimos tempos muito se tem ouvido falar do aborto. Aqui ouviremos falar de dificuldades e de casos felizes, de mulheres que, por opção ou fatalidade, assumiram sozinhas a responsabilidade de uma família.*”

O *plateau* de *Maria Elisa* é ocupado por especialistas (uma pedopsiquiatra, uma jurista, uma psicóloga, uma socióloga da saúde...) e por muitas mães solteiras onde se misturavam figuras mediáticas (uma cantora, uma deputada...) com pessoas desconhecidas da opinião pública. Nessa noite, *Esta Semana* reúne um *share* médio de 30.2%, enquanto *Maria Elisa* alcança uma percentagem de 41.2%. Nas restantes emissões, há uma diferença sempre a favor do debate da SIC, mas cada um dos debates regista oscilações substanciais, resultante, em parte, da coabitação no mesmo segmento horário. Neste confronto, *Pontos nos Is* não reúne valores próximos dos dois debates que iam para o ar em simultâneo com as suas reportagens que incidiam em temas nacionais, sem suscitar nunca um interesse efectivo do público.

Gráfico 3: Audiências comparativas dos debates em 1996



2.1.2. A adopção de segmentos tardios para programas informativos

A opção de arrastar a informação temática para horários tardios se, por um lado, libertava o segmento de maior audiência para o entretenimento, por outro, ocupava uma franja vocacionada para públicos minoritários (os que vêem TV pela madrugada adentro) com uma oferta que conferia à estação traços distintivos. Na SIC, as apostas centram-se à 2.^a feira na política (com *Flashback*, ao qual sucede, em finais de Novembro, *Conversas Secretas*), à 3.^a feira na literatura (com *Escrita em Dia*), à 5.^a feira na adolescência (com *Verdes Anos*) e à 6.^a no desporto (com *Os Donos da Bola*). Na TVI, o serão de 2.^a feira é reservado ao cinema (com *1.^a Fila*), à 3.^a destaca-se a economia (com *Jornal de Negócios*) e à 4.^a feira fala-se de actualidade internacional (com *Jornal do Mundo*). Destes programas, apenas há sobreposição de *Flashback* e *1.^a Fila*. A RTP ocupa este segmento com o noticiário *24 Horas* e com entretenimento.

Em termos de audiências, o único programa que apresenta uma percentagem que poderia rivalizar com aquela registada na informação semanal de horário nocturno é *Os Donos da Bola*. Para esses

expressivos números contribuem vários factores: o dia de emissão corresponde à véspera do fim-de-semana; a temática relaciona-se com um assunto que mobiliza um público massivo; o tom da conversa é estruturado pelo traço da polémica e por um registo emotivo; os assuntos tratados são antecipados horas antes, no *Jornal da Noite*, abrindo expectativa para o posterior desenvolvimento. Este formato dedicado às controvérsias do mundo do futebol é ultrapassado em termos de *share* por *Verdes Anos*, que beneficia do horário tardio e de uma oferta menos atractiva nos canais concorrentes.

Embora não apresentem substanciais índices de audiência – o que seria, aliás, previsível no segmento horário em causa – os programas emitidos depois da meia-noite permanecem bastante tempo em antena e, nesse período, não alteram o dia de emissão. *Os Donos da Bola* (SIC) e *Jornal do Mundo* (TVI) atravessam todo o ano de 1996. Os restantes permanecem em antena mais de seis meses. Os índices médios de audiência não são muito diferentes daqueles alcançados em cada emissão. Ao nível do *share*, há já significativas oscilações⁴⁸⁸ que resultam de uma oferta mais sedutora nos outros canais ou de atrasos substanciais em relação à hora anunciada para o início do programa⁴⁸⁹.

2.2. A crescente importância dos assuntos sociais

Em 1996, os telespectadores privilegiam emissões de jornalismo policial e de grande-reportagem. Poder-se-ia afirmar que há uma viragem do interesse do público para temas mais sociais, na medida em que os lugares cimeiros não são ocupados pelos grandes debates políticos, como acontecera em 1993. Até certo ponto, foi isso que aconteceu, mas essa inclinação torna-se mais visível a partir de Setembro de 1996 e, mesmo assim, não se trata de uma mudança radical, já que a política continua presente nos *plateaux* televisivos e com razoáveis respostas audimétricas.

No primeiro semestre, *Prova Oral* (RTP1), *Crossfire* (SIC) e *Grande Plano* (TVI) privilegiam a política e os políticos, registando audiências que rondavam (muitas vezes, ultrapassavam) a média global do respectivo programa, ou seja, este tipo de assunto e este perfil de convidados não transferiam público para os canais concorrentes. Na temporada de Outono, cada canal exhibe outros debates que, com excepção de *Maria Elisa*, continuam a dedicar grande atenção ao campo político. Esta tendência é mais acentuada na TVI, sendo também aí que esse tipo de selecção é mais eficaz em atrair o interesse dos telespectadores⁴⁹⁰. Saliente-se

⁴⁸⁸ *Escrita em Dia*, por exemplo, regista valores entre 10% (8/10) e os 83.3% (4/12). Nessas datas, as emissões têm início, respectivamente, às 00h37 e às 2h00 da manhã.

⁴⁸⁹ Para agarrar um público que não via TV até tarde, a SIC repetia estes programas nas manhãs ou tardes do dia seguinte.

⁴⁹⁰ *Sem Reservas* apresenta audiências mais elevadas, quando discutiu “*a Direita em Portugal*” (4/10): 2.5% de audiência e 8.9% de *share*. *Carlos Cruz*, embora tenha registado os índices mais elevados de audiência quando entrevistou D. Isabel Herédia (3/10) e Maria Elisa (7/11), também alcançou bons resultados nas emissões em que os convidados centrais foram políticos.

ainda um programa que não segue critérios jornalísticos, mas que adquire um certo protagonismo graças às expressivas audiências que reúne: *A Noite da Má-Língua*. Os políticos e política constituíam o tema central desta emissão que encontrava a sua singularidade no registo humorístico-sarcástico, através do qual os comentadores residentes desenvolviam uma acalorada conversa. Menos corrosivo para o poder político do que nos anos anteriores, este formato atravessa o ano de 1996 ainda sustentado por um inequívoco interesse do público.

Se os debates se enchiam de política, os formatos que se estruturavam (apenas ou em grande parte) através da reportagem incidiam em problemáticas sociais, registando excelentes *performances* audimétricas em relação à média de audiência do canal, como já foi sublinhado. *Casos de Polícia*, *Histórias da Noite*, *Enviado Especial* e *Grande Reportagem* tinham em comum um jornalismo pró-activo, próximo do quotidiano e feito com fontes de informação que privilegiavam o cidadão comum. Neste período, as estações privadas continuam a apostar em programas de informação temática, exibidos em horário tardio, incidindo em campos que, com a excepção do futebol, tendiam a ser atirados para as margens da actualidade mediática: os livros, as questões relacionadas com a adolescência, a economia, as artes do espectáculo. Pela hora tardia em que eram emitidos, esses programas não tinham audiências altas, mas registavam *shares* expressivos, o que significava que, depois da meia-noite, havia uma camada considerável de público televisivo que preferia programas de informação aos de entretenimento. Essa aproximação dos telespectadores contribui também para que os campos estruturantes dessas emissões adquirissem uma certa visibilidade mediática e uma importância pública acrescida, patente, por exemplo, na inclusão dos respectivos campos temáticos nos debates de horário nocturno.

A partir de Outubro, os principais debates/entrevistas das estações generalistas – *Maria Elisa*, *Esta Semana* e *Carlos Cruz* – embora não tivessem expulsado a política e os políticos dos respectivos *plateaux*, chamam sistematicamente para discussão temáticas de outros campos sociais, uma tendência mais acentuada no programa do canal público. As audiências, por seu lado, vão oscilando entre uns e outro.

Quadro 32: Temas com mais audiência nos debates do último trimestre de 1996

Lugar	<i>Esta Semana</i> (SIC)			<i>Maria Elisa</i> (RTP1)			<i>Carlos Cruz</i> (TVI)		
	Data	Tema	Audiência	Data	Tema	Aud.	Data	Tema	Audiência
1ª	15/10	Droga e seus tratamentos	10.5%	8/10	Música pimba	8.3%	3/10	D. Isabel Herédia	6.8%
2ª	22/10	Entrevista a Mário Soares	9.7%	26/11	Mães Solteiras	7.9%	7/11	Maria Elisa	4.6%
3ª	29/10	O Tabaco	7.7%	17/12	Maus-tratos a crianças	5.6%	26/12	Primeiro-Ministro	3.6%
4ª	5/11	Proença de Carvalho sobre o caso “Leonor Beleza”	7.7%	10/12	A Dor	5.3%	5/12	Ferreira do Amaral, ex-ministro do PSD	3.2%

Fonte: Markttest

Se os debates e as entrevistas excluem das suas conversas os temas internacionais, essa área não está ausente da informação semanal emitida em período nocturno e encontra globalmente boa receptividade junto das audiências⁴⁹¹. A RTP e a SIC têm alguns sucessos de audiências através de reportagens feitas fora do país. *Enviado Especial* (RTP1) estreia-se com um trabalho intitulado “*Filões da Morte*” (19/5), que retratava o trabalho dos mineiros em Espanha, registando uma audiência de 8.8% e um *share* de 23.5% – valores aumentados por outras emissões semelhantes⁴⁹². Também *Grande Reportagem* (SIC) presta particular atenção a realidades internacionais. No primeiro programa, emite-se um trabalho intitulado “*Os Meninos de Angola*” (16/5), que regista a audiência mais alta desta série (14%) e um dos *shares* mais elevados (57.7%). Números aproximados destes repetir-se-iam com temáticas afins⁴⁹³. Acrescente-se, por outro lado, que algumas reportagens que incidiam em tópicos nacionais ultrapassam esses valores⁴⁹⁴, mas isso não constitui uma tendência, o que significa que a delimitação ou alargamento de fronteiras não condicionavam automaticamente a adesão dos telespectadores.

⁴⁹¹ A actualidade internacional é tratada na TVI, no *Jornal do Mundo*, que atravessa quase todo o ano.

⁴⁹² Como a de 1 de Setembro, que explora a possibilidade de vida em Marte (12.7% de audiência e 43.6% de *share*) ou a de 15 de Setembro, que apresenta uma reportagem intitulada “*Cabinda: Independência ou Morte*” (14.3% de audiência e 38.9% de *share*).

⁴⁹³ Por exemplo, com “*Tortura em Nome de Deus*”, uma reportagem emitida a 13 de Junho sobre o Togo, onde os jovens são castrados (12.4% de audiência e 63.7% de *share*); ou com “*Yanomami: A Nossa Gente*”, que retratava, a 12 de Setembro, uma tribo da Amazônia ameaçada de extermínio (11.7% de audiência e 51.8% de *share*).

⁴⁹⁴ A emissão de *Enviado Especial* com índices mais elevados de audiência e de *share* é a de 7 de Julho, tendo como tema a violência doméstica. A 8 de Agosto, *Grande Reportagem* exhibe “*Vidas Estilhaçadas*”, um trabalho sobre colégios do Instituto de Reinserção Social, reunindo o segundo valor mais alto de audiência (13%) e o mais alto índice de *share* do programa (66.3%).

3. 1998– O sucesso de uma informação médica pela positiva

Na RTP1, o programa consagrado à grande-reportagem, que a Direcção de Joaquim Furtado reabilitara, é o que reúne a audiência média mais alta, mas sai de antena quando entram os novos directores de Informação e de Programas. Os formatos que ocupam o segundo e terceiros lugares correspondem a programas que já estão há alguns anos na grelha do canal generalista público. Em termos gerais, em 1998, a informação semanal não ajuda a rentabilizar os (baixos) índices de audiência da RTP1.

Quadro 33: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da RTP1 em 1998

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Meses	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Meses	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Maria Elisa</i>	Jan a Dez	5.ª f	irregular	5.7%	26.2%						
<i>Grande Entrevista</i>	Abril a Dez	5.ª f	23h00	4.3%	21%						
<i>Enviado Especial</i>	Jan a Abril	4.ª f	22h30	7.2%	26.3%						
<i>Reportagem</i>	Maio a Dez	varia	23h30	3.3%	23.5%						
<i>Radar</i>	Out-Dez	6.ª f	00h00	2.5%	14.5%						
<i>Domingo Desportivo</i>	Jan a Maio/ Agost/Dez	Dom	varia	6%	28.9%						
<i>Máquinas</i>	Abril a Dez	6.ª f	2h	1.1%	17.8%						
<i>Rotações</i>	Abril a Dez	3.ª f	2h	0.5%	20.9%						

Fonte: Marktest

À semelhança dos anos anteriores, *Casos de Polícia* continua a ser um fenómeno no que diz respeito à captação de audiências. O mesmo se passa com *Grande Reportagem*, que apresenta valores muito próximos dos já elevados números que reunira em 1996. A surpresa, ao nível da audiência média, situa-se num formato novo que a SIC coloca em horário nobre: *Ficheiros Clínicos*. Este programa, que acompanha casos de doenças graves, é um dos que, nesta década, mais público reúne à sua volta. Quanto aos *talk shows*, *Filhos da Nação* abandona a grelha passado pouco tempo, acumulando sucessivos insucessos.

Quadro 34: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da SIC em 1998

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Meses	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Meses	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Esta Semana</i>	Jan a Jul	5.ª f	23h15	7.4%	41.5%	<i>Filhos da Nação</i>	Jan a Abr	varia	23h30	5.6%	38.9%
<i>Casos de Polícia</i>	varia	4.ª f	varia	10.5%	52.2%						
<i>Grande Reportagem</i>	Set a Dez	5.ª f	23h30	8.3%	49.5%						
<i>Donos da Bola</i>	Jan a Jun// Set a Dez	6.ª f	23h30	4.5%	41.4%						
<i>Ficheiros Clínicos</i>	Agos a Nov	Dom	22h00	11%	44.5%						
<i>Conversas Secretas</i>	Ano	2.ªf-4.ªf	2h00	0.6%	28.5%						

Fonte: Marktest

A TVI apresenta um número muito reduzido de programas de informação semanal. Com excepção de *Golo!*, os restantes formatos são essencialmente noticiosos, subtraindo qualquer espaço para o debate que eventualmente pudessem albergar. Os (poucos) telespectadores que sintonizam esta estação durante o ano de 1998 fazem-no mais quando se programam emissões de desporto, nomeadamente de futebol.

Quadro 35: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da TVI em 1998

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Talk shows					
Programa	Meses	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Meses	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Lanterna Mágica</i>	Ano	4.ªf	01h00	0.7%	15.5%						
<i>Quarta a Fundo</i>	Ano	2.ª f	00h30	0.6%	12.1%						
<i>Linha de Fundo</i>	Jan-Maio	5.ªf-2.ªf	23h	2.5%	14%						
<i>Golo!</i>	Out-Dez	3.ª f	00h00	1.2%	11.9%						

Fonte: Markttest

3.1. Entre os debates e a informação temática

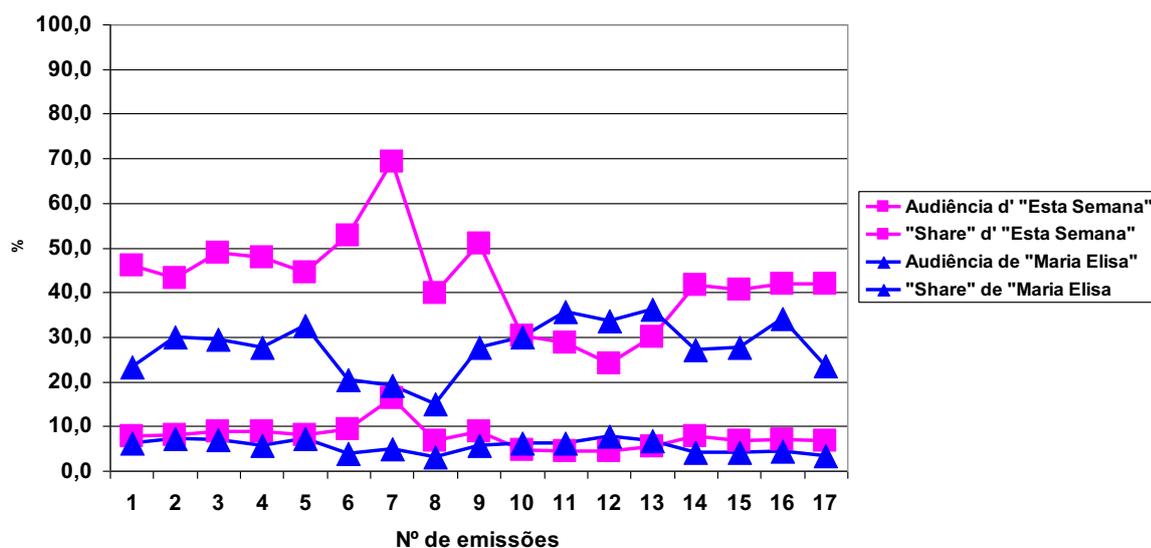
3.1.1. A concorrência de programas conduzidos por jornalistas rivais

Quando a SIC apareceu (Outubro de 1992), já Maria Elisa apresentava na RTP1 o principal debate emitido em horário nocturno, nessa altura em parceria com o director-geral do operador público, José Eduardo Moniz. A estação privada contrapôs dois programas autónomos, conduzidos pelos jornalistas Miguel Sousa Tavares e Margarida Marante. Entretanto, Moniz e Sousa Tavares haveriam de decidir, por motivos diferentes, abandonar as estações onde trabalhavam. Ficaram Maria Elisa e Margarida Marante, que, desde 1996, rivalizam no mesmo horário com formatos semelhantes. A primeira insiste em desvalorizar a concorrência que a segunda reconhece que existe. Em 1998, o confronto torna-se mais evidente, porque há menos programas de informação nos canais generalistas e, de entre aqueles que existem, *Maria Elisa* e *Esta Semana* sobressaem pela longevidade que apresentam, por serem conduzidos por jornalistas que reúnem um considerável capital de notoriedade mediática, por alguma originalidade na escolha de temas e por um certo desvio das fontes institucionais.

Porque também beneficia da integração num canal com uma audiência mais elevada, *Esta Semana* suplanta quase sempre *Maria Elisa* em 1998, mas ambos os programas reúnem um grande número de telespectadores quando o mote do debate reivindicava discursos emotivos como elemento importante de

informação e/ou explicação⁴⁹⁵. Destacando as emissões em que estes formatos se sobrepõem, nota-se que, nas primeiras cinco semanas, o número de telespectadores é aproximado, com uma vantagem para a SIC que, nos quatro programas seguintes, capitalizaria mais público. Será essa diferença tributária da escolha dos temas? É verdade que aquilo de que se fala tem uma certa influência na audiência que se seduz para determinada emissão, mas não é um elemento decisivo. Por exemplo, Margarida Marante ultrapassa Maria Elisa quando contrapõe “os crimes passionais” à “Expo '98” (5/2), mas a jornalista do canal público não vê repetido esse quadro na noite em que a sua alternativa ao debate da SIC sobre “crianças na ribalta” é a “infidelidade” (26/2). A partir da décima semana, *Maria Elisa* consegue, durante três semanas, liderar as audiências nas noites de 5.^a feira com emissões onde se discutiam os seguintes temas: fobias, filhos de pais separados e tango. Margarida Marante falava àquela hora, sucessivamente, da crise na ajuda humanitária, da SIDA e entrevistava o presidente do PSD, Marcelo Rebelo de Sousa. Nos programas seguintes, o debate da SIC reajustará a sua linha editorial a temáticas que cruzam o público e o privado. Como o “stress” ou o “Viagra”. E conquista mais audiência.

Gráfico 4: Audiência comparativa de “Esta Semana” e “Maria Elisa”



⁴⁹⁵ As cinco emissões de *Esta Semana* com mais audiência foram as que abordaram os seguintes temas:

- Crianças na ribalta (26/2) = 16.3%;
- Geração ecstasy (19/2) = 9.3%;
- Sangue contaminado (29/1) = 8.9%;
- Operação Casal Ventoso (12/3) = 8.9%;
- Crimes Passionais (5/2) = 8.7%.

As cinco emissões de *Maria Elisa* com mais audiência tiveram os seguintes temas:

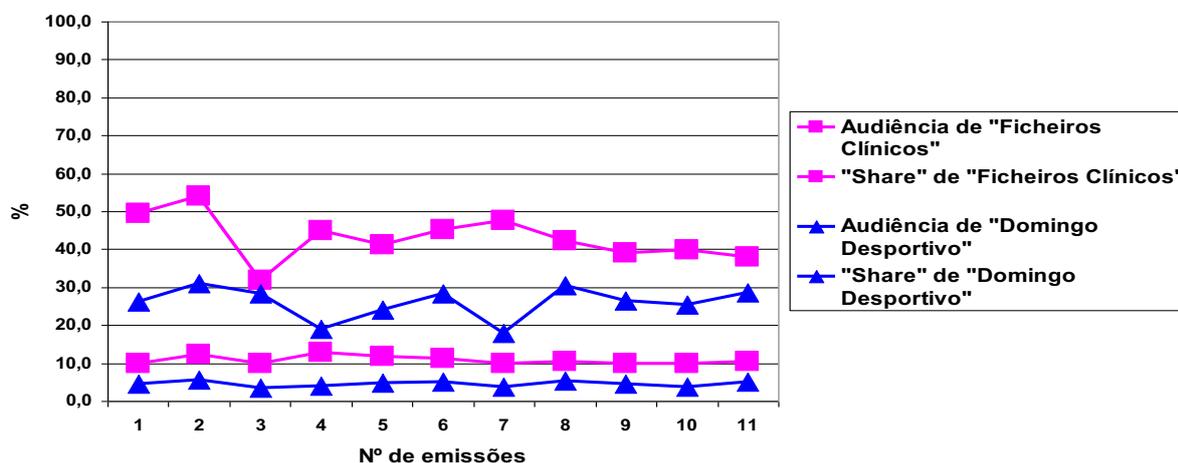
- Dor (17/9) = 8.1%;
- Repouso dos guerreiros (1/10) = 8.1%;
- Filhos de pais separados (23/4) = 7.8%;
- Violência doméstica (22/1) = 7.2%;
- Andropausa (12/2) = 7.2%.

Demonstrando uma preferência por temas sociais (embora mantendo-se mais afastadas na escolha dos convidados), Maria Elisa e Margarida Marante nunca preenchem um serão com o mesmo tópico, apesar de cada uma recuperar assuntos explorados no canal concorrente. Margarida Marante analisa “*os crimes passionais*”, duas semanas depois de Maria Elisa ter destacado “*a violência doméstica*”. A jornalista da RTP1 explora “*o pensamento dos animais*”, quando “*os direitos dos animais*” haviam sido discutidos há algum tempo no canal privado e escolhe para tema do último programa do ano “*os cuidados com os alimentos que ingerimos*”, um assunto que *Esta Semana* destacara na segunda emissão de 1998. O decalque temático não implica a repetição das *performances* audimétricas. No caso da alimentação, este tópico reúne no programa da SIC uma audiência média de 8% e um *share* de 43.2%; na RTP alcança uma audiência de 4.5% e um *share* de 17%. O insucesso desta estratégia já tinha sido avaliado várias vezes num passado recente. Talvez por isso seja aconselhável não encarar estas réplicas temáticas como um esforço de recuperar as mesmas audiências. Porque estavam em canais distintos, porque eram transmitidos em tempos descontraídos, porque integravam formatos com algumas especificidades e porque eram debatidos com interlocutores com perfil diferenciado, os debates, mesmo que retomassem o mesmo tema, nunca poderiam ser iguais.

3.1.2. Formatos informativos que inesperadamente entram/saem da grelha de programação

Programar poderá ser arriscar: formatos, conteúdos, segmentos horários. É isso que faz a SIC, em Agosto de 1998, com *Ficheiros Clínicos* e a aposta talvez tenha superado as (melhores) expectativas. Conceber um programa centrado nos casos em que a medicina é bem sucedida (portanto, arredado de polémica), integrá-lo no horário nobre e escolher um serão em que a RTP1 emitia *Domingo Desportivo* seriam passos a evitar num canal generalista privado. Mas não é isso que o director-geral da SIC faz. A ele se deve a ideia de criar *Ficheiros Clínicos*, que se estreia duas semanas antes do reaparecimento do programa de desporto do canal público. Na primeira noite de coabitação, a emissão de Cláudia Borges tem uma queda de audiências (na semana anterior havia registado uma ligeira subida em relação a índices que tinham sido já elevados na estreia), mas, na semana seguinte, os valores voltam a subir e, até ao final de Novembro, mantêm-se superiores àqueles que *Domingo Desportivo* atinge. Não há movimentos de causa-efeito nas curvas ascendentes e descendentes de cada um destes programas.

Gráfico 5: Audiência comparativa de “*Ficheiros Clínicos*” e “*Domingo Desportivo*”



Normalmente não se mexe em programas que se revelam sucessos de audiência, incluindo aqueles que se inserem no campo da informação. No entanto, no início de Abril, o novo director de Informação da RTP retira da grelha do canal generalista público *Enviado Especial*, um formato que ressurgira com a equipa de Joaquim Furtado, que, em Março, abandonara a direcção da empresa pública em conflito aberto com o respectivo Conselho de Administração. Defrontando-se no mesmo segmento horário com *Casos de Polícia*, que na SIC também reunia altas audiências, este programa de grande-reportagem era diversificado nos temas, variado no ângulo geográfico, cumpria a periodicidade semanal e não apresentava oscilações horárias significativas. No tempo em que esteve no ar, recolheu índices de audiência que ultrapassavam a restante informação semanal da RTP, mas isso não teria sido suficiente para fazer perdurar este formato. Em Maio, é substituído por *Reportagem*, que tem significativas oscilações na grelha e audiências inferiores.

3.2. A valorização do campo da saúde

Em 1998, os telespectadores andaram afastados de uma informação semanal centrada na política não só porque os canais generalistas tendiam a excluí-la das suas emissões, mas também porque, quando se insistia nesse campo, as audiências afastavam-se. O que suscitou mais interesse foram os temas sociais, particularmente aqueles relacionados com a saúde. À semelhança dos anos anteriores, o jornalismo policial (*Casos de Polícia* na SIC) e aquele que é integrado no género da grande-reportagem (*Enviado Especial* na RTP1 e *Grande Reportagem* na SIC) obtiveram uma boa receptividade junto dos telespectadores.

Num ano em que se contam apenas dois debates em horário nocturno, privilegia-se nesses espaços a discussão de temáticas sociais, particularmente aquelas que promovem um cruzamento entre o domínio público e o espaço privado. E o público legitima essa opção. Como já sublinhámos, *Esta Semana* (SIC) tem uma audiência superior à de *Maria Elisa* (RTP), mas o debate do operador público regista, por vezes, um número superior de telespectadores, dependendo essa ultrapassagem não só do tema escolhido, mas também daquilo que a concorrência selecciona para o mesmo horário. A partir de 30 de Abril, a RTP1 alterna *Maria Elisa* com *Grande Entrevista* que segue uma linha editorial mais vocacionada para interlocutores institucionais (sobretudo políticos) e, nessas noites, *Esta Semana* também vai fazendo uma inflexão para a política⁴⁹⁶. Nesses serões, ambos os programas perdiam um número significativo de pessoas que voltavam a recuperar na semana seguinte, quando o tema se recentrava em discussões à volta do quotidiano, principalmente em torno de relacionamentos afectivos.

⁴⁹⁶ Ao chamar para debate a crise na Guiné-Bissau (duas emissões) e para entrevista os líderes partidários do PSD, PP e PCP, Margarida Marante obteve os mais baixos índices de audiência, não rentabilizando um público que, àquela hora, não estaria a ver *Grande Entrevista*, já que o programa de Judite de Sousa reunia menos pessoas do que o debate de Maria Elisa.

Pela elevada audiência registada em *Ficheiros Clínicos*, poder-se-ia afirmar que a saúde é o campo mais privilegiado por quem em 1998 consome a informação televisiva semanal. Nas 13 emissões da primeira série, o programa de Cláudia Borges reúne índices que ultrapassam quase sempre os 10% de audiência média. Sublinhe-se aqui este facto: as emissões com mais e menos público apresentam os mesmos convidados e temas similares: tumores cerebrais e problemas urinários, discutidos em estúdio pelos médicos Rodrigo Guedes de Carvalho e Manuel Cunha e Sá, respectivamente⁴⁹⁷.

As emissões de grande-reportagem da SIC e da RTP1 também são espaços congregadores de público, mas essa tendência, que já tinha estado a registar-se há alguns anos, não se estende a *Reportagem*, que surge em Abril no canal público. Apesar de retomar temas tratados em formatos idênticos, este novo programa não soma um número significativo de telespectadores, em grande parte devido ao horário tardio para o qual foi remetido (muito depois da meia-noite). Iniciando-se por volta das 23h00, *Enviado Especial* (RTP1) e *Grande Reportagem* (SIC) – que nunca coincidiram no tempo – não têm dificuldade em cativar audiências, que não manifestam preferência por um assunto em particular. De âmbito nacional ou extravasando as nossas fronteiras, centrados em problemáticas sociais ou incidindo em campos políticos, as reportagens apresentadas tiveram amplo público. Naturalmente uma emissão mais tardia terá dificuldades acrescidas em atrair um índice elevado de audiência, mesmo em formatos conceituados. Foi o que aconteceu em 1998 com *Casos de Polícia*, que, quando programado para a franja horária entre as 22h30 e as 23h00, reunia uma audiência superior a 10% e, quando colocado perto da meia-noite, descia para valores na ordem de apenas um dígito.

Ao nível do desporto, a informação semanal dos canais generalistas divide-se entre programas que privilegiam o futebol (na SIC *Os Donos da Bola*, na RTP1 *Domingo Desportivo* e na TVI *Linha de Fundo e Golo!*) e o automobilismo (na RTP1 *Máquinas e Rotações* e na TVI *Quarta a Fundo*). Em termos de audiências, destaca-se *Domingo Desportivo*, que reúne elementos que ajudam a capitalizar telespectadores: estava integrado num canal que detinha o exclusivo de vários desafios de futebol, era emitido no rescaldo dos jogos de fim-de-semana e num segmento horário vocacionado para o grande público (antes da meia-noite). No que diz respeito ao *share*, *Os Donos da Bola* é o programa que quase duplica o valor reunido pelo formato semelhante do canal público. As emissões desportivas da TVI não têm qualquer visibilidade audimétrica, nem mesmo *Quarta a Fundo*, que acompanha o canal desde o seu nascimento (1993), consegue um índice de audiência que ultrapasse os (baixos) valores que os formatos do mesmo tipo somam na RTP1.

⁴⁹⁷ Na estreia, *Ficheiros Clínicos* destaca os aneurismas no cérebro, convidando para debate o neurocirurgião Manuel Cunha e Sá e o psicanalista Carlos Amaral Dias (9/8): 10.2% de audiência e 54.3% de *share*. Este tema viria a ser retomado em finais de Outubro (25/10): 9.9% de audiência e 39.1% de *share*. A incontinência urinária é o tema do segundo programa (16/8), debatido em estúdio pelo urologista Rodrigo Guedes de Carvalho: 14.2% de audiência e 58.1% de *share*. Os problemas urinários seriam retomados para falar dos tumores da próstata e Cláudia Borges voltou a chamar o mesmo urologista (1/1): 9.8% de audiência e 39.8% de *share*.

4. 2001 – O desaparecimento da informação semanal dos canais privados

É no canal generalista público que se encontram os programas de informação semanal, mas essas emissões não ajudam a RTP1 a capitalizar audiências. Indo para o ar sempre no mesmo dia, mas oscilando bastante em termos de periodicidade e de horário, cada formato não revela força suficiente para atrair o público, apesar de ser colocado no segmento que antecede a meia-noite. Nos três meses de emissões, *O Rosto da Notícia*, que integrava uma entrevista ou um debate, é seguido por um número bastante baixo de telespectadores. Os formatos que incluem reportagens – como é o caso de *Grande Informação*, *Grande Repórter* e *Histórias da Noite* – somam mais pontos, embora continuem a apresentar percentagens que denunciam um certo afastamento das audiências em relação a este tipo de programação. A discussão em torno do futebol promovida em *Jogo Falado* segue a tendência global da informação semanal da RTP1.

Quadro 36: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da RTP1 em 2001

Programas de debate, entrevistas e reportagens						Infotainment					
Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Sem.	Dia	Hora	Aud.	Share
<i>O Rosto da Notícia</i>	Abr-Jun	Dom	23h	2.9%	11%						
<i>Grande Informação</i>	Mar-Jun/Set-Dez	5.ª f	Varia	5.1%	14.2%						
<i>Grande Repórter</i>	Jan-Fev// Jul-Set	5.ª f	Varia	3.5%	11.6%						
<i>Histórias da Noite</i>	Ano	6.ª f	Varia	2.9%	14%						
<i>Jogo Falado</i>	Ano	2.ª f	23h	3.6%	18.7%						

Fonte: Marktest

Nos canais privados, são os programas desportivos, estruturados pelo debate de questões ligadas ao universo futebolístico, que constituem a oferta televisiva ao nível da informação semanal. Colocados em horários muito tardios – sempre depois da meia-noite – *Jogo Limpo* e *A Bola é Nossa* têm uma audiência residual e um *share* não muito elevado, tendo em conta que muitas emissões iam para o ar já de madrugada (entre as duas e três da manhã).

Quadro 37: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da SIC e da TVI em 2001

Programas de debate, entrevistas e reportagens											
Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Sem	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Jogo Limpo</i>	Jan-Maio	6.ª f	varia	0.8%	26.9%						
<i>A Bola é Nossa</i>	Jan-Jun	5.ª f	varia	1.9%	28.3%						

Fonte: Marktest

Ao comparar as audiências dos três programas de informação desportiva, constata-se que os valores são muito baixos e o respectivo *share* apresenta oscilações significativas. Arrastados para um horário cada vez mais tardio, os formatos da SIC e da TVI desaparecem da grelha a partir de Junho. Numa conferência de imprensa, realizada a 16 de Janeiro de 2001, o director da TVI, José Eduardo Moniz, diz que a sua estação estava atenta às preferências do público. O director da SIC, Emídio Rangel, também sublinha que “os programas, quando deixam de ter público, acabam” (“*Jornal de Notícias*”, 6 de Fevereiro de 2001).

5. 2003 – Apostas numa informação que não reúne audiências

É em programas de periodicidade bastante periclitante que a RTP1 capitaliza mais audiência. Apresentando-se em regime de alternância semanal, *Grande Entrevista* e *Grande Repórter* são os que reúnem mais telespectadores, embora registem uma percentagem reduzida. Com emissões que surgem em antena de forma intermitente, *Fora de Jogo*, o único programa de desporto semanal emitido em canal aberto na franja horária da noite, soma apenas 2.5% de audiência. *Prós e Contras*, o debate que aparece regularmente nas noites de 2.^a feira, é seguido por um número não muito significativo de portugueses, mas é o programa de informação semanal com o mais alto índice de *share* da RTP1.

Quadro 38: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da RTP1 em 2001

Programas de debate, entrevistas e reportagens						<i>Infotainment</i>					
Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Sem.	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Prós e Contras</i>	Ano	2. ^a f	22h30	3.4%	15.4%						
<i>Grande Entrevista</i>	Ano	varia	varia	5%	14.9%						
<i>Grande Repórter</i>	Ano	varia	varia	4.5%	13.8%						
<i>Fora de Jogo</i>	Até Maio	3. ^a f	varia	2.5%	15.2%						

Fonte: Marktest

Na grelha da SIC, conta-se apenas um programa de informação semanal, *Hora Extra*⁴⁹⁸, que permanece em antena até Julho, colocado sempre em horário tardio, apresentando uma audiência baixa e um *share* não muito expressivo. A estação privada ensaia, entretanto, outro género de programação, mais próxima do *infotainment*, centrado em formatos que conferem à TV o papel de justiceira e de reconstrução de uma ordem pública que as instituições competentes parecem não ser capazes de instituir. Apresentando

⁴⁹⁸ Não consideramos os programas que, na grelha de Outono, substituíram *Hora Extra*. *Grande Reportagem* e *Pais Real*, que alternam semanalmente no mesmo horário, permanecem em antena escassas semanas e desaparecem antes do ano terminar.

casos insólitos num tom alarmista (*Bombástico* e *O Crime não Compensa*) ou chamando a estúdio figuras públicas para contarem a sua versão de factos noticiados (*Escândalos e Boatos*), esses programas não foram suficientemente espectaculares para reterem a atenção das audiências.

Quadro 39: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da SIC em 2003

Programas de debate, entrevistas e reportagens						<i>Infotainment</i>					
Programa	Semes	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Sem..	Dia	Hora	Audiência	Share
<i>Hora Extra</i>	1ª sem	4.ª f	00h00	3.4%	27.7%	<i>Bombástico</i>	Jan-Mar	6.ª f	00h00	4.2%	29.6%
						<i>Escândalos e Boatos</i>	Jan-Mar	3.ª f	00h00	4.5%	29.9%
						<i>O Crime Não Compensa</i>	Jan/Julh	3.ª f	00h00	3.3/	29.9%

Fonte: Marktest

Se a oferta televisiva ao nível da informação semanal era escassa na SIC, a TVI insere na sua grelha nocturna apenas um formato que caracteriza como *infotainment*. Conduzido por uma apresentadora sem o estatuto de jornalista que é secundada por um painel de especialistas que ocupam um lado marginal do estúdio, *Eu Confesso* coloca no *plateau* protagonistas de comportamento socialmente reprováveis e vítimas de agressões consideradas criminais. O insólito e os actos por vezes de grande brutalidade a que foram submetidas as vítimas não constituíram elementos suficientes para aumentar os índices de audiência e de *share* num formato que teve assinaláveis oscilações de dias de emissão, mas que se mantém em grelha ao longo de todo o ano de 2003.

Quadro 40: Oferta e consumo da informação semanal de *prime-time* da TVI em 2003

Programas de debate, entrevistas e reportagens						<i>Infotainment</i>					
Programa	Semestre	Dia	Hora	Audiência	Share	Programa	Sem.	Dia	Hora	Audiência	Share
						<i>Eu Confesso</i>	Ano	varia	00h00	3.5%	31.7%

Fonte: Marktest

5.1. A (in)eficácia das linhas editoriais para a informação semanal

5.1.1. Uma audiência dividida entre a política e casos sociais

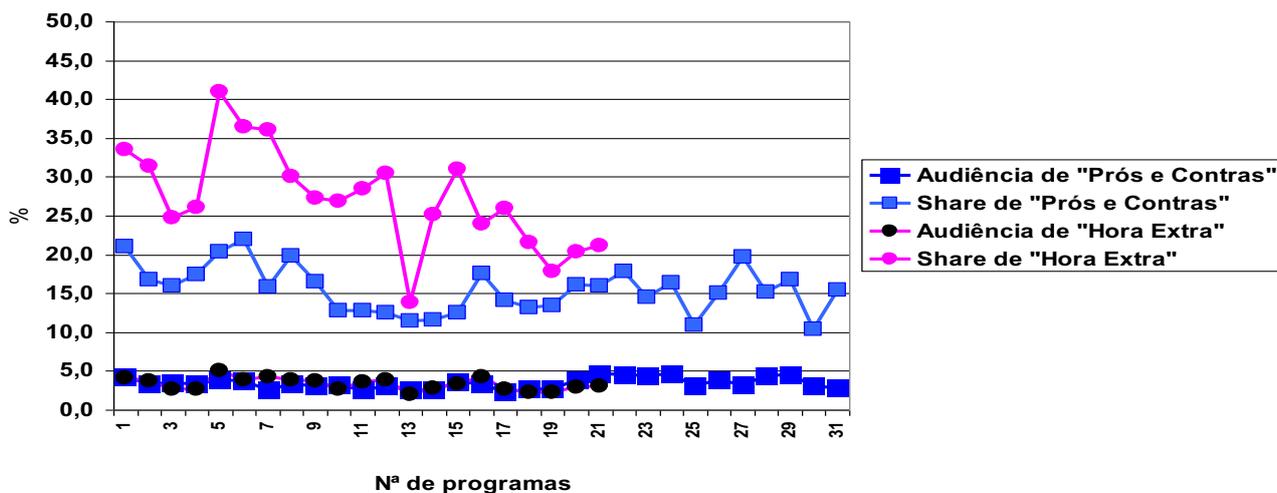
Em 1998, são escassos os programas de informação semanal e, em relação a eles, as audiências dividem-se nos assuntos que preferem ver em discussão. Nas entrevistas dão prioridade à política, nas reportagens e nos debates dividem-se entre as temáticas mais sociais e as políticas.

Nem sempre *Grande Entrevista* chama a estúdio políticos. Percorrendo os convidados de Judite de Sousa em 2003, evidencia-se um grupo bastante heterogéneo, mas isso comporta alguns custos de audiência, principalmente quando os interlocutores provêm do campo da cultura. O escritor Mário Vargas Llosa (23/10) regista o pior índice de audiência do programa (1.5%) e um dos *shares* mais reduzidos (9.6%)⁴⁹⁹. De certa forma, os políticos neutralizam estes números. A entrevista a Cavaco Silva (6/3) regista os índices de audiência e de *share* mais altos do programa: 10.8% e 24.6%, respectivamente⁵⁰⁰. A exceção a esta tendência é a entrevista ao ministro da Presidência Morais Sarmento (26/7), que regista 2.5% de audiência e 7.4% de *share* (o valor mais baixo desta série de *Grande Entrevista*).

Quanto aos debates, a oferta televisiva de 2003 apresenta *Prós e Contras* na RTP1 e *Hora Extra* na SIC. O primeiro é emitido por volta das 22h30 dos serões de 2.^a feira e centra-se, sobretudo, em temáticas perspectivadas a partir do campo político; o segundo vai para o ar depois da meia-noite de 4.^a feira e explora assuntos mais sociais. Em termos audimétricos, há apenas uma diferença ao nível do *share* cuja superioridade pertence à emissão da SIC que beneficia do horário tardio em que vai para o ar. Sendo um debate que privilegiava a política, *Prós e Contras* regista as audiências mais elevadas quando elege como tema “*a crise desportiva e financeira do Benfica*” (28/10: 4.7%) e “*o legado de João Paulo II*” (6/10: 4.6%); e alcança os mais altos índices de *share* quando centra a discussão à volta das seguintes questões: “*vai ser um ano bom ou mau para Portugal?*” (6/1: 21%) e “*existe uma crise de valores na sociedade contemporânea?*” (10/2: 21.9%). Orientado por uma linha editorial mais vocacionada para questões sociais, *Hora Extra* regista as audiências mais altas, quando discute o escândalo de pedofilia da Casa Pia (5/2 e 21/5: 5.1% e 4.3%, respectivamente). Também alcança bons resultados com outro tipo de temática, como “*tatuagens e piercings*” (19/2: 4.3%) ou “*Jet 7 Portugêses*” (12/2: 3.9%). A partir de Junho, os índices de audiência começam a baixar, atingindo valores inferiores àqueles que se registam no início do ano. Depois das férias, o programa coordenado e apresentado pela jornalista Conceição Lino não regressa a antena.

⁴⁹⁹ O mesmo se passara semanas antes (2/10) com Gilberto Gil, convidado mais no seu estatuto de cantor e não tanto de ministro da Cultura do Brasil: 2.1% de audiência e 11.9% de *share*.

⁵⁰⁰ O primeiro-ministro Durão Barroso (16/7), a autarca Fátima Felgueiras (11/7) e o secretário-geral do PS (11/11) alcançaram valores assinaláveis e próximos uns dos outros: entre 8.3% e 9% de audiência e 20.3% e 23% de *share*.

Gráfico 6: Audiências comparativas dos debates da SIC e RTP em 2003

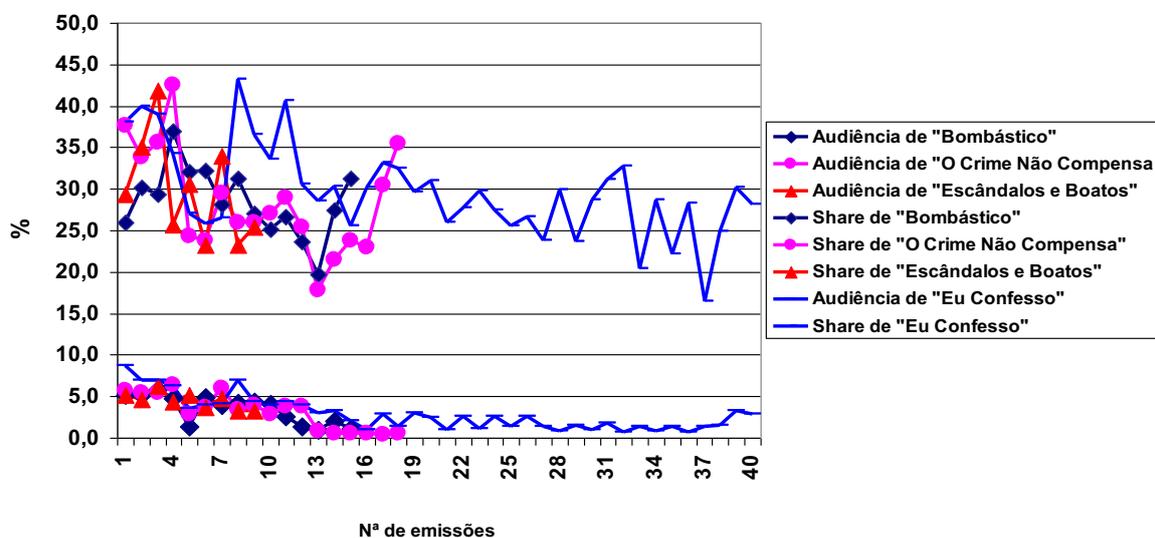
Prolongando-se de Janeiro até Dezembro, mas com uma periodicidade muito instável, *Grande Repórter* adere, nos primeiros meses do ano, ao projecto da RTP *12 Meses, 12 Temas* e, sob o mote das dependências, regista em dois programas consecutivos uma das suas melhores e piores audiências: 5.3% (2/1) e 2.6% (30/1). Elegendo sempre problemáticas sociais como ângulo de reportagem, *Grande Repórter* soma, em 2003, quase tantas emissões regulares (14) como irregulares (12). Umas e outras registaram a mesma audiência média (4.5%) e um *share* muito próximos.

5.1.2. A ascensão e queda da programas de justiça como *infotainment*

Em Janeiro, SIC e TVI exploram um filão de programas que não é propriamente inovador: a confissão ou acusação de atitudes moral e/ou criminalmente reprováveis. Transformar o pequeno ecrã numa sala de tribunal ou num divã de psicanálise não constitui uma novidade no PAP, mas é na forma de apresentação e de abordagem dos casos que este tipo de oferta televisiva introduz algumas mudanças. Estruturados em cenários que desenham lugares mais próximos de uma sala de reuniões ou de uma sala-de-estar do que de instâncias judiciais ou de espaços de análise psicanalítica, estes programas atingem o valor mais alto de audiências nas primeiras emissões, construindo a partir daí uma curva descendente. Neste tipo de oferta é a SIC que soma mais programas: *Bombástico*, *O Crime não Compensa* e *Escândalos e Boatos*. O primeiro é semanal e os dois últimos alternam nas noites de 3.ª feira, uma estratégia de programação não muito habitual na estação de Carnaxide. Na mesma altura, a TVI estreia *Eu Confesso*⁵⁰¹. As audiências de todos estes formatos são similares, embora cada um deles vá para o ar em dias diferentes.

⁵⁰¹ Em Janeiro, a TVI transfere *Vidas Reais* do horário da tarde para o da noite. Este formato não será analisado neste trabalho, por se tratar de um programa com casos inventados e com interlocutores que relatam experiências que não foram por si vividas.

Gráfico 7: Audiências comparativa de programas de "infotainment"



Com as audiências em queda e alvo de bastante polémica, este tipo de oferta televisiva foi desaparecendo progressivamente dos ecrãs da SIC. *Escândalos e Boatos* e *Bombástico* terminam em finais de Março, depois de terem registado, nesse mês, os mais baixos índices audimétricos. *O Crime não Compensa* extingue-se depois de meio ano em antena. *Eu Confesso*, não ultrapassando a barreira de 1% de audiência média, percorre todo o ano de 2003 num horário sempre bastante tardio (perto da 1h00).

6. Do (des)interesse das audiências pela informação televisiva

Se, em 1993, os programadores, por um lado, e as audiências, por outro, manifestam bastante interesse pela informação semanal emitida em período nocturno, em 2003 quem dirige os canais generalistas, principalmente os privados, não tem em relação a esse tipo de oferta televisiva qualquer preferência. O canal de serviço público continua, embora em menor grau, a incluir na sua grelha programas de debate e de grande-entrevista, mas os telespectadores não sintonizam esses conteúdos, ao contrário do que haviam feito num passado recente. Nestes dez anos, o gosto do público alterou-se, mas talvez as maiores modificações tenham ocorrido ao nível da programação, que, nesse tempo, excluiu de forma progressiva a informação semanal das franjas nocturnas de maior audiência.

Em 1993, a informação semanal era alvo de uma grande atenção por parte dos três canais generalistas que, nesse tempo, tendiam a alterar os horários de programas que não apresentassem as audiências esperadas. Os directores do Canal1, da SIC e da TVI – uns mais do que outros, é certo – ensaiam permanentemente estratégias de programação que visavam, acima de tudo, rentabilizar audiências. O que significa que, no primeiro ano de coabitação dos sectores público e privado de TV, a informação constituía uma área através da qual se pretendia atrair a atenção do público para determinado segmento horário. As tácticas começavam logo na concepção do formato, pensado estrategicamente para determinado horário. Essa cumplicidade com as audiências e, conseqüentemente, com os anunciantes é, por vezes, reconhecida pelos próprios jornalistas com funções de apresentadores. Se um programa não resultava em termos de aceitação do público, a opção feita acabava por ser a sua exclusão da grelha.

Há vários estudos, europeus e norte-americanos, que demonstram que a programação televisiva, principalmente em horário nobre, está ao serviço não daquilo que é importante para o público, mas daquilo que faz reverter audiências e, conseqüentemente, receitas publicitárias para o canal. Informação incluída. Em *Inside Prime Time*, Todd Gitlin (1983) – para além de apresentar a televisão como um agente de controlo, que molda percepções, estrutura expectativas e neutraliza uma acção real sobre os factos – constata que os programas são valorizados na justa medida do seu potencial de venda aos anunciantes. Estudando as grelhas de programação entre as 20h00 e as 23h00, este professor de Jornalismo e Sociologia da Columbia University (EUA) reitera aquilo que, anos antes, Adorno havia defendido: os canais de TV uniformizam a oferta televisiva tanto ao nível do conteúdo como da forma, com a finalidade de atrair o maior índice de audiência que garanta a presença dos anunciantes. Cumpre-se, assim, a lógica do mercado do sistema capitalista. Esta força do paradigma económico encontra uma grande rentabilidade na lógica funcional dos canais generalistas posta em prática em 1993.

Em 1996, contrariamente a um passado recente, a colocação da informação semanal nas grelhas é mais estável, não havendo alterações frequentes dos dias de emissão. Se em 1993 se transferiam programas para segmentos com mais audiência, em 1996 a tendência é a de não fazer ziguezaguear este tipo de oferta televisiva. A aposta dos canais numa programação horizontal em horário nobre, nomeadamente nas primeiras horas do serão, também impede esse tipo de movimentações. Por outro lado, os formatos tendem a permanecer pelo menos uma temporada em antena, havendo programas que atravessam o ano e outros que perduram para além das fronteiras anuais. Isso não significa que a informação se tornou imune às pressões das audiências e, conseqüentemente, de mercado. Pelo contrário. Ao valorizarem a alternância ao confronto de géneros televisivos informativos, os canais de TV estão, com isso, a tentar conquistar público que, em determinado serão, não encontra nos restantes canais uma programação semelhante⁵⁰².

⁵⁰² Mas há excepções e elas correspondem, sobretudo, a uma disputa entre a RTP1 e a SIC. No primeiro semestre de 1996, o canal público generalista estreia o *talk show Ligações Perigosas* no segmento horário do debate *Crossfire* e, na verdade, conseguiu, de Maio até Julho, subtrair-lhe um *share* não despreciando. Em Outubro, *Maria Elisa* (RTP1) antecipa-se à estreia de *Esta Semana* (SIC) e muda-se para o mesmo serão. Assim, no último trimestre do ano, as duas jornalistas mantêm uma concorrência apertada nos serões de 3.ª feira que há-de perdurar por alguns anos. Em termos de audiência, o debate da SIC saiu em 1996 vencedor dessa disputa.

Percorrendo a oferta semanal que a SIC propõe no campo da informação, dir-se-ia que nem todas as emissões têm como fim rentabilizar audiências. Se assim não fosse, porquê a aposta em 1996 num programa sobre livros ou noutra sobre jovens? Até certo ponto, poder-se-á fazer tal interpretação. No entanto, sublinhe-se que esses programas mais vocacionados para minorias são, não certamente por acaso, colocados num segmento muito tardio (de madrugada) e nem os protestos dos respectivos responsáveis se revelam suficientes para se efectuar um reajustamento horário. A preocupação com as audiências da informação existe e reflecte-se, de forma mais visível, nas estratégias aplicadas, no último trimestre de 1996, no *Jornal da Noite* de domingo, que, ao contrário das edições da semana, reunia um *share* mais baixo devido, sobretudo, a uma programação mais popular da RTP1. A solução encontrada foi introduzir nesse noticiário uma rubrica intitulada *Referendo* para a qual se solicitava o televoto dos espectadores durante a semana. Criava-se, assim, uma expectativa que se avolumava até ao noticiário de domingo. Na estreia (29 de Setembro), perguntou-se ao público se era a favor ou contra a pena de morte⁵⁰³ e, com isso, provocou-se uma acesa polémica⁵⁰⁴.

A partir de 1998, nota-se nos canais generalistas, principalmente nos privados, um progressivo desinvestimento na informação semanal, que vai perdendo formatos e aqueles que perduraram vão sendo arrastados para horários cada vez mais tardios. Em 2001, SIC e TVI apenas mantêm no primeiro semestre do ano os programas de desporto e mesmo esses desaparecem depois do Verão. Esse quadro prolonga-se nos dois anos seguintes.

Nos primeiros anos do século XXI, não é na informação semanal que os canais generalistas de televisão procuram capitalizar audiências. Em 2003, não há qualquer concorrência entre formatos similares. Os debates da RTP e da SIC (*Prós e Contras* e *Hora Extra*, respectivamente) são colocados em horários não coincidentes. No caso da SIC, o horário tardio em que *Hora Extra* ia para o ar dirigia o programa a um público que via televisão entre a meia-noite e a uma e meia da madrugada. Integrado no segmento em que habitualmente há mais telespectadores (por volta das 22h00), *Prós e Contras* estaria em condições de atrair mais público, mas a audiência média anual coincide com aquela registada pelo mesmo género de programa da SIC. Face a estes números, levantam-se, pelo menos, duas questões: o horário a que *Hora Extra* ia para o ar seria o mais adequado? Se fosse emitido mais cedo, não conseguiria um melhor desempenho em termos de atracção do interesse do público? Os índices registados por *Prós e Contras* correspondem a um desinteresse das audiências pelos debates em geral ou por aquele modelo em particular? Não havendo outros formatos de debate, torna-se difícil encontrar resposta para estas interrogações.

⁵⁰³ Houve 101.431 chamadas em que 81.8% responderam positivamente à questão. Na semana anterior, o “*Expresso*” publicara uma sondagem com uma pergunta idêntica onde apenas 14% dos portugueses se mostravam favoráveis à pena de morte.

⁵⁰⁴ Alta Autoridade para a Comunicação Social, partidos políticos de esquerda e várias associações tornaram públicos comunicados que reprovavam o modo como este tópico foi debatido. A SIC recusou todas as críticas e retomou na semana seguinte essa rubrica, embora os temas subsequentes fossem mais consensuais.

Capítulo 9: Marcas da informação televisiva semanal entre 1993 e 2003

1. Retratos esboçados nos *plateaux* de informação semanal

1.1. Os (diferentes) cortes na realidade social

Entre 1993 e 2003, a informação semanal dos canais generalistas destacou diferentes campos sociais. Nos primeiros anos após o aparecimento do sector privado de televisão – que coincidem com o Governo de Aníbal Cavaco Silva (PSD) – há uma valorização da política (na RTP1) e das áreas estruturais da sociedade (na SIC e na TVI). Entre 1996 e 1998, já com um Governo de António Guterres (PS), a prioridade divide-se entre a política (na SIC e na TVI) e os temas ligados à vida pessoal (na RTP1 e, depois, também na SIC). Após Setembro de 2000, já na era dos novos *reality shows*, os canais privados esvaziavam-se de programas de informação semanal, enquanto a estação pública dá primazia à política e às áreas estruturais. Em 2003, o único debate dos canais privados divide-se entre as áreas estruturais e o desenvolvimento/bem-estar pessoais, mas é atirado para horas cada vez mais tardias até desaparecer da grelha da SIC. Consideramos aqui apenas os debates, mas o retrato global das emissões que se integram nesse género televisivo é representativo da informação semanal do período compreendido entre 1993 e 2003.

Em 1993, os assuntos políticos tiveram ampla visibilidade nos canais generalistas, particularmente na RTP1. Aí, os debates assumiram-se como uma espécie de fórum onde se discutiam assuntos que circulavam pela esfera pública política. *De Caras*, coordenado e apresentado pelo director-geral do operador público, foi o programa que seguiu mais de perto essa linha editorial. Os canais privados centraram-se em áreas estruturais (macro-economia, educação, saúde, justiça...), discutidas preferencialmente com políticos (na SIC) e com especialistas (na Quatro). Esta valorização de enquadramentos diferentes explica-se em grande parte através da linha editorial seguida em cada uma das empresas: enquanto a SIC assumia um jornalismo que se apresentava como delimitador da actualidade noticiosa, integrando, assim, convidados com pontos de vista estruturantes da opinião pública, a Quatro pretendia explicar os principais acontecimentos e, para isso, a prioridade teria de ser dada a interlocutores com um *saber sábio*.

Quadro 41: Peso relativo dos temas que dominaram os debates entre 1993 e 2003

Anos	Canais	Macro-temas		Micro-temas	
		Política	Áreas estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento e bem-estar pessoais
1993	RTP ⁵⁰⁵	56.6%	16.6%	16.6%	6.6%
	SIC ⁵⁰⁶	30.3%	50%	17.8%	1.7%
	TVI ⁵⁰⁷	38.8%	41.6%	19.4%	0%
1996	RTP ⁵⁰⁸	25.8%	16.1%	19.3%	38.7%
	SIC ⁵⁰⁹	44.4%	25%	27.7%	2.7%
	TVI ⁵¹⁰	54.5%	27.2%	15.1%	3%
1998	RTP ⁵¹¹	11.5%	30.7%	23%	34.6%
	SIC ⁵¹²	28.5%	19%	23.8%	28.5%
	TVI	-	-	-	-
2001	RTP ⁵¹³	36.3%	54.5%	9%	0%
	SIC	-	-	-	-
	TVI	-	-	-	-
2003	RTP ⁵¹⁴	44.8%	31%	20.6%	3.4%
	SIC ⁵¹⁵	0%	42.1%	15.7%	42.1%
	TVI	-	-	-	-

Terça à Noite e *Conta Corrente* foram espaços que, em 1993, conferiram à SIC um papel pró-activo em relação aos acontecimentos mediáticos e uma função promotora de discussão pública onde se inseriam interlocutores de diferentes campos sociais, embora aí nunca tivesse havido espaço para o cidadão comum. Mais do que procurar explicações, esses debates colocavam em cena o conflito, potenciado pela estrutura dual dos formatos onde sobressaíam dois interlocutores que se digladiavam frente-a-frente. Essa oposição era ampliada por um posicionamento crítico do moderador. Por exemplo, em ano de eleições autárquicas, Margarida Marante começou a discutir o tema nove meses antes do escrutínio, que ocorreu em Dezembro. Convidando o presidente da Câmara Municipal de Oeiras e da Comissão Distrital do PSD de Lisboa, Isaltino Morais, a jornalista iniciou a emissão de 29 de Abril de 1993 assim:

⁵⁰⁵ Programas considerados: *Marcha do Tempo* (14 emissões); *De Caras* (16 emissões).

⁵⁰⁶ Programas considerados: *Terça à Noite* (35 emissões) e *Conta Corrente* (21 emissões).

⁵⁰⁷ Programas considerados: *Referendo* (14 emissões), *Frontal* (12 emissões) e *Artur Albarran* (10 emissões).

⁵⁰⁸ Programas considerados: *Prova Oral* (8 emissões) e *Maria Elisa* (23 emissões).

⁵⁰⁹ Programas considerados: *Crossfire* (25 emissões) e *Esta Semana* (11 emissões).

⁵¹⁰ Programas considerados: *Grande Plano* (25 emissões) e *Sem Reservas* (8 emissões).

⁵¹¹ Programa considerado: *Maria Elisa* (26 emissões).

⁵¹² Programa considerado: *Esta Semana* (21 emissões).

⁵¹³ Programa considerado: *O Rosto da Notícia* (11 emissões).

⁵¹⁴ Programa considerado: *Prós e Contras* (29 emissões).

⁵¹⁵ Programa considerado: *Hora Extra* (19 emissões).

“Vamos hoje falar sobre o que está em jogo para o PSD nas próximas eleições autárquicas. As expectativas não são as melhores para o partido da maioria, o que terá levado o próprio secretário-geral a reconhecer dificuldades na escolha dos candidatos. Estas dificuldades têm sido particularmente notórias na Área Metropolitana de Lisboa, cujas câmaras são maioritariamente comunistas. Na capital, a reedição da coligação PS/PCP, liderada por Jorge Sampaio, terá desmotivado alguns nomes sonantes do universo social-democrata, como Ferreira do Amaral, Álvaro Barreto, Carlos Pimenta, entre outros. Isaltino Morais, presidente da comissão política distrital de Lisboa e presidente da Câmara Municipal de Oeiras, é o homem que se propôs o ambicioso objectivo de modificar a geografia política da capital e arredores. Compete-lhe ainda a exigente tarefa de escolher os nomes dos candidatos, processo que deveria estar concluído no final do mês passado, mas que se tem arrastado com algumas peripécias públicas, como foi o caso recente da abortada candidatura de Santana Lopes à autarquia de Cascais...”

Na TVI, a informação semanal pautava-se por uma atitude reactiva aos acontecimentos, evidenciando alguma iniciativa quando se tratava de tópicos que poderiam pôr em causa a doutrina católica. Aliás, ao nível dos debates, havia a preocupação de introduzir interlocutores que focalizassem os temas em análise no campo religioso. Por exemplo, quando *Referendo* discutiu a reprodução medicamente assistida (6/5/1993), a moderadora Graça Franco chamou a estúdio os médicos Agostinho de Almeida Santos e Queirós e Melo e o professor de genética molecular e também jesuíta Luís Archer.

A 2 Maio de 1996, estreia-se na RTP1 *Maria Elisa*, que, nessa noite, se centra no tópico “*Casamento e união livre*”. Seria essa uma temática habitual num *talk show*, mas invulgar num debate. Nos meses seguintes, insistir-se-ia nessa linha e a própria jornalista que coordena e apresenta o programa a que emprestava o seu nome, nas entrevistas que dá para falar do seu trabalho, divide-se entre esses dois géneros televisivos, quando se trata de definir o formato. Pela quantidade de especialistas que ocupam o *plateau* e pelo lugar atribuído ao cidadão comum, interpelado para dar um testemunho pessoal que, depois, é enquadrado numa problemática mais vasta, pensamos que *Maria Elisa* se insere melhor no debate enquanto género televisivo. Será diferente dos demais, é certo, mas a contaminação que há com o *talk show* é uma das características intrínsecas à “*neotelevisão*”. Em 1996, não se nota qualquer influência deste debate da RTP1 em programas similares emitidos nos canais privados que, nessa altura, centram as suas temáticas no campo político, mas nos anos seguintes *Esta Semana*, da SIC, faz uma aproximação à linha editorial seguida por *Maria Elisa*, embora continue a promover o debate político.

Progressivamente, a vida quotidiana e as questões relacionadas com o desenvolvimento e o bem-estar pessoais foram invadindo a informação televisiva feita ao ritmo semanal. Vários trabalhos de sociologia sublinham a mudança que se vai operando ao nível da vida pessoal, hoje concebida como um projecto aberto, que cria renovadas exigências e provoca permanentes ansiedades. Confrontados com múltiplas experiências sociais quotidianas, cada um de nós adopta determinados estilos de vida que, como sublinha Giddens (1996: 52), “*são constitutivos da narrativa reflexiva do self*”, ou seja, de uma auto-identidade que resulta de uma conquista reflexiva. Outras das razões para a valorização de tópicos ligados à vida psíquica e ao bem-estar físico relaciona-se com o cepticismo generalizado em relação ao controlo de um sistema social vasto e, de acordo com Christopher Lasch (2001), com a perda de uma continuidade histórica que assegure pontes entre o passado e o futuro. O desvio que, no segundo quinquénio dos anos 90, alguns debates televisivos fizeram para o campo social é, segundo os jornalistas responsáveis por essas mudanças, sintoma de um cansaço das políticas partidárias e o sinal de uma alteração de prioridades sociais e, conseqüentemente, jornalísticas. Várias vezes, Maria Elisa lembrou ser “*nas políticas sociais que se faz verdadeiramente a política hoje*”,

dando, a esse propósito, um exemplo: “*Quando se fala da paixão ou do erotismo, estamos a falar do grau de liberdade da sociedade*” (“*TV Guia*”, 31 de Julho de 1999). Numa investigação sobre os debates televisivos em França, Sébastien Rouquette (2001: 15) sublinha a mesma ideia ao afirmar que, “*ainda que nem tudo seja político, a grande decisão política deve muito a micro-decisões quotidianas repetidas ao infinito*”. A jornalista Margarida Marante também reconhece a entrada nos debates televisivos da “*política vivida através das preocupações dos cidadãos*” nos debates televisivos que promove (“*TV Guia*”, 6 de Novembro de 1999). A exploração da ideia de que “*o pessoal é político*” foi um dos vectores de acção dos movimentos estudantil e feminista, não constituindo, por isso, uma novidade, mas a escolha de tópicos ligados à “*política (das decisões) da vida*” é inovadora nos debates televisivos, contribuindo para alargar a esfera televisiva, já que se confere visibilidade a temas acantonados, até então, a zonas sociais longínquas do debate público.

Paralelamente ao surgimento de novas facetas da vida humana na cena mediática – os hábitos sexuais dos portugueses, o poder como afrodisíaco, a dor, a infidelidade... – o espaço público vai visitando o privado e o domínio privado vai modelando a esfera pública e, nesse duplo movimento, amplia-se o espaço televisivo muito para lá das fronteiras do espaço público político clássico. Sébastien Roquette (2001: 12) propõe que, nesse contexto, se fale de “*espaço social*”. Seria essa sugestão pertinente, se os *plateaux* fossem democráticos, mas o acesso às discussões, embora mais diversificado, continua restrito. E quanto mais se pretende avançar na análise dos tópicos destacados mais o cidadão comum é subtraído desses problemas ou substituído por figuras públicas. Por exemplo, quando *Esta Semana* (SIC) debateu o tabaco, teve como especialista o médico Manuel Paes Clemente, como não-fumador o autarca Macário Correia e como fumador o conhecido jornalista Miguel Sousa Tavares.

O crescente interesse da informação semanal pelas questões sociais provocou, nos finais dos anos 90, uma progressiva queda nos temas e interlocutores políticos com acesso aos *plateaux* televisivos, sendo essa tendência acompanhada por uma selecção que se circunscrevia cada vez mais a quem estava na hierarquia do poder (as elites). O afunilamento dos interlocutores políticos, que originava um estrangulamento da respectiva esfera pública, foi acompanhado de uma gradual desvalorização da política como tema de fundo. É exactamente nessa conjuntura que o debate *Esta Semana*, da SIC, protagoniza um dos acontecimentos mais importantes do ano político de 1999: o fim da Alternativa Democrática. Em Março, poucos dias depois da entrevista do presidente do PP (Paulo Portas) a Margarida Marante, o presidente do PSD (Marcelo Rebelo de Sousa), em conferência de imprensa, acusa o líder do PP de ter tornado aí públicas conversas privadas mantidas entre ambos e, nesse sentido, inviabiliza a continuação da AD. Este incidente, para além de evidenciar uma política cujo *timing* é calculado em função do audiovisual, demonstra que a informação semanal – mais analítica, dispondo de mais tempo e com capacidade de integrar interlocutores diversos que podem exercer aí uma espécie de contraditório – é capaz de se assumir como estruturante da realidade social, um papel que os noticiários têm mais dificuldade em conquistar devido a um alinhamento onde se comprimem peças de escassos minutos.

No período pós-*Big Brother*, os canais privados subtraem a informação semanal das franjas nocturnas e a estação generalista pública não faz aí qualquer investimento adicional, mas continua a integrar na sua grelha programas dos principais géneros de informação televisiva (entrevista, debate e reportagem). Nota-se, porém, uma modificação nas opções editoriais, agora mais centradas na política e nas áreas estruturais. O desenvolvimento e bem-estar pessoais apenas são alvo de particular atenção em *Hora Extra*, o único debate que, nos primeiros anos do século XXI, ocupa o horário nocturno da SIC: estreia-se em Janeiro de 2002 e desaparece em Junho de 2003. Em Janeiro de 2003, a SIC e a TVI ensaiam um conjunto de formatos que encontram na exploração do íntimo de cidadãos anónimos ou de celebridades mediáticas o fio condutor das emissões. Procurando constituir-se como um momento especular daqueles que levam a estúdio, essas emissões cultivam, acima de tudo, o espectacular, construído por relatos que dão conta de vivências íntimas ou moralmente reprováveis que se oferecem às audiências como produtos de consumo. Para Gérard Imbert (2003: 201), “*a intimidade converteu-se hoje num objecto de intercâmbio igual aos bens materiais e outros bens simbólicos do mesmo modo que há um par de décadas foi o sexo*”. É, de facto, assim que alguns programas encaram um domínio, o íntimo, que foi objecto de uma cuidadosa protecção durante séculos.

Por aquilo que escrevemos, conclui-se que a informação semanal passou por ciclos distintos. A política, as áreas estruturais, a vida em sociedade, o desenvolvimento e bem-estar pessoais tiveram, em diferentes momentos, prioridades distintas. Porque a actualidade noticiosa, a que grande parte dos formatos prestava atenção, ia mudando? Sim. Porque os actores de determinado campo perdiam interesse? Também⁵¹⁶. Mas essas flutuações reflectem, acima de tudo, o grau de autonomia que a informação semanal tinha. Ao recortar a realidade a partir de determinado campo, uma emissão televisiva desenha a sociedade de certa forma. Ao criar um formato mais vocacionado para a discussão política, para a análise dos especialistas ou para o relato de testemunhos, os respectivos responsáveis promovem diferentes configurações da esfera pública (televisiva). Ao escolher determinados comentadores fixos para os seus programas⁵¹⁷, os jornalistas enfatizam os campos sociais a que estes interlocutores pertencem. Essa variada estruturação da realidade social não se repete da mesma forma ao nível dos convidados dos programas.

⁵¹⁶ Em entrevista ao “*Expresso*” (15/11/1997), a jornalista Margarida Marante, que coordenava e apresentava na SIC *Esta Semana*, justificava a sua preferência por temas sociais assim: “*Com o desaparecimento das fronteiras ideológicas mais marcantes (entre os partidos), o debate político perdeu aresta – logo perdeu emoção e a TV vive muito de emoções. (Dantes) o figurino dos programas vivia da personalidade política e do seu impacto e popularidade e era muito difícil poder substituí-lo por alguém, mesmo que fosse especialista. E esta quebra de qualidade dos quadros empobrece o debate político, fazendo com que muitas pessoas que potencialmente poderiam interessar-se pelos temas abordados entendam que estão a ser ludibriadas*”.

⁵¹⁷ Em 1993, encontramos os seguintes comentadores nos programas de informação semanal: os políticos Pacheco Pereira e António Barreto em *Terça à Noite* (SIC); os académicos da Universidade Católica Braga da Cruz, António Borges, Rebelo de Sousa, Luís Valadares Tavares no *Referendo* (Quatro); a jornalista Helena Sanches Osório tem uma rubrica fixa de política e a psicoterapeuta Isabel Leal de psicologia em *Sexo Forte* (SIC); o sociólogo Paquete de Oliveira, o advogado Francisco Teixeira da Mota e o inspector da PJ Moita Flores em *Casos de Polícia* (SIC). Em 1996, os comentadores fixos integram-se nos seguintes programas: os políticos José Magalhães, Nogueira de Brito e Pacheco Pereira em *Flashback* (SIC); o empresário Manuel Serrão, o jornalista Miguel Esteves Cardoso, a actriz Rita Blanco e o académico Rui Zink na *Noite da Má-Língua* (SIC); o psiquiatra Daniel Sampaio em *Verdes Anos* (SIC) e o psiquiatra Júlio Machado Vaz em *Ligações Perigosas* (RTP1). Em *Casos de Polícia* a substituição do apresentador provocou uma renovação do painel, passando a contar com o advogado João Nabais, o psiquiatra Carlos Amaral Dias e o padre José Luís Borga. Em 2001, os comentadores residentes circunscrevem-se aos programas de futebol. Nos três canais, cada um deles segue o modelo que *Os Donos da Bola* (SIC) adoptou, entre 1993 e 1999, criando um painel de comentadores com um representante do Benfica, outro do Sporting e um outro do Porto. Em 2003, *Eu Confesso* (TVI) integra um painel fixo composto pelo criminologista Barra da Costa; o administrador prisional Ludgero Painho e o neuropsicólogo Carlos Fernandes, aos quais se juntam, em Outubro, o advogado Arrobas Silva e a psicóloga criminal Maria do Sameiro.

1.2. O reflexo das elites políticas nas elites políticas mediáticas

O número de políticos presentes nos *plateaux* dos programas de informação semanal dos canais generalistas teve substanciais oscilações entre 1993 e 2003, mas o perfil dos convidados pouco se alterou. Nessa década, privilegiaram-se ministros e secretários de Estado de pastas diversas, deputados que se destacavam nas diferentes bancadas partidárias ou militantes com cargos de direcção dentro do partido, ou seja, a elite do poder político⁵¹⁸. Em termos de géneros televisivos, a classe política foi a preferida nas entrevistas e nos debates com dispositivos aptos a promover uma espécie de prestação de contas ou explicação da acção governativa (formato mais comum na RTP e na TVI) ou a potenciar o conflito entre convidados que discutiam temas de diferentes campos sociais (modelo mais seguido na SIC).

No primeiro ano de coabitação dos sectores público e privado de televisão, os interlocutores mais destacados da vida política nacional preencheram uma parte substancial dos debates/entrevistas. Na RTP1, os programas de informação configuravam, acima de tudo, momentos de legitimação do poder instituído. Esse poder em cena era potenciado por cenários amplos e abertos e facilitado pela linha editorial do canal público (líder de audiências) que, nos debates e nas entrevistas, não procurava a novidade, nem ambicionava a polémica, apenas promovia uma reflexão acerca de tópicos que circulavam na esfera pública política. Com uma postura mais pró-activa em relação às fontes oficiais, a SIC também privilegiou os políticos nos seus programas de informação semanal, mas integrou-os em formatos com uma estrutura dual que fomentava emissões polémicas desenvolvidas através de trocas musculadas daquilo que se considerava o melhor argumento a favor de determinada posição⁵¹⁹. Nem sempre contando com figuras políticas cimeiras, mas insistindo em trazer a estúdio personalidades políticas conhecidas da opinião pública, esses debates e entrevistas construíam semanalmente uma declarada oposição aos convidados centrais das respectivas emissões, criando frequentemente uma noticiabilidade em redor dos temas que debatiam. No seu primeiro ano de emissões, o canal Quatro não prescindiu dos políticos nos seus debates, mas também não lhes cedeu um lugar de especial destaque. Em termos de representatividade partidária, 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. A estreia do Partido Comunista nos ecrãs desta estação privada fez-se com Lino de Carvalho, que participou na estreia de *Artur Albarran*, um debate com mais de 50 convidados e que, na primeira emissão, escolheu como figura central o secretário-geral do PS, António Guterres, criando-se em estúdio uma espécie de *Debate da Nação* feito por interlocutores de posições contrárias às do Governo de então, presidido por Aníbal Cavaco Silva.

⁵¹⁸ Os autarcas foram um grupo mediaticamente inexistente, exceptuando o presidente do município de Lisboa.

⁵¹⁹ O dispositivo dual que *Terça à Noite* e *Conta Corrente* colocavam semanalmente em cena acentuava o conflito que os moderadores favoreciam em estúdio: enquanto o programa de Miguel Sousa Tavares tinha frente-a-frente duas mesas onde se sentavam dois convidados com posições contrárias, ladeados cada um deles pelos dois comentadores-residentes, o programa de Margarida Marante reservava a segunda parte para um convidado-surpresa que, a partir de outro local do estúdio, exercia uma espécie de contraditório relativamente àquilo que fora dito pelo convidado central.

Em 1996, a informação semanal faz-se num novo quadro político (há um novo Governo saído das eleições legislativas de Outubro de 1995) e com outros programas, mas não se notam rupturas quanto à selecção daqueles que acedem aos *plateaux* dos debates/entrevistas. É verdade que o número de políticos diminui drasticamente no canal generalista público a partir do segundo trimestre, mas esse grupo continua a ter uma presença assinalável nos debates das estações privadas. Se Maria Elisa (na RTP) opta por outro tipo de interlocutores, Margarida Marante (na SIC), Fernanda Mestrinho e Carlos Cruz (na TVI) insistem em recrutar aqueles que se notabilizam no campo político, ou seja, ministros, deputados e destacados militantes de diferentes partidos. Mesmo em assuntos que extravasam a actuação política, é tentador o convite àqueles com quem os jornalistas estão habituados a conversar. Por exemplo, a 12 de Novembro, *Esta Semana* escolhe para tema de emissão “*A crise no futebol português*”. Quem é chamado para o debate? O benfiquista Bagão Félix, o portista Silva Peneda e o sportinguista Oliveira Martins, conhecidos da opinião pública pela sua filiação partidária. Numa altura em que os temas da vida quotidiana ganham espaço em programas de grande-reportagem e reúnem aí um crescente interesse do público, os debates têm uma certa dificuldade em incorporar a vida de todos os dias no centro das suas discussões. A estratégia de compromisso seria cruzar tópicos de diferentes áreas com a política. Foi isso que fizeram em várias emissões Margarida Marante e Fernanda Mestrinho, misturando em estúdio interlocutores de campos diversos, inclusivamente políticos⁵²⁰. Ao consultar o Quadro 42, reparamos que as percentagens mais elevadas quanto ao número de políticos presentes nos debates/entrevistas televisivas se concentram nos primeiros meses de 1996 (*Prova Oral, Crossfire*), mas esses valores descem substancialmente nos debates do segundo semestre do ano (*Maria Elisa e Esta Semana*). É nesse período que as jornalistas que conduzem esses programas, Maria Elisa e Margarida Marante, tornam público, em diversas ocasiões, o seu cansaço em relação à política, acrescentando haver igualmente um desinteresse das audiências por esse campo, atestado pelos dados reunidos pela Marktest em 1996, mas que pode ser interpretado como um processo circular: a evolução da linha editorial dos debates provocaria uma alteração do interesse do público. Tendo moderado na RTP2 o *Trio das Quatro*, vocacionado para temas sociais/culturais, Maria Elisa foi quem mais se afastou da política e dos políticos. Os canais privados (ainda) levam algum tempo a fazer essa mudança.

A desvalorização dos políticos por parte dos debates/entrevistas televisivos é mais notória em 1998 e acentua-se nos primeiros tempos pós-*Big Brother*, nomeadamente em 2001, altura em que os canais generalistas esvaziam as suas grelhas nocturnas desses géneros informativos. Em 1998, Maria Elisa raramente chama os actores políticos para os seus debates, e, quando o faz, mistura-os com especialistas e o cidadão comum⁵²¹. Nesse ano, *Grande Entrevista* concede mais espaço à classe política, embora Judite de Sousa apenas tenha aí entrevistado ministros e presidentes dos partidos. Em 2001, a jornalista coordena e

⁵²⁰ Por exemplo, a 10 de Dezembro, *Esta Semana* (SIC) discutiu “*Ser ilegal em Portugal*” com o secretário de Estado da Administração Interna, com o advogado Adriano Malalane, com o analista político Jaime Nogueira Pinto e com o estudante universitário João Ganga. A 1 de Novembro, *Sem Reservas* (TVI) debateu “*a cultura e o seu relacionamento com a política*”, com o ministro da Cultura, com a actriz Maria do Céu Guerra, com o director editorial da Bertrand e com o director da Casa de Serralves.

⁵²¹ Por exemplo, a 4 de Junho, o tema em destaque foi a droga e a emissão abriu com o testemunho do ex-toxicodependente José. Em estúdio, Maria Elisa contou com o ministro-adjunto José Sócrates, que tinha a seu lado, entre outros, o presidente da Comissão Estratégica do Combate à Droga, Alexandre Quintanilha; o director clínico do Serviço de Prevenção e Tratamento da Toxicoddependência, Nuno Miguel; o director da PJ, Fernando Negrão; e uma mãe de dois toxicodependentes presos. Neste contexto, o político era um convidado no meio de outros.

apresenta um formato mais flexível, *Grande Informação*, onde cabem reportagens e entrevistas ou debates, mas os interlocutores continuam a apresentar idêntico perfil⁵²², com excepção dos autarcas, representados aí pelos presidentes dos municípios de Castelo de Paiva, Oeiras, Oliveira do Bairro, Santarém e Vendas Novas. É certo que todos eles participam no mesmo programa (9/3) a propósito de um tema ligado ao trágico (e mediático) acidente de Entre-os-Rios (“*o estado geral da rede viária em Portugal*”), mas, mesmo assim, amplia-se um problema local à escala nacional, dando voz a interlocutores situados fora da capital, o que é invulgar nos debates televisivos. Ao nível das televisões privadas, os políticos também perdem espaço nos (poucos) debates que resistem no horário nocturno nos dois últimos anos do século XX. Num quadro em que a política já não era um assunto central dos debates televisivos e os políticos deixam de ser os interlocutores privilegiados, a selecção dos convidados torna-se mais tributária da importância mediática e do grau de poder que cada político congregava.

Em 2003, a discussão política está ausente da informação semanal dos canais privados, mas enche os *plateaux* dos debates/entrevistas da estação pública. Quase metade dos convidados de *Grande Entrevista* são governantes (primeiro-ministro e ministros), deputados (do PS e do PSD) e autarcas (de Lisboa e de Amarante⁵²³), ou seja, Judite de Sousa selecciona os seus entrevistados de acordo não só com a actualidade noticiosa, mas também tendo em conta o capital de notoriedade que cada um reúne. Orientado por uma pergunta-chave que dá o mote à conversa e divide os convidados em dois grupos de posições contrárias, *Prós e Contras* faz recair no campo político vários tópicos de discussão, retirando daí grande parte dos seus convidados, escolhidos de acordo com a respectiva notoriedade ou com o cargo/funções governativas que, na altura, exerciam. Se o tema se alargava a um assunto de sociedade, havia igualmente uma certa inclinação para chamar a classe política para o palco da conversa⁵²⁴. Pode dizer-se que, em termos de representatividade, este é o programa que consegue o maior equilíbrio de diferentes forças partidárias, mas essa paridade não corresponde a uma diversidade de interlocutores.

Entre 1993 e 2003, a informação semanal dos canais generalistas promoveu uma discussão política que incluiu sobretudo as elites 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 um discurso persuasivo com as exigências mediáticas. Nos debates e nas entrevistas, privilegiou-se quem ocupava cargos de relevo em instituições com uma certa centralidade política (Presidente da República, Governo, Parlamento, direcções de partidos com assento parlamentar e a autarquia da capital), funcionando as emissões como momentos de legitimação do poder instituído, mesmo quando os formatos potenciavam o conflito entre os convidados. O interesse de quem promovia e participava nesses programas era mútuo.

⁵²² Por exemplo, no PSD, os escolhidos foram António Capucho, Ferreira do Amaral e Pacheco Pereira (duas vezes).

⁵²³ A autarca Fátima Felgueiras, presidente da Câmara Municipal de Felgueiras, foi entrevistada no Brasil, para onde se deslocou a fim de evitar comparecer perante o tribunal num processo em que era arguida.

⁵²⁴ Por exemplo, quando se procurou responder à pergunta se “*estamos a educar bem os nossos filhos*” (27/1), no grupo dos “prós” integrou-se o ministro da Educação, David Justino, e no dos “contra” a ex-secretária de Estado da Educação do Governo de Guterres, Ana Benavente.

Se numa sociedade democrática quem detém o poder político vê nos programas informativos o seu principal palco de exposição e, conseqüentemente, de rentabilização de popularidade, quem conduz tais emissões encontra nesse grupo aquilo a que Pierre Bourdieu chama “*poder simbólico*”, que atrai alguma audiência (variável ao longo do tempo) e a garantia de que as respostas nunca serão monossilábicas, mas dadas num registo algo empolgado no qual se misturam razão e emoção. Estamos aqui ao nível de um “*saber-opinião*” cuja verdade não é exterior ao sujeito empírico, mas intrínseca a quem fala e representativa de um sujeito colectivo, o que acentua (mais) uma selecção personalizada orientada por critérios de notoriedade. Num livro em que fala das entrevistas que conduz na RTP1, a jornalista Judite de Sousa interroga-se se “*os políticos estão reféns dos media*” para afirmar o seguinte: “*A observação e a experiência dizem-me que sim. A necessidade que os políticos têm de aparecer na TV alterou a natureza do capital necessário para terem êxito na política*” (2002: 16). De facto, a teatralidade intrínseca à acção política e presente em qualquer diálogo acentua-se à medida que os *media*, nomeadamente a televisão, ocupam o centro da vida política.

Se a entrada nos *plateaux* televisivos privilegia aqueles que já conquistaram *inter pares* alguma importância política, a visibilidade mediática que a televisão proporciona revela-se um meio estruturante da identidade pública desses actores políticos. Se quem fala na TV são as elites, elas perpetuam-se no poder de acordo com a capacidade de circulação no espaço público televisivo. “*Quem não aparece nos media não existe para a realidade política e quem aparece esporadicamente e com uma imagem disfuncional será um elemento marginal*”, escreve Sanchez Noriega (1997: 244), que reconhece igualmente que “*hoje seria improvável que alguns líderes de épocas pré-mediáticas tivessem existido*” (1997: 254)⁵²⁵. Concisão naquilo que se diz e expressividade na forma como se diz são actualmente traços exigidos ao discurso de qualquer político convidado a participar numa entrevista/debate televisivos, porque também interessa fixar os telespectadores à emissão. A isto junta-se o capital de notoriedade que cada um apresenta como condição mínima de acesso aos *plateaux* televisivos políticos. Neste quadro, o grupo dos seleccionáveis não é muito extenso, sendo comum a presença dos mesmos políticos em diferentes programas⁵²⁶ ou no mesmo para falar de assuntos diversos⁵²⁷.

⁵²⁵ Numa investigação que fez sobre os debates políticos promovidos na RTP, Nilza Moutinho (2002: 105-6) lembra o debate que ocorreu, a 6 de Novembro de 1975, entre Álvaro Cunhal e Mário Soares. No programa *Responder ao País*, os dois líderes debateram durante cerca de três horas e meia, havendo apenas um intervalo. Cunhal falou 1h38m e Soares 1h40m. Nos anos 90, nenhum programa televisivo se atrevera a repetir o formato dessa emissão.

⁵²⁶ Escolhemos os anos de 1993 e 1996 e seleccionámos o nome de Jorge Lacão, que, nesse período, participou no *De Caras* (RTP), quando se discutiu “*a política económica do Governo*” (22/6/93) e “*a política autárquica*” (14/9); esteve em *Terça à Noite* (SIC), quando se fez o rescaldo das eleições autárquicas (14/12/93); participou em *Conta Corrente* como convidado-surpresa do Ministro do Planeamento (18/3/93); integrou o grupo de convidados de *Prova Oral* (RTP), que analisou “*as consequências da eleição presidencial*” (17/6/96); e foi um dos convidados de *Crossfire* (SIC) para debater a regionalização (30/4/96).

⁵²⁷ Por exemplo, em 2003, o líder parlamentar do PP, Telmo Correia, participou em *Prós e Contras* (RTP), quando se discutiu se “*o Estado deve exercer maior controlo sobre os conteúdos de TV*” (3/2); se “*o Governo está a resolver o problema dos portugueses*” (17/3) e o terrorismo (2/12).

Em resumo: quem é incapaz de adaptar o seu discurso aos códigos televisivos (construir uma palavra pública mediada) não pode falar em televisão; quem é desconhecido da opinião pública está também excluído, a menos que protagonize um acontecimento com grande amplitude; quem não pertence a instituições centrais onde se exerce o poder político tem também poucas hipóteses de ser convidado de um programa de informação semanal. Foi isso que aconteceu entre 1993 e 2003. Consequentemente, construiu-se, no espaço televisivo, uma enorme espiral de silêncio que se foi avolumando ao longo dos anos. Lembremos, por exemplo, o subgrupo dos autarcas que, nesse tempo, raramente participou nesses géneros de programas e, quando isso aconteceu, foi em ano de eleições autárquicas ou porque os respectivos municípios protagonizavam acontecimentos integrados na actualidade noticiosa. A excepção foi o presidente da Câmara Municipal de Lisboa, que ocupou um lugar de centralidade, integrando-se, pois, no padrão de selecção seguido nos canais de TV.

Quadro 42: Percentagem de políticos presentes entre 1993 e 2003 nos programas de informação

Canal	1993		1996		1998		2001		2003	
	Programa	% de políticos	Programa	% de políticos	Programa	% de políticos	Programa	% de políticos	Programa	% de políticos
RTP	<i>Marcha do Tempo</i>	21.8	<i>Prova Oral</i>	75	<i>Maria Elisa</i>	5.2	<i>Rosto da Notícia</i>	24	<i>Grande Entrevista</i>	41.6
	<i>De Caras</i>	51.9	<i>Maria Elisa</i>	8.8	<i>Grande Entrevista</i>	36.6	<i>Grande Informação</i>	46.9	<i>Prós e Contras</i>	37.3
	<i>Entrevista de M^oElisa</i>	35.7	<i>Ligações Perigosas</i>	0						
	<i>Conversa Afiada</i>	10								
	<i>Você é Excepcional</i>	0								
	<i>Raios e Coriscos</i>	2.3								
SIC	<i>Terça à Noite</i>	21	<i>Crossfire</i>	48.4	<i>Esta Semana</i>	11.6			<i>Hora Extra</i>	2.7
	<i>Conta Corrente</i>	38.4	<i>Esta Semana</i>	30	<i>Conversas Secretas</i>	4.7			<i>Bombástico</i>	0
	<i>Conversas Curtas</i>	10.5							<i>Escândalos Boatos</i>	0
	<i>Sexo Forte</i>	0							<i>Crime não Compensa</i>	0
	<i>Segredos</i>	12.5								
TVI	<i>Referendo</i>	17	<i>Grande Plano</i>	48					<i>Eu Confesso</i>	2
	<i>Frontal</i>	26.6	<i>Sem Reservas</i>	35						
	<i>Artur Albarra</i>	25	<i>Carlos Cruz</i>	46.1						
	<i>Olhares</i>	0								
	<i>Caixa de Perguntas</i>	11.1								

1.3. A era dos “engenheiros do social”

Aplicado à televisão, o contrato/promessa de explicação (Lochard *et al*, 1998: 120-132) encontra nas entrevistas e nos debates géneros propícios à sua concretização. Pelo tempo mais alargado de que dispõem na grelha; pela temática mais ampla que dá o mote a cada emissão; pela gestão mais distendida da palavra mediatizada; pela diversidade de interlocutores (no caso do debate) e, acima de tudo, por os fins visados serem a problematização e a compreensão daquilo que é alvo de destaque. Para tal, é necessário que esses espaços apresentem premissas contextuais que situem aqueles que ouvem naquilo de que se fala, ou seja, que se constituam como momentos de explicação. Será, talvez, útil lembrar que o verbo *explicar* se poderá decompor em *ex + plicare*, que quer dizer eliminar as pregas, exhibir as partes escondidas. Estamos ao nível de um discurso racional que exige conhecimentos específicos no âmbito do assunto que se pretende compreender. Isso remete para um certo perfil de convidados: os especialistas. Neste trabalho, agrupamo-los nas seguintes profissões: investigadores, médicos, juristas, economistas, professores e militares. Subalternizados nas entrevistas, estes interlocutores nem sempre integram os *plateaux* dos debates televisivos e, quando isso acontece, os jornalistas valorizam dois grupos: os académicos e os médicos.

Em 1993, a percentagem de especialistas nos programas de informação semanal dos canais generalistas é moderada. *Referendo* (TVI) é o debate que integra o maior número de convidados com esse perfil e aí são os médicos que têm mais visibilidade. *Terça à Noite* (SIC) também valoriza os especialistas, nomeadamente os juristas. Os debates da RTP preferem os políticos. No primeiro semestre de 1996, os especialistas têm uma presença residual nos três canais generalistas, mas, a partir de Maio, começam a ganhar uma progressiva importância com *Maria Elisa* (RTP) e com *Esta Semana* (SIC). Maria Elisa dá particular destaque aos médicos e aos académicos; Margarida Marante prefere os juristas. Passados dois anos, estes dois debates encontram nos médicos os seus principais interlocutores, seguidos pelos académicos na RTP1 e pelos juristas na SIC. Na era dos novos *reality shows* (pós-*Big Brother*), os programas de informação semanal perdem espaço nas grelhas nocturnas e aqueles que resistem não privilegiam os especialistas. Em 2003, o canal generalista público dá prioridade aos políticos e, de quando em vez, chama para debate os académicos; na SIC o único debate em horário nocturno, *Hora Extra*, exclui do seu *plateau* o discurso político, destacando o dos especialistas, nomeadamente o dos médicos. Em traços gerais, a presença dos especialistas nos programas informativos passou por substanciais oscilações entre 1993 e 2003, mas esses interlocutores tiveram prioridade quando integrados numa destas duas classes: académicos e médicos. No entanto, dentro de cada uma delas, houve áreas mais solicitadas do que outras.

Entre 1993 e 2003, os historiadores e os sociólogos foram os investigadores mais requisitados, entre os académicos, para participarem nos debates dos canais generalistas⁵²⁸. Os jornalistas procuraram-nos para os mais diversos assuntos. O mesmo historiador pode falar de diferentes acontecimentos passados e o mesmo sociólogo pode ser interpelado sobre tópicos distintos da sociedade actual. Por exemplo, o historiador Fernando Rosas participou no debate *De Caras* (RTP1), quando se assinalaram “os 25 anos de tomada de posse do Governo de Marcello Caetano” (28/9/1993); foi um dos convidados de *Sem Reservas* (TVI) para analisar “o branqueamento do ouro judeu pelos nazis durante a II Guerra Mundial” (8/11/1996) e integrou o conjunto de convidados de “*Maria Elisa*” quando o tema foi “a Monarquia” (19/2/1998). O sociólogo Boaventura Sousa Santos também foi solicitado para enquadrar diferentes assuntos. Por exemplo, *Terça à Noite* perguntou-lhe se “Portugal tem aproveitado bem os fundos europeus” (29/6/1993), *Maria Elisa* confrontou-o com “a reforma do sistema de Segurança Social”⁵²⁹ (19/3/1998) e *Prós e Contras* quis saber se “existe uma crise de valores na sociedade contemporânea” (10/2/2003). A análise social que os sociólogos ensaiam nos *plateaux* televisivos torna-se mais comum a partir do segundo semestre de 1996, sendo feita à volta de temáticas díspares. Por exemplo: “*maus tratos a crianças*”⁵³⁰, “*crimes passionais*”⁵³¹ ou “*a mediatização do escândalo de pedofilia da Casa Pia*”⁵³².

Em número substancialmente mais reduzido, os investigadores ligados às Ciências Naturais e da Saúde foram, em alguns períodos, colocados em evidência nos debates televisivos. Em 1993, *Marcha do Tempo* dedicou a segunda emissão do ano à “*ciência e conhecimento científico*” (9/2) e encheu o estúdio de cientistas. Dias depois, a apresentadora Maria Elisa reconhecia que os temas do seu programa seriam, de certa forma, “*elitistas*” (“*TV Mais*”, 1 de Fevereiro de 1993). No entanto, a jornalista cedo abandonaria essa pretensão, encaminhando-se para aquilo que, na altura, era o comum: as temáticas políticas. Essa tendência subtraiu as (poucas) oportunidades que os investigadores tinham para aceder à palavra mediática. Em 1996, esta área foi apenas representada por uma docente da Faculdade de Farmácia da Universidade de Lisboa que participou no debate *Maria Elisa* dedicado à cosmética (27/6). Em 1998, as Ciências Naturais e da Saúde conquistaram maior espaço nos debates televisivos da RTP1 e da SIC, mas, nos anos seguintes, apagar-se-ão dos ecrãs informativos. Mais do que qualquer outra, esta área do saber foi representada, sobretudo, por dois cientistas: Alexandre Quintanilha e Clara Pinto Correia. A eles, solicitou-se uma opinião sobre assuntos científicos, mas também sobre temáticas que extravasavam o seu campo de pesquisa. Nestes anos,

⁵²⁸ Os primeiros estiveram mais presentes até 1995; os segundos tornaram-se mais visíveis a partir de 1996 e foram aqueles com maior número de presenças ao nível deste grupo.

⁵²⁹ Este convite justificou-se pelo facto de este sociólogo integrar uma comissão responsável pela elaboração de um “Livro Branco”.

⁵³⁰ Este foi o mote da emissão de 17 de Dezembro de 1996 de *Maria Elisa* (RTP) que integrou a socióloga Ana Nunes de Almeida no painel dos convidados.

⁵³¹ Esta problemática foi discutida na emissão de 5 de Fevereiro de 1998 de *Esta Semana* (SIC), que teve, entre os seus convidados, a socióloga e académica Elza Pais.

⁵³² Este tópico foi destacado na emissão de 5 de Fevereiro de 2003 de *Hora Extra* (SIC), que contou, entre os seus convidados, com o sociólogo e professor universitário Paquete de Oliveira.

Quintanilha foi um dos convidados de *Marcha do Tempo* (RTP1) quando se discutiu “*ciência e conhecimento científico*” (9/2/1993); esteve em *Conversas Curtas* (SIC) para explicar um programa de doutoramento (17/10/1993); participou duas vezes em *Maria Elisa* para problematizar “*quando começa a vida*” (29/1/1998) e para falar da droga (4/6/1998); e esteve em *O Rosto de Notícia*, quando se destacou “*a qualidade e segurança alimentar*” (6/5/2001). A investigadora Pinto Correia também participou na emissão de *Marcha do Tempo* sobre “*ciência e conhecimento científico*”; foi uma das convidadas de *Terça à Noite*, onde se debateu “*a manipulação genética*” (16/11/1993); participou no *talk show* da RTP1 *Ligações Perigosas* para responder à pergunta se “*os homens se querem bonitos*” (21/5/1996); e integrou ainda o painel de *Prós e Contras* para se pronunciar sobre “*o legado de João Paulo II*”, quando se assinalavam os 25 anos do seu pontificado (6/10/2003).

Quadro 43: Áreas do saber presentes nos debates/entrevistas⁵³³

Áreas de saber	1993	1996	1998	2001	2003	Total
Ciências Sociais/Políticas	13	14	16	2	7	52
Ciências Naturais e da Saúde	8	1	10	2	3	24
Economia	5	2	-	-	5	12
Humanidades	1	1	4	1	2	9
Ciências Religiosas	6	-	-	-	-	6
Ciências Jurídicas	2	-	-	1	2	5
Ciências da Educação	2	2				4
Arquitectura	1	1	1	-	-	3

Se aplicarmos à informação televisiva as teses de Giddens para quem “*o self, tal como os contextos institucionais mais vastos nos quais ele existe, tem de ser construído reflexivamente*” (1994: 2), os *plateaux* dos debates, se se propuserem construir com o telespectador um “*contrato/promessa de explicação*”, terão de ceder um lugar privilegiado aos especialistas. Por ser um tipo de interlocutor que institucionaliza a realidade de determinado ângulo, esse grupo deveria apresentar no seu interior uma certa diversidade a fim de religar aquilo que se discute a um vasto número de campos com os quais determinado tema terá ressonâncias. O *mapa* – para retomarmos a metáfora do conto de Borges – tem um poder ilimitado de reprodução, capaz mesmo de se sobrepor ao território e impedir uma visão aproximada dele. Daí a vantagem de munir as audiências com *mapas* construídos por discursos claros, expressivos, concisos e pertinentes. Se

⁵³³ Apenas tivemos em conta os números igual ou superior a três presenças. As categorias do Quadro 43 não se alterariam, se aí introduzíssemos dados relativos aos *talk shows*.

entre 1993 e 2003 os programas de informação semanal dos canais generalistas encontraram nos académicos especialistas privilegiados, nem por isso lhes cederam um espaço assinalável. É certo que os cientistas sociais foram, nesse grupo, os mais solicitados, e isso aconteceu sobretudo porque estávamos perante uma área do saber com vastos ramos e com a particularidade de cada um ter ressonâncias na vida de todos os dias. Hábitos sexuais dos portugueses, racismo, crenças e religião, divórcio, valores da sociedade contemporânea foram alguns dos temas de debates em que se integraram sociólogos. Os académicos de outras áreas tiveram o seu acesso mais restrito, porque houve menos emissões que se detiveram em assuntos do seu campo disciplinar. De facto, a hiper-especialização que resulta da qualificação e da valorização dos actores sociais desemboca numa hiper-redução dos domínios de interesse de certos profissionais convidados. Mais ou menos presentes nos debates, cada um destes saberes teve sempre um interlocutor que foi o mais solicitado de todos, constituindo-se como uma espécie de “*guru mediático*”. Podia não ser alguém com o grau académico mais elevado, mas desde que alcançasse a segunda multiplicação nos *plateaux* de TV, as seguintes estariam asseguradas.

Os médicos constituem o segundo grupo mais representativo dentro dos especialistas, mas, entre 1993 e 2003, a sua presença nos *plateaux* televisivos teve oscilações acentuadas, tributárias das tendências temáticas por que passou a informação semanal dos canais generalistas. Em 1993, a classe médica raramente integrou debates televisivos e, quando isso aconteceu, foi para discutir tópicos amplamente mediatizados (a saúde que temos, a negligência médica...). Nesse período, os principais programas televisivos de informação semanal destacaram, em diferentes ocasiões, o tema da droga que debateram com as mesmas personalidades. Na SIC, *Terça à Noite* iniciou o debate a 16 de Fevereiro com o psiquiatra Alfredo Frade e Jacinto Meca, da Direcção de Prevenção e Combate ao Tráfico de Drogas da PJ. A 27 de Maio, a TVI retomava o assunto no *Referendo*, convidando, entre outros, o psiquiatra Luís Patrício e o adjunto do ministro da Justiça, Borges Soeiro. Os participantes de ambas as emissões integrariam o painel do *De Caras* que, a 26 de Outubro, repetiu essa discussão. Em 1996, os debates dos canais privados ignoraram a classe médica. Em contrapartida, *Maria Elisa* reservou uma parte do estúdio da RTP1 para os profissionais da saúde, principalmente os psiquiatras, chamados para tópicos tão diferentes como “*casamento ou união livre*” (2/5), “*alcoolismo*” (20/6), “*a importância do pai para uma criança aquando da separação do casal*” (11/7) ou “*mães solteiras*” (26/11). Mas *Maria Elisa* também integrou nas suas discussões outras áreas médicas: a endocrinologia, quando se falou de “*obesidade e dietas*” (9/5); a Dermatologia, quando se destacou a “*cosmética*” (27/6); a Neurologia, quando se debateu a “*velhice*” (25/7); ou a Neurocirurgia, quando se analisou a dor (10/12). Esta tendência acentuar-se-á nos anos seguintes. Em 1998, *Maria Elisa* tomou os médicos como seus principais convidados, alargando as áreas médicas, embora a Psiquiatria continuasse a ser a especialidade privilegiada. Nesse período, *Esta Semana*, que nos primeiros tempos insistira nos juristas, cedeu a sua prioridade aos médicos, principalmente aos psiquiatras, deixando a mediação profissional de ser

jurídica para passar a ser terapêutica. Na era do *Big Brother*, a diminuição dos programas de informação televisiva atenuou a presença dos médicos nos *plateaux* televisivos, os quais, em 2003, conseguiram alguma visibilidade graças a *Hora Extra*, o debate da SIC que preferia temas sociais a tópicos políticos. Ao contrário daquilo que acontecia na RTP1.

Entre 1993 e 2003, a classe médica teve acesso aos debates, ganhando maior visibilidade em circunstâncias particulares. Sempre que os temas se centraram no quotidiano, os jornalistas rodearam-se de especialistas que forneciam explicações terapêuticas e facilmente entendidas pelo cidadão comum. Daí que as especialidades mais técnicas (por exemplo, a Medicina Cardiorrástica) tenham sido excluídas e as que têm ampla ressonância no quotidiano (como a Psiquiatria) tenham sido valorizadas. No segundo quinquénio dos anos 90, a atenção dada ao corpo, à sexualidade e às questões de género fez emergir profissionais que não encontrámos nos primeiros anos de coabitação entre os sectores público e privado de TV, como os dermatologistas e os urologistas. Significa isso que o acesso aos *plateaux* está condicionado pela emergência de certas temáticas que, a certa altura, integram os valores da sociedade contemporânea. Também a insistência de determinado programa num grupo de profissionais acabou por contaminar os formatos concorrentes das outras estações. Em 1996, a jornalista Maria Elisa insistiu particularmente em tornar os médicos numa presença constante nos seus debates. Na SIC, à mesma hora, a jornalista Margarida Marante preferia um outro perfil de especialistas: os juristas. Em 1998, a classe médica foi a mais representativa nos debates da RTP1 e da SIC. Também em Agosto desse ano, se estreava, na SIC, um programa centrado no campo da saúde: *Ficheiros Clínicos*. Colocado em horário nobre, este formato, coordenado e apresentado por Cláudia Borges, traria a estúdio especialidades excluídas dos debates televisivos em horário nocturno. Por exemplo, os dentistas e os ortopedistas. No entanto, nesta década, foram os psiquiatras os mais solicitados pelos jornalistas. Porque seriam os mais capazes de unir o corpo e a mente. Também os psicólogos se revelaram uma franja profissional valorizada nos debates dos canais generalistas. Tal como invadiram o corpo social, os processos psicológicos também foram penetrando nos estúdios televisivos, contribuindo para a emergência daquilo a que Dominique Mehl chama “*televisão relacional*” (1992: 116) que, na sua perspectiva, arrasta consigo “*o primado da câmara-espelho*”.

Sendo o segundo grupo de especialistas com mais representatividade nos programas de informação televisiva, os médicos não foram uma classe televisivamente privilegiada entre 1993 e 2003. Porquê? Porque a TV não valorizou temas ligados à Medicina e os jornalistas, quando discutiam a saúde/doença, davam frequentemente prioridade a outros grupos, nomeadamente aos políticos, que desviavam a conversa para a política da saúde, e ao cidadão comum, que relatava casos pessoais. Sublinhe-se igualmente a tendência para integrar os mesmos profissionais no debate de diferentes tópicos, resultando daí uma certa neutralização da diversidade que os números testemunham. O psiquiatra Allen Gomes, por exemplo, participou no programa

Maria Elisa para falar de “casamento ou união livre” (2/5/96), da “velhice” (25/7/1996), da “violência doméstica” (22/1/1998), da “andropausa” (2/2/1998) e da “pedofilia” (17/10/1998). Na altura do processo judicial de abuso de menores que envolvia a Casa Pia, foi ainda o convidado de Judite de Sousa para uma *Grande Entrevista* (2/7/2003), um género de programa que, nessa década, excluiu estes profissionais dos respectivos estúdios.

Quadro 44: Áreas médicas presentes nos debates, entrevistas⁵³⁴

Áreas médicas	1993	1996	1998	2001	2003	Total
Psiquiatria	5	7	20	1	12	45
Cirurgia Geral	5	3	-	-	1	9
Endocrinologia	-	2	4	-	2	8
Pediatria	-	2	2	-	2	6
Cirurgia Plástica	-	1	1	-	3	5
Veterinária	-	-	4	1	-	5
AMI	-	-	3	-	-	3
Neurocirurgia	-	1	1	-	1	3
Urologia	-	-	3	-	-	3
Cardiologia	-	-	1	-	2	3
Transplantes	-	-	-	-	3	3

Percorrendo os interlocutores que participaram nos debates televisivos, evidencia-se a importância atribuída ao exercício profissional, o que, à partida, transforma os não-profissionais (os que ainda/já não trabalham) em categorias menosprezadas. Este critério de discriminação dos jornalistas faz com que haja uma selecção que impõe o primado da economia sobre o social. De entre os profissionais, os canais generalistas chamaram para os seus debates prioritariamente os académicos, os médicos, os psicólogos, os jornalistas e os juristas, ou seja, profissionais cujo trabalho não é a produção de um bem, mas de uma relação social e humana, o que lhes possibilitava a expatiação da sua opinião para assuntos que não os envolviam directamente. Um sociólogo está autorizado a uma extensão da sua competência a que um biólogo, por exemplo, não está. Significa isso que aquilo que não pertence ao mundo dos serviços e da informação tem uma legitimidade minorada no mundo das ideias que a televisão discute. Por aqui também se explica a ausência de engenheiros, técnicos, agricultores ou comerciantes dos debates televisivos. Este é um quadro que Sébastien Rouquette também encontrou, ao estudar meio século de debates televisivos nos canais

⁵³⁴ Apenas tivemos em conta os números iguais ou superiores a três presenças. As categorias do Quadro 44 não se alterariam, se aí introduzíssemos dados relativos aos *talk shows*.

franceses de televisão. A esses grupos profissionais que se ocupam da dimensão humana e que são valorizados pelos jornalistas franceses, o investigador francês chama “*engenheiros do social*” (2001: 171). Na sua perspectiva, é deles o espaço social televisivo, são eles que se reapropriam dos problemas colectivos que circulam no espaço público contemporâneo. No seu conjunto, afirma Rouquette (2001: 213-4), “*a força dos engenheiros do social é de existir fora dos seus problemas profissionais próprios, fora dos escândalos que envolvem a sua corporação, das reformas jurídicas dolorosas ou das greves duras. A sua força*”, conclui, “*é passar como indispensáveis aos olhos dos jornalistas*”. Estes profissionais também ajudam a fazer emergir aquilo a que Dominique Mehl chama “*TV relacional*”, por vezes até “*intimista*”, à força de tanto reflectir movimentos do corpo social que se deslocam para a intimidade (1996: 20). Segundo esta socióloga (1992: 116), nos anos 90 a televisão “*torna-se um agente de irrupção da esfera privada na esfera pública*”. Quem poderia explicar esse movimento? Quem trabalha essencialmente com o humano. Percebe-se, pois, que, entre os académicos, sejam os sociólogos os mais solicitados e, de entre as especialidades médicas, a Psiquiatria adquira maior visibilidade.

1.4. A desvalorização do “*discurso profano*”

Entre 1993 e 2003, o cidadão comum esteve excluído das entrevistas, teve pouca oportunidade de intervir nos debates, conquistou alguma visibilidade nos *talk shows*, particularmente em emissões onde os convidados representavam o papel de vítimas. Nestes anos, os diferentes directores dos canais de TV insistiram em defender reiteradamente os telespectadores (os seus gostos, os seus interesses, as suas necessidades), mas o público não foi uma parte activa ao nível da informação semanal. Por vezes, procurou-se incorporá-lo nas emissões através de telefonemas, televoto, cartas, SMS, mas esses diferentes meios de acesso, para além de controlados pelos responsáveis dos programas, apenas permitiam uma participação marginal e, não raras vezes, pouco representativa da população portuguesa.

Nos primeiros dez anos de coabitação dos sectores público e privado de televisão, o cidadão comum nunca teve acesso aos programas de grande-entrevista. Numa fase inicial, a sua presença também foi excluída dos debates televisivos, dominados, na altura, pela política nacional, cuja discussão se circunscrevia aos políticos (em maioria) e aos especialistas (em minoria). Nesse contexto, era apenas no *talk show* que as pessoas anónimas exerciam o direito à palavra (televisiva). Vocacionado para discursos empáticos com as audiências, este género televisivo prescinde de uma *ratio cognoscendi* a favor de uma *ratio existendi*, retomando aqui uma distinção que Michel Maffesoli usa para enfatizar os conhecimentos que resultam da experiência do vivido (2003: 142-3). Nessas emissões, não importa aquilo que os convidados sabem acerca deste ou daquele tema, pois o que interessa são as suas experiências pessoais, relatadas de forma emotiva. É

para uma compreensão dos processos sociais, construída a partir das emoções de sujeitos anónimos, que se orientam programas como *Você é Excepcional* (RTP1) ou *Sexo Forte* (SIC). Lembrando os trabalhos de William James e citando Anthony Giddens, Barbelet (2001: 247) sublinha a possibilidade de “*as pessoas se conhecerem a si próprias através da apreensão emocional das suas necessidades e aspirações*”. Aceitando esse ponto de vista, não podemos minimizar o papel dos *talk shows* e, conseqüentemente, o lugar que aí ocupa a palavra emotiva do cidadão comum, na qual os telespectadores podem reflectir-se. Tal como os espaços público e privado fazem permanentes aproximações um ao outro, também as fronteiras entre actor e espectador vão sendo esbatidas na ágora electrónica através deste género de programação.

Com a emergência dos assuntos sociais nos debates televisivos, acelera-se o recuo da política em proveito de tópicos de proximidade e de implicação do cidadão comum que toma a palavra através daquilo que Dominique Mehl (1992) caracteriza como “*fala profana*”, ou seja, um tipo de intervenção, até aí, estranha a esse género televisivo. Aos poucos, essas intervenções vão conquistando mais espaço nos programas de informação semanal dos canais generalistas portugueses, tornando a presença dos políticos nos *plateaux* menos hegemónico, particularmente na RTP1. *Maria Elisa* – que se estreia em Maio de 1996 na RTP1 e aí se mantém até 2000 – integra sempre pessoas desconhecidas nas discussões que promove através de testemunhos que manifestam um laço existencial com o tema em destaque. A 9 de Maio de 1996, “*obesidade e dietas*” dá o mote a uma emissão que abre com o depoimento de Raquel Morato que fala das dietas que faz. Os exemplos que o cidadão comum vai multiplicando pelo palco do debate de *Maria Elisa* desempenham várias funções. Para além de estarem ali ao serviço da encenação de uma certa autenticidade e de transmitirem a ideia de que cada um será o melhor especialista da sua vida, esses testemunhos fazem com que, no espaço informativo, a representação social deixe de ser monopólio das elites. Tal como escreve Charaudeau (2000: 86), a integração da palavra do vivido ao lado do discurso do saber dessacraliza o espaço público outrora reservado às elites e ressacraliza um novo espaço, o do “*mistério social*” e o do porquê da desordem social na qual se move o *homo anonimus*. Se o político e os especialistas constroem no espaço televisivo um discurso impessoal, as pessoas anónimas relatam situações intrínsecas à sua vida, mas que podem estar ao serviço da compreensão de problemáticas mais vastas. Seguindo o modelo da conversação, esse discurso comum pode integrar-se naquilo a que Dominique Mehl (1992: 16-41) chama televisão “*relacional*”, centrada no registo da convivialidade onde o canal “*é encarado como um meio de criar relação*”, podendo também estar ao serviço de uma promessa de explicação/problematização da realidade social, como nos lembram, por exemplo, as investigações de Noël Nel (1990) ou de Lochard e Soulages (1998). Essa mistura de intenções comunicativas é, aliás, um dos traços estruturais da “*neotelevisão*”.

Os debates dos canais privados tiveram dificuldades em integrar o discurso do cidadão comum. Em 1996, a TVI excluiu o cidadão comum desse género televisivo; na SIC Margarida Marante fez cedências

pontuais. Por exemplo, quando discutiu a toxicodependência e seus possíveis tratamentos (15/10), trouxe a estúdio um pai de um toxicodependente e uma ex-toxicodependente. Nos anos seguintes, este quadro repetir-se-ia. Na RTP1, o debate *Maria Elisa* foi insistindo em inserir a palavra do cidadão ordinário no debate público televisivo, requisitada como força de apoio ao discurso dos especialistas. Tratou-se de um caso isolado. Esta linha seguida pelos debates televisivos retira à “*neotelevisão*” um traço que alguns investigadores encaram como estruturante dessa fase: a consagração da palavra profana. Dominique Mehl (*in Bourdon*, 1998: 206) defende que, no dispositivo televisivo contemporâneo, “*a palavra do testemunho é preponderante em relação à palavra dos especialistas*”, ou seja, o “*discurso da experiência suplanta o discurso dos saberes*”. Não foi esse o caso da informação semanal dos canais generalistas portugueses até ao final do século XX. Tendo em conta a composição dos *plateaux* das entrevistas e dos debates da RTP1, da SIC e da TVI, estaríamos mais próximos de um modelo que a investigadora francesa (1998: 207) identifica com a “*paleotelevisão*” onde a palavra ordinária não vale por si, sendo apenas requisitada a título de exemplo, enquanto na “*neotelevisão*” se dá uma inflexão da palavra profana que passa a satisfazer-se a si própria, integrando-se na ordem não da “*aprendizagem, mas na da sugestão*” que visa, acima de tudo, cultivar uma relação de convívio com as audiências. François Jost (2001: 60) também sublinha a preferência que os jornalistas dos finais do século XX manifestam em relação à palavra do indivíduo anónimo. Na sua perspectiva, “*o modelo da verdade científica assente no geral e no abstracto apagou-se atrás do modelo da autenticidade ligado ao relato da experiência vivida*”. Em Portugal, os programas de informação não operaram essa neutralização. Significa isto que se menosprezou o cidadão comum? De modo algum. Apenas se procuraram outras estratégias de aproximação, a principal das quais foi transmitir a ideia de que as discussões que ocorriam nos *plateaux* se cruzavam com a vida de todos os dias do cidadão comum. Em 2003, no primeiro programa de *Hora Extra* que elegeu como tema “*a viuvez*” (8/1), Conceição Lino, no *pivot* inicial, preocupou-se em sublinhar que a emissão procurava reflectir uma franja substancial da população:

“*A esta hora, em muitas casas portuguesas, há gente sozinha. Se é o seu caso, esta ‘Hora Extra’ é especialmente para si. Entre aqueles que têm que enfrentar a solidão, encontram-se, sobretudo, mulheres e, entre elas, as viúvas. No último “Census” realizado em 2001, as estatísticas revelaram que há quase 560.000 mulheres viúvas. Mais de meio milhão, que contrasta consideravelmente com o número de homens viúvos: 122.277.*”

Outra estratégia para integrar o cidadão comum no dispositivo dos debates televisivos foi a de reclamar a sua opinião à distância, convertendo o público num participante activo do jogo comunicativo. Telefonemas através dos quais se poderia interrogar os convidados⁵³⁵, sondagens realizadas por universidades⁵³⁶, televoto feito em chamadas de valor acrescentado⁵³⁷, assistência com direito a voto⁵³⁸ ou a

⁵³⁵ Na terceira parte do debate *Maria Elisa*, (RTP, 1996-2000), abria-se o programa à participação do público que intervinha através de chamadas telefónicas. *Os Donos da Bola* (SIC, 1993-1999) também ofereciam essa possibilidade.

⁵³⁶ *Referendo* (TVI, 1993) apresentava uma sondagem feita pela Universidade Católica que era analisada pelos convidados em estúdio e encarada como um reflexo das tendências da opinião pública acerca do tema em debate. Na segunda série de *Prós e Contras* (RTP1, 2003) que começou em Outubro, a possibilidade de os telespectadores responderem por telefone à pergunta colocada no início da emissão foi substituída por uma sondagem feita pela Universidade Católica cujos resultados eram publicados no jornal

formular algumas questões⁵³⁹, cartas através das quais se davam sugestões ou avançavam críticas a determinadas questões da actualidade⁵⁴⁰: eis algumas formas de converter o olho passivo dos telespectadores num actor integrado nas margens de uma emissão cujo desenvolvimento permanecia longe da sua actuação. No entanto, os programas de informação insistiram sempre em solicitar essa participação das audiências, pois seria essa uma forma de as tornar activas e de neutralizar uma escuta desligada. Segundo Sebastien Rouquette (2002: 41), “*incitar a dar a sua opinião é incitar a tomar o debate como um problema que têm de resolver*”. Convém acrescentar que essa participação à distância não equivale ao direito à palavra que os convidados dispõem nos *plateaux* dos debates televisivos. Refira-se ainda que esse tipo de integração apenas se dá ao nível dos debates, sendo completamente excluída das entrevistas.

No período pós-*Big Brother*, enquanto a TV pública regressava às discussões políticas feitas com as elites do poder (político, social, cultural e económico), os canais privados ensaiam formatos que colocavam em primeiro plano histórias de vida de anónimos, confrontados com crises de vária ordem das quais não conseguiam sair através dos seus recursos e esforços. Num livro sobre as “*outras notícias*”, John Langer (2002: 111) lembra que esses indivíduos, sendo personagens de um drama, representam sempre o papel de vítimas. Que aparecem no espaço público televisivo relatando situações que extravasam o seu espaço privado, poder-se-ia acrescentar, se tivermos em conta o conjunto de programas que a SIC e a TVI estreiam em Janeiro de 2003: *Eu Confesso* (TVI), *Bombástico* (SIC), *O Crime Não Compensa* e *Escândalos e Boatos*. Ultrapassando normas que o campo jornalístico considera distintivas – o respeito pelo princípio do contraditório, uma postura isenta do apresentador, um registo equilibrado das intervenções dos convidados –, essas emissões ocupam um terreno ambíguo entre a informação (que não prestam) e o entretenimento (que não é explícito, por se tratar de histórias reais e sofridas de pessoas concretas). Tal como acontece com as “*novelas da vida real*”. Entre esses programas, não há muitas diferenças. Os convidados não orientam os seus depoimentos para a verdade, mas para uma autenticidade que se pretende que comova aqueles que assistem ao espectáculo da palavra exposta com dramatismo. Os temas, embora possam ser integrados no

“*Público*”, ao lado de um trabalho jornalístico que enquadrava o tema em destaque. Esta auscultação da opinião pública, apesar de impedir a audiência de ter uma participação efectiva no programa, era mais representativa do país, possibilitando um maior conhecimento daquilo que pensavam os portugueses relativamente ao assunto a tratar.

⁵³⁷ *Terça à Noite* (SIC, 1993) foi pioneiro na introdução em Portugal do sistema de participação dos telespectadores através da votação sobre temas em debate. Sousa Tavares lembra que não se trata de uma sondagem, mas simplesmente de uma votação de quem se pretende apoiar/contestar os argumentos das partes intervenientes no programa. Segundo António Barreto, é uma “*espécie de telefonema militante*”. Pacheco Pereira admite que isso possa ter uma certa influência quer no debate, quer na opinião pública, considerando que “*a discussão feita dos próprios resultados da consulta telefónica acaba por valorizar a emissão*”. (“*TV 7 Dias*”, n.º 342, Outubro de 1993). O programa dava também a possibilidade de a assistência, constituída por cerca de 30 pessoas seleccionadas por uma agência de *casting*, votar numa das duas posições em debate. *Eu Confesso* (TVI, 2003) tem uma votação por telefone.

⁵³⁸ Em *Artur Albarran* (TVI, 1993), o *plateau* integrava um painel de 50 pessoas representativo da opinião pública nacional – cuja selecção cabia à Norma, empresa especializada em estudos de opinião – que aferia de forma constante e sistemática a prestação do convidado central, do apresentador e dos restantes intervenientes na discussão.

⁵³⁹ *De Caras* (RTP1, 1993) dava à assistência a possibilidade de se pronunciar sobre determinado tema ou lançar perguntas. *Debate da Nação* (RTP1, 2003) também adopta a mesma estratégia.

⁵⁴⁰ *Conversas Curtas* (SIC, 1993) reservava na recta final da emissão algum tempo para a leitura da correspondência do público a quem o apresentador semanalmente incentivava a escrever-lhe.

espaço público, são atravessados por vivências privadas apresentadas por um discurso emotivo ao serviço do espectáculo da palavra através do qual se exhibe um lado humano degradante: crimes, escândalos sexuais, negócios de pornografia, etc. Ser célebre, neste contexto, significa não ter direito a uma vida privada. Nesse tipo de programas, a (quase) totalidade dos convidados não assume a sua identidade profissional, apresentando-se como cidadãos anónimos, às vezes escondidos atrás de um nome falso ou de uma máscara.

Quadro 45: Os políticos, os especialistas e o cidadão comum nos programas de informação semanal

(resultados apresentados em percentagem)⁵⁴¹

Ano	RTP				SIC				TVI			
	Políticos	Especialistas	Cidadão Comum	Polític	Especia- listas	Cidadão Comum	Políti- cos	Espe- cialistas	Cidad. Comum			
1993	Debates				Debates				Debates			
	Entrevistas	36.4	25.9	1.7	Entrevistas	23.3	29.1	2.1	Entrevistas	22.8	29.3	0
1996	Talk shows	4.1	30	16.4	Talk shows	6.2	14.1	10.8	Talk shows	5.5	56.3	0
	Debates				Debates				Debates			
1998	Entrevistas	41.9	22.8	3.9	Entrevistas	39.2	22.2	6.6	Entrevistas	43	18	
	Talk shows	0	12	0	Talk shows	-	-	-	Talk shows	-	-	-
2001	Debates				Debates				Debates			
	Entrevistas	20.8	33.7	11.5	Entrevistas	8.1	37	2.3	Entrevistas	-	-	-
2003	Talk shows	-	-	-	Talk shows	-	-	-	Talk shows	-	-	-
	Debates				Debates				Debates			
2003	Entrevistas	35.4	25.2	4	Entrevistas	-	-	-	Entrevistas	-	-	-
	Talk shows	-	-	-	Talk shows	-	-	-	Talk shows	-	-	-
2003	Debates				Debates				Debates			
	Entrevistas	39.4	26.9	2.3	Entrevistas	2.7	50	9.7	Entrevistas	-	-	-
2003	Talk shows	-	-	-	Talk shows	0	0	100	Talk shows	2	14.4	63.5

Da leitura do Quadro 45, conclui-se que o cidadão comum foi desvalorizado na informação semanal entre 1993 e 2003. Nesse período, poucos programas reclamaram a sua presença para os *plateaux* televisivos e, sempre que o fizeram, foi para o integrar em *talk shows* ou para lhe solicitar um testemunho pessoal sobre um tema que seria depois discutido com especialistas ou com actores das indústrias culturais. Quais as razões dessa permanente exclusão do cidadão anónimo? Independentemente da profissão que exerçam ou da posição sociocultural que tenham, os actores sociais são capazes de fornecer interpretações discursivas sobre as condições da sua acção, embora essa capacidade apresente diferentes graus. O poder cognitivo intrínseco a todos os agentes, que Giddens reiteradamente sublinhou nos seus trabalhos, habilita-os a participar no espaço público e, por arrastamento, no espaço social televisivo. Mas não é assim que os jornalistas pensam. Foi sempre para a ordem do testemunho que se solicitou o cidadão comum a falar em televisão. Percebe-se, assim, a sua assinalável presença em géneros estruturados por relatos personalizados (como os *talk shows*) e

⁵⁴¹ Os dados do Quadro 45 são apresentados com mais pormenor no Caderno de Anexos (Anexo 3).

a sua ausência em géneros que exijam um discurso impessoal alargado (como a grande-entrevista). Albergando um número assinalável de convidados, os debates são géneros propícios à integração do *homo anonymus*, mas, entre 1993 e 2003, essa entrada no espaço televisivo apenas lhe foi concedida para falar de experiências pessoais (a maior parte das vezes privadas), o que aprisiona o *cidadão standard* num espaço restrito de participação pública do qual se subtrai o direito à opinião individual. Não são as ideias que os jornalistas procuravam junto deste tipo de interlocutores, mas, acima de tudo, vivências pessoais concretas. Se apenas é autorizado a falar daquilo que se cruza com o seu espaço privado, o cidadão comum nunca pode exercer o seu direito de dizer o que pensa acerca daquilo que circula na esfera pública.

De acordo com John Langer (2002: 127), “*os modos de vida, as preocupações, os sentimentos, a escala de valores dos meios populares parecem estranhos aos jornalistas em geral, e aos jornalistas que conduzem os debates em particular*”. Eis uma explicação para a ausência do cidadão comum do espaço social televisivo. Não se trata, pois, de um retrato específico da TV portuguesa. Sébastien Rouquette (2001) encontrou o mesmo quadro ao estudar os debates televisivos dos canais franceses e explicou-o por aquilo que diz ser a incapacidade que os jornalistas manifestam para entrevistar o *cidadão standard*. Assim como os agricultores ou os técnicos. Outra das razões relaciona-se com a desvalorização da vida anódina que, aos olhos dos profissionais da televisão, apenas interessaria quando colocada ao serviço do espectáculo das emoções. O trabalho manual também é ignorado pelo discurso mediático, que apenas lhe dá alguma atenção em situações negativas atravessadas pelos traços do acidente ou ruptura. Tendo em conta estes dados, Rouquette (2001: 148) lança uma pergunta pertinente:

“Como é que uma máquina que produz produtos culturais de massa como a TV ignora uma larga parte da população quando se trata de lhe dar a palavra? Contradição grande, na medida em que o grande público não existe, se não for enquanto público popular.”

Não se tratará de uma contradição, na medida em que os canais televisivos têm os telespectadores sempre presentes em todos os momentos da programação. Se o cidadão comum não é incorporado nas entrevistas e é desvalorizado nos debates, há outras estratégias para o aproximar das emissões. Por exemplo, o cruzamento dos temas em debate com o quotidiano, as sondagens apresentadas, a disponibilização de linhas para chamadas telefónicas. Mas a verdade é que essas modalidades de participação se desenrolam nas margens de dispositivos que permitem uma ampla participação de diferentes convidados.

1.5. Homens públicos, mulheres privadas

Victoria Camps acredita que o século XXI será das mulheres. Poderá ser, mas na última década do século XX os principais programas de informação semanal dos canais generalistas deram sinais claros de uma forte e bem implantada reprodução social do poder masculino. Entre 1993 e 2003, as entrevistas e os debates televisivos foram feitos essencialmente com homens que hegemonizavam os lugares cimeiros, nomeadamente com políticos que se destacavam em diferentes órgãos de poder, com detentores de importantes cargos públicos, com dirigentes das mais representativas estruturas sindicais e com interlocutores que atingiram o topo da carreira de profissões de prestígio (académicos, médicos, economistas, militares...). Por seu lado, os *talk shows*, ou seja, as emissões com uma componente acentuada de espectáculo e com temáticas centradas no domínio do privado, preferiram as mulheres em relação às quais pouco se dizia sobre a sua identidade profissional, mas de quem se esperavam “*estórias de vida*” que reflectissem percursos de outras mulheres. Para além de separarem espaço público da esfera privada, as entrevistas/debates e os *talk shows* operaram uma divisão de géneros. Assim, os homens apareciam habilitados para discutir ideias e as mulheres para falar de emoções. Poder-se-á ver aí um reflexo da estrutura social: os homens dominam a esfera pública do poder e as mulheres continuam circunscritas ao domínio privado. Até certo ponto, sim, mas, em alguns casos, os canais de televisão tenderam a exacerbar o retrato de uma sociedade gerida no masculino.

Comparando os três canais generalistas, não se notam assimetrias acentuadas relativamente ao desequilíbrio entre homens e mulheres, embora se registem algumas diferenças. No que diz respeito aos debates, foi a RTP1 que envolveu mais as mulheres nas discussões em estúdio, mas isso aconteceu, sobretudo, nos programas conduzidos por Maria Elisa. José Eduardo Moniz, Judite de Sousa e Fátima Campos Ferreira cederam o estúdio da estação pública preferencialmente a vozes masculinas. O maior equilíbrio entre homens e mulheres que se registou nas emissões de Maria Elisa poderá resultar de uma preferência pessoal (de quem produz uma emissão). Pelo menos em 1993 e em 1996, não encontramos a mesma tendência em formatos similares exibidos na SIC e na TVI.

Quadro 46: Percentagem de mulheres presentes nos programas de informação generalistas entre 1993 e 2003⁵⁴²

⁵⁴² A percentagem de mulheres é calculada em função do número total de convidados. Os dados do Quadro 46 são apresentados com mais pormenor no Caderno de Anexos (Anexo 3).

Ano	RTP	Mulheres %	SIC	Mulheres %	TVI	Mulheres %
1993	Debates Entrevistas	10.8	Debates Entrevistas	6.5	Debates Entrevistas	19
	Talk shows	24.4	Talk shows	75	Talk shows	23
1996	Debates Entrevistas	20.5	Debates Entrevistas	3.1	Debates Entrevistas	19.6
	Talk shows	52	Talk shows	-	Talk shows	-
1998	Debates Entrevistas	34	Debates Entrevistas	31.1	Debates Entrevistas	-
	Talk shows	-	Talk shows	-	Talk shows	-
2001	Debates Entrevistas	10	Debates Entrevistas	-	Debates Entrevistas	-
	Talk shows		Talk shows	-	Talk shows	-
2003	Debates Entrevistas	18.5	Debates Entrevistas	33.3	Debates Entrevistas	-
	Talk shows	-	Talk shows	45.8	Talk shows	20.3

Fonte: Markttest

Também não se pode dizer que haja uma evolução diacrónica no que diz respeito à (neutralização da) hegemonia masculina nos debates e nas entrevistas. No canal generalista público, houve mais homens nos debates que ocorreram em 1993 e em 2003, períodos em que os tópicos políticos encheram a maior parte das emissões. Em 1996 e 1998, altura em que os temas sociais dominaram as discussões, evidenciou-se uma queda substancial da presença masculina nesses *plateaux*. Estes marcos temporais também se aplicam à SIC, com a excepção de 2003, ano em que o único debate em antena, *Hora Extra*, teve uma presença feminina de 33.3%. Esse programa coordenado e apresentado por Conceição Lino sempre subalternizou o debate político a favor de temáticas sociais ou ligadas à vida individual de certos grupos. Este quadro indicia que os homens ganhavam visibilidade mediática sempre que a televisão optava pelas discussões políticas e perdiam espaço quando os debates elegiam assuntos sociais.

Apesar de as percentagens serem muito díspares, a verdade é que, entre 1993 e 2003, as mulheres estiveram presentes em todos os programas aqui em estudo. Reflectirá a diferença quantitativa uma diferença qualitativa? Claramente.

Nos debates/entrevistas, as mulheres ganham visibilidade mediática graças à sua notoriedade pública, por pertencerem a classes que reflectem alguma fragilidade social ou que procuram neutralizar desigualdades/injustiças sociais. Do primeiro grupo, saem interlocutoras com profissões de prestígio social

(políticas, professoras universitárias, juristas, economistas, jornalistas⁵⁴³...) e que adquiriram, *inter pares*, assinalável destaque. Constituem um grupo bastante restrito e são presença recorrente em debates promovidos em diferentes canais. A elas, juntam-se também mulheres que reúnem algum capital simbólico ao nível da visibilidade mediática (cantoras, atrizes, escritoras...). Umhas e outras apresentam algum domínio dos códigos audiovisuais que permite uma “*apresentação do eu*” ajustada aos imperativos do *saber falar/estar* em televisão. Do segundo grupo saem convidadas que representam sindicatos/associações ligados à educação ou à solidariedade social⁵⁴⁴ ou interlocutoras que testemunham estilos de vida desvalorizados socialmente (operárias, educadoras...).

Nos *talk shows*, as mulheres são convidadas em função sobretudo da “estória” que têm para contar. Não interessa muito a sua profissão, nem o seu estatuto sociocultural, pois o que aí se valoriza é uma determinada experiência que se relata num registo quase sempre emocional. É isso que se passa, por exemplo, em *Raios e Coriscos* (RTP1), que, em 1993, traz a estúdio mulheres que se dizem seguidoras de diferentes cultos ou que confessam em público alguns adultérios. Por vezes, opta-se por deslocalizar a conversa para discursos impessoais, ainda que centrados na esfera do privado. É o que faz, em 1996, *Ligações Perigosas* (RTP1) que conta, em cada emissão, com um casal (sem ligação entre si) desafiado a falar do relacionamento homem/mulher. Feito exclusivamente com mulheres, *Sexo Forte* (SIC) não exacerba as emoções das convidadas, nem as circunscreve a uma esfera íntima. Semanalmente, a jornalista Paula Moura Pinheiro conversa com as suas interlocutoras sobre os percursos singulares por elas protagonizados. É mais para a privacidade que já foi colocada em público que se orienta a conversa com mulheres que suscitam alguma admiração ora porque desafiam estereótipos de género (uma pescadora, uma arqueóloga subaquática, uma enóloga...); ora porque cultivam uma exemplar “*ética do cuidado*” (médica da AMI, fundadora do Telefone da Amizade, mãe adoptiva de duas crianças refugiadas...). Na era pós-*Big Brother*, os programas pretensamente de informação que as estações privadas estreiam em 2003 fazem-se, sobretudo, com o cidadão anónimo que se diz alvo de múltiplas injustiças sociais. É aí que as mulheres têm mais espaço. Centrado no espaço íntimo dos convidados, esses programas colocam em cena pessoas que representam um papel que lhes está previamente configurado: o de vítimas, mesmo quando estão ali para relatar os crimes que cometeram. Essa visualização da “*extimidade*”, ou seja, “*o movimento que leva cada um a exteriorizar uma parte da vida íntima, física e psíquica*” (Tisseron, 2001: 52-3), poderia ser uma oportunidade para multiplicar espelhos numa tentativa de se conseguir perceber melhor a respectiva identidade. Não é exactamente isso que se passa. Interessa aquilo que se diz e, acima de tudo, o modo (emotivo) como se diz e não as razões do que se relata. Neste nível, as mulheres aparecem como interlocutoras privilegiadas.

⁵⁴³ Por exemplo, na política destaca-se Edite Estrela, nas académicas Clara Pinto Correia, nas magistradas Maria José Morgado, nas economistas Judite Correia, nas jornalistas Helena Sanches Osório.

⁵⁴⁴ Por exemplo, representantes da FENPROF, da Associação de Apoio à Vítima, da Associação Portuguesa dos Direitos dos Cidadãos ou da Abraço.

Reflectirão os *plateaux* destes programas a distribuição do poder na sociedade actual? Na amostra que trabalhámos, não há desvios significativos. Percorrendo alguns dos textos que incidem na questão do género, salienta-se um retrato próximo daquele esboçado pelos programas que integraram o nosso estudo. Se a exclusão das mulheres das esferas superiores de poder é uma situação que permanece nos anos 90, talvez não seja de admirar que alguns programas de informação, ao privilegiarem interlocutores institucionalmente mais valorizados ou colocados em lugares hierárquicos superiores, se façam, sobretudo, com homens. Esse *glass ceiling* (tecto de vidro) que bloqueia o acesso das mulheres a lugares de topo está dentro da TV, mas estará, acima de tudo, na estrutura social.

Olhando para o Quadro 46, verifica-se uma acentuada discrepância entre a presença de homens e de mulheres nos programas que aí se apresentam. Talvez não seja difícil defender um maior equilíbrio, mas convém ter presente que uma alteração quantitativa desses resultados poderá não corresponder a uma mudança qualitativa. Partilhámos inteiramente a ideia de Gilles Lipovetsky para quem “*a selecção de elites numa democracia fundamenta-se no talento, na competição e na igualdade meritocrática e não na pertença a uma comunidade de género*” (2000: 280). O que nos suscita já algumas reservas é a oposição homem público/mulher privada que, entre 1993 e 2003, veio a avolumar-se nos programas de informação semanal dos canais generalistas. Esse binómio, remontando a uma divisão arcaica do social, continua enraizado na era pós-moderna onde o desempenho profissional, o poder e o sucesso são traços intrínsecos ao masculino e a vida familiar, o íntimo e o relacional são elementos estruturantes do feminino. Privilegiar um homem ou uma mulher para debater determinado tema é separar domínios que se cruzam cada vez mais e que seria vantajoso discutir colectivamente.

Hoje o privado está cada vez mais em público e a vida pública é cada vez mais lida com códigos da esfera privada. Se o público não pode estar cativo de profundas racionalizações feitas por elites que conquistaram o poder, o privado necessita cada vez mais de respostas colectivas. Não partilhámos incondicionalmente as teses daqueles que defendem uma “*feminização do mundo*” e a necessidade de criar um “*pensamento do ventre*”, ou seja, “*um pensamento que saiba tomar em consideração as emoções, os afectos e os sentimentos enquanto expressões sociais*”, como advoga, por exemplo, o sociólogo do quotidiano Michel Maffesoli (2001: 181). Todavia, convém ter presente que há actualmente uma mudança dos conceitos “*público*” e “*privado*” que implica alterações dos papéis de género. Num discurso (excessivamente) optimista quanto ao lugar da mulher na sociedade do século XXI, Victoria Camps (1998: 104) defende que esses dois domínios “*não podem ser diferenciados quanto ao género e à importância social*”. É essa aprendizagem que os programas de televisão têm de incorporar a fim de não retardar uma evolução social em relação à qual se sentem sinais vários. Entre 1993 e 2003, a maior parte dos programas

dos canais televisivos que analisámos ignorou essa tendência, continuando a reproduzir uma ordem dominante onde o espaço público era encarado como pertença dos homens e a esfera privada reservada às mulheres. Seria uma má opção defender a igualdade numérica, na medida em que isso daria um novo fôlego ao desequilíbrio da representação do género feminino. Segundo Camps (1998: 96), “*para que não se coloque em causa a coesão social, nem o interesse comum, há que partir de uma base em que a democracia é um processo de comunicação e de deliberação onde ninguém tem mais voz ou mais razão do que o outro*”. Independentemente do género em que se integre e do programa televisivo em que se participe.

2. Uma informação subalternizada pelas lógicas do mercado televisivo

2.1. A ascensão e a queda de uma elite da TV

Nos cinco anos destacados neste estudo (1993, 1996, 1998, 2001 e 2003), somam-se, entre debates, entrevistas e *talk shows*, 32 programas que, por sua vez, contabilizam 25 apresentadores, 17 dos quais são jornalistas e 8 não-jornalistas. Em termos de género, há um ligeiro predomínio de mulheres (10) na classe jornalística e de homens (6) no grupo dos não-jornalistas, sendo alguns deles exteriores ao campo televisivo. Se alargarmos esta amostra ao período compreendido entre 1993 e 2003, muitos daqueles que integram o Quadro 47 repetem-se em outros anos. Maria Elisa, José Eduardo Moniz, Judite de Sousa, Fátima Campos Ferreira, Miguel Sousa Tavares, Margarida Marante e Conceição Lino são alguns dos nomes que se destacaram ao nível dos debates televisivos nos primeiros dez anos de coabitação entre os sectores público e privado de TV por várias razões: porque a eles foi dada a condução dos principais programas de informação semanal; porque acumulam vários anos de jornalismo; porque reúnem um considerável capital de notoriedade pública; porque moderam emissões que se assumem como uma referência no PAP. Seguindo Rémy Rieffel (2003), acrescentaríamos os elevados ordenados desses profissionais e diríamos que estamos perante uma *elite* que reúne os três traços distintivos que Wright Mills (1969) reivindicava para a definição deste grupo: poder, prestígio e dinheiro. Mas que não sobrevive à passagem do século XX, que trouxe consigo uma profunda alteração do horário nobre, que, a partir daí, é homogeneizado por conteúdos de entretenimento.

Quadro 47: Apresentadores dos programas de informação generalistas entre 1993 e 2003

Canal	Jornalistas	Programas	Não-jornalistas	Programas
RTP	José Eduardo Moniz	<i>De Caras + Prova Oral</i>	Nuno Rogeiro	<i>Ligações Perigosas</i>
	Maria Elisa	<i>Marcha do Tempo + Entrevista de Maria Elisa + Prova Oral + Maria Elisa + Rosto da Notícia</i>		
	Joaquim Letria	<i>Conversa Afiada + Você é Excepcional</i>		
	Manuela Moura Guedes	<i>Raios e Coriscos</i>		
	Paula Moura Pinheiro	<i>Ligações Perigosas</i>		
	Judite de Sousa	<i>Grande Entrevista</i>		
	Fátima Campos Ferreira	<i>Prós e Contras</i>		
SIC	Miguel Sousa Tavares	<i>Terça à Noite + Crossfire</i>	Helena Sacadura Cabral	<i>Segredos</i>
	Margarida Marante	<i>Conta Corrente + Crossfire + Esta Semana</i>	José Carlos Soares	<i>Bombástico</i>
	Paula Moura Pinheiro	<i>Sexo Forte</i>	José Figueiras	<i>O Crime Não Compensa Escândalos e Boatos</i>
	Baptista Bastos	<i>Conversas Secretas</i>		
	Conceição Lino	<i>Hora Extra</i>		
TVI	Graça Franco	<i>Referendo</i>	Nicha Cabral	<i>Olhares</i>
	Paula Magalhães	<i>Frontal</i>	Padre Vaz Pinto	<i>Caixa de Perguntas</i>
	Jorge Nuno Oliveira	<i>Frontal</i>	Carlos Cruz	<i>Carlos Cruz</i>
	Artur Albarran	<i>Artur Albarran</i>	Júlia Pinheiro	<i>Eu Confesso</i>
	Fernanda Mestrinho	<i>Grande Plano + Sem Reservas</i>		

A noção de *elite jornalística* que emerge no seio da elite do poder tem uma formulação recente, como bem nota María Santos Saínz (2003) numa tese de doutoramento que incide sobre a evolução da elite jornalística francesa entre 1980 e 2000, um trabalho que retoma as investigações que Rieffel havia feito tendo como referência os anos 80. As conclusões de ambos os académicos não são muito diferentes, mas os marcos temporais onde Santos Saínz faz assentar a sua análise permitem ver com mais nitidez o contributo da televisão, nomeadamente dos programas de debate e de entrevista, para a formação deste subgrupo na classe jornalística. Embora não ancorados num trabalho empírico, muitos daqueles que, nestes anos, escreveram sobre o audiovisual defendem ser esta uma realidade a ponderar a fim de compreender melhor a comunicação televisiva. Tendo uma postura restritiva em relação à composição da elite jornalística, Serge Halimi integra aí profissionais de diferentes empresas jornalísticas, caracterizando-os como uma espécie de “*cães de guarda*” dos poderes político e económico com quem esses jornalistas, na sua opinião, mantêm relacionamentos de convívio. Encontraremos visões similares naqueles que cultivam uma Teoria Crítica dos *media* ou em quem, seguindo uma visão estruturalista, sublinha que o campo mediático é propício à reprodução de ideologias dominantes, como o faz Pierre Bourdieu (1997). Estas perspectivas ajudam a

prestar atenção a quem é colocado na condução dos programas de informação, bem como ao modo como esses profissionais percebem a sua função. Será que, como escreve Jean-Jacques Wunenburger (2000: 100), eles “*vivem uma espécie de excitação mágico-religiosa que lhes dá a impressão de pertencer a uma casta superior, de serem o sal da terra*”?

Percorrendo várias entrevistas dadas à imprensa por jornalistas com funções de coordenação/apresentação de programas de informação, reparamos que grande parte deles chama a si a responsabilidade directa pela selecção dos assuntos e dos convidados das suas emissões. “*Na RTP posso escolher os temas que quero*”, diz Maria Elisa, que justifica o que caracteriza como “*um luxo*” através dos 20 anos de profissão, do bom senso e do sentido da realidade que diz ter (“*Expresso*”, 15 de Novembro de 1997). Mais do que a experiência acumulada de uma carreira, a jornalista reúne um capital de notoriedade resultante da grande visibilidade televisiva do seu trabalho e que justificará o facto de, em Maio de 1996, o principal programa de informação semanal do canal público ter o seu nome e permanecer alguns anos na grelha da RTP1. Na SIC, Margarida Marante também garante que os critérios editoriais são decididos por si, depois de discutidos com a equipa de produção dos seus programas (“*TV Mais*”, 8 de Janeiro de 1999), sendo normalmente ela quem faz os convites a quem vem a estúdio (“*TV 7 Dias*”, 29 de Outubro de 1999). Este protagonismo dos jornalistas de programas de informação semanal é explicitamente assumido em *Crossfire*, que se estreia no último trimestre de 1995 na SIC. O nome é partilhado com um programa análogo que estava no ar na CNN desde 1982, tendo como moderadores o democrata Michael Kinsley e o republicano Pat Buchanan que, no final do debate, dispunham de um espaço para a sua própria opinião. A SIC reapodera-se desse modelo, colocando na respectiva apresentação os jornalistas Miguel Sousa Tavares e Margarida Marante, que, no remate de cada emissão, expunham os seus pontos de vista relativamente àquilo que havia sido discutido. Confrontado com a possibilidade de ser convidado nos próprios debates, Sousa Tavares diz o seguinte: “*Não somos meros colhedores de respostas sem mais*” (“*TV Mais*”, 30 de Novembro de 1995). Este formato não teve seguidores, mas reflecte um sistema mediático que transforma os jornalistas em declarados *opinion makers*, temidos pelas diversas esferas do poder, principalmente por actores políticos que visam alcançar ou perpetuar o poder. E os jornalistas têm consciência dessa influência. Referindo-se à sua postura nas entrevistas, Margarida Marante afirma o seguinte: “*Gostaria de não inspirar medo a ninguém; gostaria, sobretudo, de inspirar respeito*” (“*TV 7 Dias*”, 29 de Outubro de 1999). Segundo Wunenburger, a agressividade que os jornalistas televisivos, por vezes, exibem perante o entrevistado é-lhes também incutida pela própria televisão, que se assume como meio que cultiva a dramatização, muitas vezes tributária de discursos que se desenvolvem através do conflito das partes em diálogo, incluindo os jornalistas.

Se os convidados de programas de debate e de grande-entrevista saem maioritariamente de esferas do poder, em parte isso explica-se pelo facto de os jornalistas que conduzem essas emissões imporem como

condição de acesso aos seus estúdios traços que restringem a selecção a um grupo reduzido de pessoas: as que têm autoridade para falar em nome de terceiros, as que são capazes de simplificar o seu raciocínio; as que conseguem articular um discurso conciso com um registo expressivo e, em alguns casos, as que apresentam alguma telegenia. Há ainda outro critério que se evidencia quando se faz uma lista dos convidados: a preferência por interlocutores com uma formação académica que se cruza com a dos jornalistas. Por exemplo, Maria Elisa valorizou sempre a classe médica nos seus debates, enquanto Margarida Marante tendeu a dar mais protagonismo aos juristas. Por coincidência ou não, a primeira frequentou o curso de Medicina e a segunda tem uma Licenciatura em Direito. Se teoricamente se anuncia que os estúdios estão abertos a todos, na prática o *casting* é muito selectivo. “*Não há muitas pessoas em Portugal com nível para aguentarem um verdadeiro debate em televisão durante hora e meia; há pouca gente, há poucos interesses*”, afirma Sousa Tavares, por altura da estreia de *Terça à Noite* na SIC. Maria Elisa declara que os seus convidados “*têm de ser pessoas muito comunicativas, com um discurso não complicado e uma linguagem directa*”, não cabendo nesse perfil “*pessoas que falam muito, mas que, quando terminam, não se sabe o que disseram*” (“*TV Guia*”, n.º 766 de Outubro de 1993). Num livro em que fala do seu programa *Grande Entrevista*, Judite de Sousa (2002: 51) reconhece que há nomes que, à partida, terão mais probabilidade de serem escolhidos: os que são conhecidos do público e atraem a atenção dos jornalistas. Como a classe política (no poder). Na verdade, entre os jornalistas não se notam grandes diferenças ao nível dos critérios de selecção dos convidados para debates e grandes entrevistas. Talvez por isso os *plateaux* se encham com os mesmos “*confrades*”, como defende Wunenburger (2000: 106).

Nestes anos, os jornalistas encarregados da coordenação e condução de programas de informação semanal preocupam-se também em sublinhar a fronteira entre o seu campo de trabalho e o entretenimento. Maria Elisa, no período de lançamento do debate com o seu nome (na RTP1), apesar de reconhecer que ressaltará o lado “*emocional*” dos seus convidados, refere-se a esse espaço como de “*análise*” dos temas em destaque (“*TV Guia*”, 5 de Outubro de 1996); Margarida Marante, apresentadora e coordenadora de *Esta Semana* (na SIC), afirma ser “*uma defensora bastante séria da fronteira entre a informação e o entretenimento*” (“*Expresso*”, 15 de Novembro de 1997); Conceição Lino, apresentadora e coordenadora de *Casos de Polícia* (na SIC), assegura que há “*uma abordagem cuidadosa de modo a evitar o espectáculo gratuito*” (“*TV Guia*”, 29 de Novembro de 1997). À frente de vários formatos que se constituíram como uma referência na informação televisiva semanal, Miguel Sousa Tavares decide, no Verão de 1997, abandonar a TV, declarando que o rumo do audiovisual era então incompatível com o jornalismo que queria fazer. Para trás, havia já exemplos de uma certa contaminação entre informação e entretenimento, um transvase que se acentuará nos últimos anos do século XX e no limiar do século XXI, acabando por retirar protagonismo a um certo grupo da elite jornalística que os programas de informação semanal estruturaram no primeiro quinquénio dos anos 90.

Inicialmente foi ao nível dos *talk shows* que houve uma certa extensão nas funções dos jornalistas que trabalham em televisão, chamados a apresentar individualmente⁵⁴⁵ ou em conjunto com outros profissionais⁵⁴⁶ esse género de programas. Mais problemática terá sido a integração de jornalistas em emissões que colocavam em causa a informação. Constituindo-se como estação líder de audiências, a SIC foi a principal promotora dessa perigosa integração dos jornalistas em formatos que extravasavam o campo da informação, ao criar formatos como *A Máquina da Verdade* (em 1995) e *A Cadeira do Poder* (em 1997), apresentados por Carlos Narciso e Artur Albarran, respectivamente. Suscitando uma acesa polémica, nomeadamente nos meios político e judicial, e revelando-se, por outro lado, um *flop* em termos de audiências, esses programas desapareceram da grelha ao fim de pouco tempo, mas deixaram marcas ao nível daquilo que a profissão de jornalista (não) permite fazer e, sobretudo, nas carreiras daqueles que fizeram deslocar o seu trabalho para áreas de fronteira com o entretenimento e com a manipulação da realidade. Na recta final de *A Máquina da Verdade*, Carlos Narciso revelava alguma contrariedade a respeito das suas funções naquele formato: “Não gosto de fazer este programa. É um papel chato. Não gosto do polígrafo, não faz parte do meu trabalho, não é uma componente jornalística” (“TV Mais”, 16 de Junho de 1995).

Se houve jornalistas que se deslocaram para conteúdos que misturavam informação com entretenimento, houve também apresentadores sem carteira profissional que tomaram conta dos *plateaux* de informação. Foi o caso de Carlos Cruz, que, em 1994, estava na RTP à frente do programa de entretenimento *Zona +*; em 1996 ocupava na TVI o cargo de director-geral, conduzindo, a partir de Setembro, um formato de grande-entrevista ao qual emprestava o seu nome; em 2000 regressava à RTP1 para, primeiro, entrevistar personalidades que se destacavam em diferentes áreas num programa intitulado *Senadores* e, depois, apresentar o concurso “*Quem Quer Ser Milionário?*”; no início de 2001 já na SIC moderava o *talk show* nocturno *Noites Marcianas* e, no ano seguinte, apresentava *A Linha da Sorte*. Júlia Pinheiro é outro exemplo de uma profissional sem a carteira de jornalista que foi chamada para programas de diferentes géneros televisivos. Tendo passado pelos três canais generalistas, a apresentadora iniciou a sua carreira televisiva na SIC, onde apresentou sucessivamente programas de informação (*Praça Pública*), de sátira política (*Noite da*

⁵⁴⁵ Por exemplo, em 1993, a RTP1 colocou na apresentação de *Raios e Coriscos* Manuela Moura Guedes. Confrontada com a definição daquilo que faz, a jornalista reconhece que o seu programa se “*afasta bastante do que é usual fazer-se em informação, porque é informal e bem-disposto*”, mas, na sua opinião, “*as pessoas não devem preocupar-se em saber se aquilo é informação ou não; devem preocupar-se em saber se as coisas são sérias e honestas*” (“TV Guia”, n.º 770 de Novembro de 1993).

⁵⁴⁶ Em 1994, *Noite da Má-Língua* tinha a apresentação de Júlia Pinheiro, uma profissional da SIC sem carteira profissional, que moderava um painel fixo composto por jornalistas, escritores, actrizes...; em 1995 *Frou-Frou* (RTP1) tinha como apresentadora principal a jornalista Margarida Pinto Correia que era coadjuvada pela jornalista Catarina Portas, pela académica Maria Lúcia Lepecki e por Margarida Martins, da Associação Abraço; em 1996, *Ligações Perigosas* (RTP1) tinha como apresentadores uma dupla formada pela jornalista Paula Moura Pinheiro e pelo académico Nuno Rogeiro; em 1999, *Em Legítima Defesa* (TVI) colocava lado a lado o jornalista Miguel Sousa Tavares e a advogada Paula Teixeira da Cruz, que eram guiados pelo jornalista Pedro Rolo Duarte, que assumia o papel de juiz das sessões.

Má Língua); de solidariedade social (*SOS SIC*⁵⁴⁷), de recriação/invenção da realidade (*Filhos da Nação*⁵⁴⁸ e *Noites Marcianas*) e um magazine matinal (*SIC 10 Horas*). Nomeados para exercerem várias funções, estes profissionais têm em comum naquilo que fazem um traço: a flexibilidade.

Reunindo bastante popularidade junto dos telespectadores devido aos substanciais índices de audiência das suas emissões, os que apresentam formatos de fronteira com o entretenimento não têm o mesmo prestígio dos jornalistas responsáveis por programas de debate, de grande-entrevista ou de grande-reportagem. Se uns são populares, outros são influentes. Se uns chamam para o *plateau* interlocutores anónimos, os outros rodeiam-se de convidados com notoriedade. Se uns absorvem tendências sociais, os outros revelam-se como estruturantes da realidade. Se a actuação de uns é imposta pelo formato que apresentam, o desempenho dos outros é tributário de uma considerável autonomia individual. Se uns apresentam uma flexibilidade de funções, os outros mostram-se zelosos do cumprimento das normas do seu campo. Este quadro ajudar-nos-á a perceber melhor não só as razões por que certos debates e entrevistas insistiram em certas temáticas e em determinados perfis de convidados, mas, acima de tudo, por que razão uma parte da elite televisiva saiu de cena em finais do século XX.

Rendidos ao entretenimento que julgam mais propício à rentabilização das audiências, a partir de 1999 os canais privados excluem progressivamente da sua oferta nocturna programas de debate, de grande-entrevista e de grande-reportagem⁵⁴⁹. Por outro lado, o sucesso de formatos tipo *Big Brother* e da ficção nacional não deixa espaço para a informação semanal. Neste contexto, os jornalistas que, nos anos 90, tinham sido responsáveis por vários programas informativos seguiram no primeiro quinquénio do século XXI diferentes caminhos. Muitos abandonaram o audiovisual e renderam-se a outras profissões: Maria Elisa⁵⁵⁰ optou por uma carreira política; Artur Albarran, pelos negócios imobiliários; Carneiro Jacinto, pela assessoria de imprensa. Outros (re)assumiram funções directivas na TV: José Eduardo Moniz manteve-se no cargo de director-geral da TVI. Outros transferiram-se para órgãos do mesmo grupo ou para meios de

⁵⁴⁷ Confrontada com a definição do seu papel nesta emissão, a apresentadora evidenciava algumas dificuldades em situar-se: “*Sou uma comunicadora. Se me perguntar se sou jornalista, talvez sinta que sou, mas se calhar não sou, segundo os critérios fundamentalistas dos jornalistas. Sei que faço o meu trabalho com a maior seriedade e empenhamento. Agora como é que se chama a uma pessoa que faz isso, não sei*” (“*TV Mais*”, 24 de Outubro de 1997).

⁵⁴⁸ Júlia Pinheiro caracteriza assim este formato: “*É um programa que cruza vários estilos, mas que gostaria de definir como entretenimento. O que estamos a tentar provar, para grande escândalo dos nossos pares, é que há falhas e vazios legais*” (“*TV Guia*”, 8 de Novembro de 1997).

⁵⁴⁹ Em 2003, a SIC e a TVI colocam no ar formatos muito semelhantes que trazem a estúdio convidados que expõem em público vivências pessoais, quase sempre atravessadas por um dramatismo que os colocava na situação de vítimas, mesmo quando confessavam actos criminosos. Em comum, estes programas são apresentados por pessoas sem carteira profissional de jornalista que, em alguns casos, assumem uma postura de inequívoco apoio às queixas que os convidados expõem, quase sempre na ausência daqueles a quem dirigem as acusações. Mais do que procurar entender problemáticas ou retratar situações que poderiam ser paradigmáticas de grupos sociais, o apresentador potencia o espectáculo da palavra preferida com uma emoção que visa satisfazer o *voyeurismo* das audiências. Este tipo de programação não vingou junto das audiências e os canais privados depressa a subalternizaram.

⁵⁵⁰ A jornalista, no último trimestre de 2000, arriscou uma breve passagem pela apresentação do concurso da RTP1 *Quem Quer Ser Milionário?*.

comunicação social de suportes diferentes para aí desenvolverem um trabalho idêntico àquele que tinham anteriormente: Conceição Lino passou da SIC para a SIC Notícias; Margarida Marante para a TSF; e Cláudia Borges para a RTP1. Outros ainda integraram-se na informação diária, mas com funções distintas dos jornalistas que compõem uma redacção: Miguel Sousa Tavares e António Perez Metello passaram a ser comentadores fixos do *Jornal Nacional* da TVI.

A desagregação deste subgrupo de jornalistas que conduziam os programas de informação semanal nos anos 90 demonstra que essa área do jornalismo se constituía como ponto de chegada de uma carreira apenas acessível a um pequeno grupo de notáveis. Sem espaço nos canais generalistas para desenvolverem os seus programas, esses profissionais ficaram à deriva nos primeiros anos do século XXI. Poder-se-ia pensar que o percurso natural os conduziria a canais temáticos de informação ou às redacções das respectivas estações de TV. Na maior parte dos casos, não foi essa a opção. Os canais temáticos enchiam-se com uma geração que havia chegado à profissão há pouco tempo e as redacções das estações generalistas não tinham espaço, nem margem financeira para acolher essas “estrelas mediáticas”. Por outro lado, os respectivos noticiários seguiam uma linha editorial na qual não cabia o tipo de informação que habitualmente era feita ao ritmo semanal. Assim, cada qual procurou o seu lugar noutra sítio e, com isso, desfez-se um subgrupo que, durante anos, foi considerado a “*elite jornalística*” da televisão. Poder-se-ia pensar que esse afastamento possibilitava uma certa renovação dos “notáveis” da profissão e, conseqüentemente, a emergência de novas formas de ler a sociedade e o aparecimento de novos interlocutores. Ou seja: uma nova esfera pública, com outros temas e com diferentes actores. Seria isso possível, se a oferta televisiva da TV generalista cedesse algum do seu espaço à informação semanal. Não foi isso que aconteceu nos primeiros anos do século XXI, nomeadamente na SIC e na TVI. Se em 2003 quiséssemos nomear uma lista de jornalistas de referência dos canais generalistas, quantos nomes apontaríamos? Talvez bem menos do que em 1993. Quer isto dizer que a TV que emite em sinal aberto perdeu influência no espaço público contemporâneo? Talvez não. No entanto, nos primeiros anos do novo século a sua força advém-lhe sobretudo de uma oferta televisiva que reflecte um quotidiano mediatizado/encenado em espectáculo. E aí os actores mais solicitados não são os jornalistas.

2.2. As promessas de leitura que os títulos dos programas propõem

O texto comunicativo que um programa de televisão constrói durante uma emissão está envolvido por um conjunto de elementos fixos que colocam antecipadamente as audiências perante uma determinada “*promessa*” de comunicação. O genérico, o formato, o cenário, a identidade profissional do apresentador e o título são dados que, não sendo determinantes, ajudam a antecipar o tipo de comunicação que se pretende estabelecer com o público receptor. Neste ponto, salientamos os títulos dos programas de informação semanal que integraram a oferta televisiva nocturna dos anos que estudámos de forma mais sistemática: 1993, 1996, 1998, 2001 e 2003. Para além de pontuar as fronteiras de uma emissão, o título de um programa assume-se como uma espécie de *slogan* que chama as audiências até si. Por vezes de forma directa, outras por sugestão ou abrindo uma espécie de *mise en abîme* por onde as audiências se introduziam sem mapas de orientação. Entre 1993 e 2003, encontram-se tendências que possibilitam alguns agrupamentos. A nossa proposta assenta em cinco grupos nos quais integramos a (quase) totalidade dos programas de informação semanal do período em análise. São eles:

- os nomes dos apresentadores ou dos dias da semana,
- a actualidade,
- o género televisivo,
- o tema,
- o estilo.

Emprestar a um programa televisivo o nome do respectivo apresentador pressupõe que essa pessoa reúne um capital simbólico significativo ao nível da notoriedade mediática e, no caso da informação, uma reconhecida credibilidade pública. Será essa uma forma de seduzir as audiências, acenando-lhes com a identidade de alguém conhecido do grande público. Esta não foi uma estratégia muito seguida, mas, nos casos em que isso aconteceu, reflectiu a existência de um *star system* na informação televisiva e uma preocupação manifesta com as audiências. Quando, em 1993, Artur Albarran se constituiu como nome do principal programa de informação do canal Quatro, o jornalista capitalizava um grande reconhecimento do público resultante do seu recente trabalho como repórter na guerra do Golfo; quando, em 1996, Carlos Cruz deu o seu nome a um programa de entrevista da TVI, estávamos não só perante alguém que era o director-geral da estação, mas principalmente perante um apresentador que se havia popularizado em programas de entretenimento da RTP, como o *Zip*, *Zip* ou *1, 2, 3*; quando, também nesse ano, Maria Elisa teve o seu nome no principal debate da RTP1, a jornalista somava várias experiências como moderadora dos principais programas de informação do canal público. Apoderar-se dos dias da semana para título do programa não foi uma prática corrente, revelando-se, em certos casos, limitativa de uma engenharia de programação que, nestes anos, se caracterizou por permanentes mudanças dos dias de emissão. Em Março de 1995, a SIC

decidiu introduzir os seus principais programas de informação (*Terça à Noite* e *Sete à Sexta*) no *Jornal da Noite* de sábado e domingo, respectivamente, e esses títulos tiveram de desaparecer por estarem presos aos dias em que eram emitidos. Por seu lado, *Quarta a Fundo*, o programa de automobilismo da TVI nem sempre foi para o ar à 4.^a feira⁵⁵¹, o que demonstra que essa será uma fórmula a evitar na construção dos títulos dos programas.

A actualidade também poderá constituir-se como mote para titular determinado formato, embora isso tenha mais aplicação na informação diária. No caso da informação semanal, mais desprendida das pressões cronométricas, a escolha de um léxico que aperte determinado programa num tempo específico limita a acção jornalística. Nos exemplos que se enquadram nesta categoria, salienta-se um cuidado particular em fazer extravasar o tempo para lá das fronteiras do dia, embora as escolhas feitas agarrem as emissões a uma agenda noticiosa.

A reportagem e a entrevista, sendo os principais géneros jornalísticos, são também aqueles que produziram mais títulos na categoria dos (sub)géneros. Se forçássemos a terminologia intrínseca à evolução da língua, poderíamos afirmar que saem daí nomes que resultam de uma derivação por analogia. Da entrevista: *Conversas Curtas*; da reportagem: *Enviado Especial*.

Quadro 48: Títulos dos programas de informação⁵⁵²

Mote para títulos	Programas de Informação
Nomes próprios/ da semana	<i>Terça à Noite</i> , <i>Artur Albarran</i> , <i>Quarta a Fundo</i> , <i>Maria Elisa</i> , <i>Domingo Desportivo</i> , <i>Carlos Cruz</i>
Actualidade	<i>Marcha do Tempo</i> , <i>Conta Corrente</i> , <i>Esta Semana</i> , <i>Hora Extra</i>
(Sub) Género	<i>Entrevista de Maria Elisa</i> , <i>Repórteres</i> , <i>Conversas Curtas</i> , <i>Enviado Especial</i> , <i>Grande Reportagem</i> , <i>Grande Entrevista</i> , <i>Grande Repórter</i> , <i>Grande Informação</i>
Tema	<i>Grande Área</i> , <i>Sexualidades</i> , <i>Internacional SIC</i> , <i>Tostões e Milhões</i> , <i>Casos de Polícia</i> , <i>Os Donos da Bola</i> , <i>País Real</i> , <i>Telemotor</i> , <i>Histórias da Noite</i> , <i>Verdes Anos</i> , <i>Escrita em Dia</i> , <i>Jornal do Mundo</i> , <i>Jornal de Negócios</i> , <i>Primeira Fila</i> , <i>Rotações</i> , <i>Máquinas</i> , <i>Ficheiros Clínicos</i> , <i>Linha de Fundo</i> , <i>Golo!</i> , <i>Lanterna Mágica</i> , <i>Planeta Azul</i> , <i>Jogo Falado</i> , <i>Jogo Limpo</i> , <i>A Bola é Nossa</i> , <i>112</i> , <i>Fora de Jogo</i>
Estilo	<i>De Caras</i> , <i>Conversa Afiada</i> , <i>Raios e Coriscos</i> , <i>Você é Excepcional</i> , <i>Segredos</i> , <i>Sexo Forte</i> , <i>Referendo</i> , <i>Frontal</i> , <i>Prova dos Nove</i> , <i>Olhares</i> , <i>Caixa de Perguntas</i> , <i>Prova Oral</i> , <i>Ligações Perigosas</i> , <i>Crossfire</i> , <i>Flashback</i> , <i>Noite da Mãe-Língua</i> , <i>Conversas Secretas</i> , <i>Grande Plano</i> , <i>Sem Reservas</i> , <i>Pontos nos Is</i> , <i>Rosto da Notícia</i> , <i>Prós e Contras</i> , <i>Escândalos e Boatos</i> , <i>O Crime não Compensa</i> , <i>Bombástico</i> , <i>Eu Confesso</i>
Outros	<i>Na Maior</i> , <i>Janelas Virtuais</i> , <i>Radar</i> , <i>Filhos da Nação</i>

⁵⁵¹ Neste caso, poder-se-ia jogar com a ambiguidade entre o dia da semana e a velocidade.

⁵⁵² Marcamos a *negrito* os programas de debate, entrevista e *talk shows*.

Nestes anos, os programas temáticos de informação preferiram adoptar títulos que remetiam para aquilo que era tratado nas emissões. O nome escolhido pode estar ao serviço de várias funções: relacionar-se directamente com o campo em destaque (*Internacional SIC, País Real...*); retratar a forma de abordagem das questões (*Histórias da Noite, Jogo Limpo...*); pormenorizar os conteúdos (*Tostões e Milhões, Ficheiros Clínicos...*).

Alguns debates e grande parte dos *talk shows* dos canais generalistas optaram por títulos que fixavam uma determinada semântica ao texto televisivo a que davam forma, concentrando em si uma parte substancial da “*promessa de comunicação*” que esse programa apresentava. Nos debates, a construção do respectivo título centrou-se preferencialmente na natureza conflitual/avaliativa da gestão da palavra (*Frontal, Referendo, Prova Oral, Crossfire, Sem Reservas, Prós e Contras*) e, em menor grau, na exaltação dos convidados da emissão (*De Caras, Grande Plano, Rosto da Notícia*). Nos *talk shows*, o nome do programa conferia frequentemente às emissões uma intenção comunicativa explícita e, ao mesmo tempo, orientadora de determinada produção e recepção do texto que aí se construía. Por exemplo, *Conversa Afiada, Raios e Coriscos, Sexo Forte* não constituíam apenas nomes de programas; eram, acima de tudo, sinais distintivos de uma emissão para a qual o perfil dos convidados, o tom do apresentador e o conteúdo das conversas estavam definidos *a priori*. No entanto, nem sempre as promessas comunicativas para que os títulos apontavam foram cumpridas nas respectivas emissões. Por exemplo, *Eu Confesso* colocava o telespectador num contrato de leitura que remetia para protagonistas de actos reprováveis, mas foram as vítimas que somaram maior número de presenças no *plateau*.

2.3. Os dias e os segmentos horários disponíveis para a informação semanal

Entre 1993 e 2003, os programas de informação semanal não evidenciaram uma clara preferência por determinado serão da semana, apesar de a 3.^a feira e a 5.^a feira terem sido alturas mais propícias a esse tipo de programação e o sábado o serão evitado. O mesmo equilíbrio não se repetiu no horário estabelecido para o início das emissões. À medida que os anos foram passando, os programas de informação semanal foram sendo atirados para um segmento cada vez mais tardio. Até desaparecerem nos canais privados.

A noite de 2.^a feira foi, até ao aparecimento do debate *Prós e Contras* (RTP1), aproveitada para programas de reportagem e, em franjas mais tardias, para a informação temática de campos descontraídos: economia, desporto, política e artes do espectáculo. Nos primeiros anos do século XXI, a estação generalista pública colocou aí o principal e único debate de informação.

A 3.^a feira e a 5.^a feira constituíram, até 1999, as noites preferidas pela Direcção de Informação dos canais generalistas para a emissão dos seus principais programas. Foi à 3.^a feira que, em 1993, alternaram

semanalmente na RTP1 os debates moderados por Maria Elisa e pelo director-geral da empresa pública, José Eduardo Moniz; na SIC era emitido *Terça à Noite*, conduzido por Miguel Sousa Tavares. Foi também aí que, em 1996, começou a disputa de audiências entre os programas de Maria Elisa (na RTP1) e os de Margarida Marante (na SIC). Essa concorrência entre formatos similares passaria, nos anos seguintes, para os serões de 5.^a feira que, até aí, eram aproveitados pela TVI para a programação de debates (*Referendo*, *Artur Albarran*, *Carlos Cruz*) e de formatos de desporto. Nessa noite, a RTP integrou, no primeiro quinquénio dos anos 90, *talk shows* e, no segundo quinquénio, programas de grande-entrevista ou de grande-reportagem; a SIC aproveitou-o preferencialmente para programas de média e grande-reportagem. Na segunda metade dos anos 90, as franjas mais tardias das noites de 3.^a feira foram ocupadas nos três canais generalistas por programas de desporto, aos quais se juntavam emissões de literatura na SIC e de economia na TVI.

A 4.^a feira foi um serão que apenas pontualmente foi ocupado com os principais programas de informação semanal das estações generalistas. Em 1993, a Quatro escolheu-o para a emissão de *Frontal*; em 1996, a RTP colocava aí *Prova Oral*; e em 2003 era no segmento tardio dessa noite que se emitia o único debate dos canais privados generalistas: *Hora Extra*, cuja emissão começava sempre bem perto da meia-noite na SIC.

O serão de 6.^a feira foi reservado na SIC para um programa de desporto, *Os Donos da Bola*, que entrava pela madrugada adentro, congregando consideráveis índices de audiência e subtraindo uma substancial fatia de telespectadores aos restantes canais. A RTP1 não ocupava essa noite com debates e, se em 1993, encontrámos aí a *Entrevista de Maria Elisa*, tal deve-se a uma transferência desse programa para uma franja que visava disputar audiência com o principal programa de informação semanal do canal Quatro: *Artur Albarran* que, face a essa inesperada alteração, decidiu mudar para as noites de 5.^a feira.

Se retirarmos o caso do desporto, que ocupava as noites de domingo na estação generalista pública, o fim-de-semana não integrava informação semanal na sua oferta televisiva nocturna. Houve, no entanto, algumas excepções, nomeadamente ao domingo. A mais expressiva será certamente *Ficheiros Clínicos*, um programa que a SIC estreou em Agosto de 1998 no horário nobre de domingo. Seria este programa – vocacionado para retratar uma medicina bem sucedida no tratamento de doenças de cidadãos anónimos, que surgiu fora das chamadas grandes épocas televisivas e que foi colocado num serão estranho a este tipo de programação – aquele que reuniria uma das audiências médias mais altas ao nível da informação semanal emitida entre 1993 e 2003 nos canais generalistas.

De acordo com o Quadro 49, a RTP1, a SIC e a TVI apresentaram, entre 1993 e 2003, programas que oscilavam pelos diferentes dias da semana. Esse acerto reflectia a preocupação em encontrar uma franja horária rentável do ponto de vista da audimetria. O canal com maior número de mudanças foi a TVI e a seguir a RTP1; tendo isso ocorrido com mais frequência nos primeiros anos de coabitação entre os sectores

público e privado de TV, um período em que se registou maior número de programas de informação e, acima de tudo, se experimentavam sucessivas estratégias de engenharia de programação num quadro concorrencial novo.

Quadro 49: Repartição dos programas de informação pelos dias da semana⁵⁵³

Dias	Programas de Informação
2. ^a feira	<i>Tostões e Milhões, Prolongamento, Histórias da Noite, Enviado Especial, Conversas Secretas, Flashback, 1^a Fila, Linha de Fundo, Jogo Falado, Prós e Contras</i>
3. ^a feira	<i>Marcha do Tempo, De Caras, Repórteres, Terça à Noite, Frontal, Prova dos Nove, Ligações Perigosas, Maria Elisa, CrossFire, Esta Semana, Os Donos da Bola, Escrita em Dia, Pontos nos Is, Jornal de Negócios, Rotações, Golo!, Fora de Jogo, Escândalos e Boatos, O Crime Não Compensa</i>
4. ^a feira	<i>Sexo Forte, Frontal, Olhares, Na Maior, Caixa de Perguntas, Prova Oral, Casos de Polícia, Jornal do Mundo, Enviado Especial, Lanterna Mágica, Quarta a Fundo, Hora Extra</i>
5. ^a feira	<i>Sexualidades, Você é Excepcional, Raios e Coriscos, Conta Corrente, Casos de Polícia, Referendo, Quarta a Fundo, Artur Albarran, Maria Elisa, Verdes Anos, Grande Reportagem, Casos de Polícia, Carlos Cruz, Maria Elisa, Grande Entrevista, Esta Semana, Linha de Fundo, Grande Informação, Grande Repórter, A Bola é Nossa</i>
6. ^a feira	<i>Entrevista de Maria Elisa, Olhares, Artur Albarran, Grande Plano, Sem Reservas, Radar, Máquinas, Donos da Bola, Histórias da Noite, Jogo Limpo, Bombástico</i>
Sábado	<i>Entrevista de Maria Elisa</i>
Domingo	<i>Conversa Afiada, Repórteres, Grande Área, Segredos, Conversas Curtas, Caixa de Perguntas, Domingo Desportivo, Enviado Especial, Ficheiros Clínicos, O Rosto da Notícia</i>
Variável	<i>Internacional SIC, Telemotor, A Noite da Má Língua, Reportagem, Filhos da Nação, Grande Entrevista, Grande Repórter, Eu Confesso</i>

No que diz respeito ao horário, os debates e as entrevistas ocuparam, numa primeira fase, o segmento entre as 22h00 e as 24h00, mas rapidamente os canais privados foram acumulando ao serão uma oferta de entretenimento que atirava a informação semanal para franjas mais tardias. Em 1993, a SIC e a TVI colocavam *Conta Corrente* e *Referendo* por volta das 22h00/22h30; em 1996 *Esta Semana* e *Grande Plano* começavam depois das 23h30. Nessa altura, Fernanda Mestrinho, que apresentava *Grande Plano* (TVI), reconhecia que o seu programa “é transmitido um bocadinho tarde de mais” (“TV Guia”, 23 de Março de 1996). Também Margarida Marante, quando confrontada com o horário de *Esta Semana*, diz que isso constitui “uma divergência” com a SIC, correspondendo também a “um dos reparos mais frequentes dos telespectadores” (“TV Guia”, 18 de Outubro de 1997). Estas queixas não tinham grandes ecos nas empresas de televisão. Em 2003, *Hora Extra*, o único debate que a SIC integrava na sua grelha nocturna, começaria muitas vezes bem depois da meia-noite. Na RTP1, o horário dos programas de informação manteve-se mais ou menos estável, iniciando-se entre as 22h00 e as 23h00.

⁵⁵³ Marcamos a *itálico* os programas que mudam de dia de emissão e a **negrito** os programas de debate, entrevista, *talk shows*.

Mais do que ir ao encontro do interesse público, os programas de informação semanal dos canais privados eram colocados no ar conforme as respostas das audiências. E os jornalistas tinham consciência disso. Aquando da estreia do seu programa na SIC dedicado a questões económicas intitulado *Tostões e Milhões*, o jornalista Perez Metello afirmava o seguinte: “*Sei que receitas directas se geram com a introdução deste produto na grelha da SIC e estou a lutar por atingir metas que foram discutidas comigo*” (“*TV Guia*”, n.º 743 de Maio de 1993). Referindo-se ao horário tardio a que foi colocado *Flashback*, um programa da TSF transposto para televisão, o jornalista Carlos Andrade, responsável pela moderação das conversas, dizia que isso “*resulta(va) da estratégia comercial da SIC e das guerras de audiência entre a SIC e a RTP*” (“*TV Guia*”, 16 de Março de 1996). O programa viria a integrar uma rubrica que se designou como *Insónias* que, em cada serão, oferecia diferentes formatos de informação. No entanto, o director-geral da SIC preferia desviar o seu discurso dos interesses económicos, falando dessa fatia da programação assim: “*é uma linha destinada sobretudo às classes A e B, com programas de grande qualidade em que apostamos bastante*” (“*TV Guia*”, n.º 815 de Setembro de 1994). Para ganhar novas audiências, dever-se-ia acrescentar. Por isso, ignoravam-se os argumentos daqueles que invocavam o interesse público daquilo que faziam para reivindicar um horário menos tardio para o seu programa. O psiquiatra Daniel Sampaio, que coadjuvava a jornalista Laurinda Alves na apresentação de *Verdes Anos* na SIC, várias vezes chamou a atenção para as horas tardias a que a emissão ia para o ar. “*O objectivo era provocar a discussão entre pais, professores e jovens, (mas) àquela hora a maioria das pessoas não o pode ver, o que prejudica largamente a sua mensagem*”, afirmava o psiquiatra, em Maio de 1996, quando o programa contava ainda um mês (“*TV Mais*”, 31 de Maio de 1996). Haveria de chegar ao final do ano, sem ter havido qualquer alteração. Não se pense, porém, que a oferta televisiva da RTP atravessou este período imune às lógicas de mercado. Em 1993, Joaquim Letria justificava o aparecimento do *talk show Conversa Afada*, que apresentava, pelo “*interesse em prolongar a própria emissão com outro tipo de publicidade*” (“*TV Guia*”, n.º 743 de Maio de 1993).

Neste trabalho, tivemos a oportunidade de assinalar que, nestes anos, a informação semanal constituiu um meio eficaz de subtrair audiências aos canais concorrentes. Isso aconteceu particularmente nos primeiros cinco anos de coabitação entre os sectores público e privado. A partir de 1999, a SIC e, principalmente, a TVI centraram a sua oferta televisiva nocturna no entretenimento que homogeneizou os serões depois da estreia do *Big Brother*, cuja popularidade contaminou a ficção nacional. Nos primeiros anos do século XXI, a informação semanal não era encarada em termos de rentabilidade económica. Por isso, foi atirada para horários cada vez mais tardios, até desaparecer das grelhas das estações privadas generalistas. Na RTP1, os formatos de debate, grande-entrevista e grande-reportagem nunca desapareceram no segmento horário que antecede a *late night*, embora em alguns períodos tenham sido alvo de uma grande instabilidade.

2.4. Quem manda na TV: as audiências ou os programadores?

Se destacarmos os programas de informação semanal que integraram a nossa análise⁵⁵⁴ e nos quais fizemos inserir os *talk shows*, reparamos que os debates televisivos raramente sobressaíram entre aqueles que reuniram os índices mais elevados de audiência. Também não foram os *talk shows* que suscitaram mais atenção. Em termos globais, os formatos estruturados por grandes-reportagens ou que misturavam reportagem com conversa em estúdio constituíram boas apostas nos três canais. Com o passar dos anos, a informação semanal construiu uma curva descendente ao nível das audiências. Porque os telespectadores se desinteressaram por este tipo de oferta televisiva ou porque as estações generalistas desinvestiram nesta área de programação?

Entre 1993 e 1998, os programas de informação semanal mais vistos na RTP1 e na SIC somaram audiências médias que apresentavam ou ficavam muito próximas dos dois dígitos⁵⁵⁵. O canal líder de audiências era também aquele onde a programação informativa registava mais telespectadores: em 1993 a informação semanal da RTP1 foi a mais vista; em 1996 houve um avanço da SIC que se tornou mais explícito em 1998. Nos primeiros anos do século XXI, a oferta televisiva do operador público foi a que teve mais público, mas isso aconteceu porque a RTP1 era o único canal generalista com esse género de programação no horário nobre.

No primeiro ano de coabitação entre os sectores público e privado de TV, há um certo equilíbrio ao nível dos géneros informativos e uma boa resposta das audiências a essa oferta televisiva. Debates, grandes-entrevistas, programas de reportagem, formatos temáticos e *talk shows* compõem a paleta dos mais vistos, apresentando percentagens semelhantes à média audimétrica do respectivo canal. Significa isso que, em 1993, a informação semanal era rentável. Em 1996, nota-se uma ligeira quebra nos números reunidos na informação semanal que poderia ser justificada por um maior equilíbrio das audiências entre a RTP1 e a SIC. De qualquer modo, entre os programas mais vistos, os debates apenas marcam presença na TVI, que, nesse período, faz desse género televisivo a sua principal aposta em termos de informação. Em 1998, cada uma das estações generalistas apresenta programas informativos com audiências inferiores às de 1996. A excepção será *Ficheiros Clínicos*, que se evidencia, nesta década, por ser um dos formatos que reúnem um índice de audiência mais elevado logo na primeira série de emissões, tendo ainda a particularidade de ter aparecido num mês ingrato em termos de audiências: Agosto. Se no segundo quinquénio dos anos 90 se regista uma descida audimétrica em quase todos os programas de informação semanal, nos primeiros anos do século XXI essa queda será abrupta. Ultrapassada pela SIC e pela TVI, a RTP1 atravessa uma acentuada crise, que se manifesta a todos os níveis: financeiro, de identidade e de audiências. Embora não tenha feito significativos

⁵⁵⁴ Anos de 1993, 1996, 1998, 2001 e 2003.

⁵⁵⁵ Nesse período, a TVI vive uma conturbação interna que se reflecte numa oferta televisiva pouco arrojada.

investimentos no campo da informação, o canal generalista público sobressai nessa área de programação porque os canais concorrentes deixam esse espaço praticamente por preencher. No entanto, seria difícil atrair para essas emissões um número significativo de telespectadores, quando a grelha da RTP1 perdia permanentemente telespectadores a favor da TV privada. Sublinhe-se igualmente o insucesso das apostas que, em 2003, a SIC e a TVI fizeram ao nível de programas que se pretendiam de informação, mas que cultivaram, acima de tudo, uma exacerbada exploração da vida privada do cidadão anónimo.

Poder-se-ia dizer que a partir do momento que a informação semanal deixou de ser rentável ao nível das audiências, os canais generalistas, principalmente os privados, retiram-na da grelha. Até certo ponto, foi assim. Mas é preciso acrescentar um dado: as audiências baixaram porque, por um lado, os programas de debate, de grande-entrevista e de grande-reportagem foram arrastados para um horário cada vez mais tardio, e, por outro, não houve investimento em novos formatos e em equipas de jornalistas que produzissem e renovassem esse tipo de programação. Significa isso que as audiências impuseram uma determinada engenharia de programação, mas os programadores também condicionaram as preferências dos telespectadores.

Quadro 50: Programas de informação com mais audiência
(três por ano)

ANO	Programa	Canal	Audiência
1993	<i>Raios e Coriscos</i>	RTP	17.7%
	<i>Entrevista de Maria Elisa</i>	RTP	17.5%
	<i>Repórteres</i>	RTP	17.1%
1996	<i>Casos de Polícia</i>	SIC	14.7%
	<i>Enviado Especial</i>	RTP	10.3%
	<i>Histórias da Noite</i>	RTP	10%
1998	<i>Ficheiros Clínicos</i>	SIC	11%
	<i>Casos de Polícia</i>	SIC	10.5%
	<i>Grande Reportagem</i>	SIC	8.3%
2001	<i>Grande Informação</i>	RTP	5.1%
	<i>Jogo Falado</i>	RTP	3.6%
	<i>Grande Repórter</i>	RTP	3.5%
2003	<i>Grande Entrevista</i>	RTP	5%
	<i>Grande Repórter</i>	RTP	4.5%
	<i>Escândalos e Boatos</i>	SIC	4.5%

Fonte: Markttest

III PARTE:

NOTAS FINAIS

Capítulo 10: A informação semanal nos primeiros dez anos da TV privada em Portugal: um prisma da sociedade contemporânea

A televisão como lugar de construção da realidade que pretende reflectir foi um dos nossos pontos de partida para o estudo dos programas de informação semanal emitidos no horário nobre dos canais generalistas entre 1993 e 2003. Da relação que integra a oferta televisiva numa lógica simultaneamente estruturada e estruturante no que respeita ao espaço público, ressalta uma aproximação à programação informativa em termos de “*produção mediática da realidade*”, para retomarmos aqui o título de uma interessante obra de Enrique Castelló Mayo (2004), na qual se destaca a capacidade da TV para promover, de forma muito particular, uma mutação da geografia situacional da vida em sociedade. Toda esta problemática se reveste de particular interesse, quando se vê no pequeno ecrã uma *cena mediática* que redimensiona os espaços público e privado. Atendendo a ambos os domínios, as mensagens televisivas, principalmente as de natureza informativa, traçam linhas delimitadoras de uma esfera pública que se estende ou comprime à medida daquilo que a TV mediatiza.

Estruturada e estruturante relativamente àquilo que lhe é exterior, a informação televisiva não é, como vimos, um espelho do real. A mediatização de qualquer facto pressupõe o deslize daquilo que se trata para o interior de um quadro que o retira do seu meio natural, instalando-o numa cena mediática por natureza artificial e com forte poder de imposição⁵⁵⁶. Na televisão, há uma mudança de escala e um ritmo específico, sendo também graças a isso que os programas de informação aí emitidos têm uma influência substancial do/no espaço público. Se adoptarmos a diferenciação que propõe Tétu (1993) entre o “*território*” (o mundo da vida) e o respectivo “*mapa*” (a correspondente representação simbólica), a constatação das transformações que essa media(tiza)ção implica torna-se evidente. Atribuindo forma e sentido àquilo que emitem, os programas de informação, principalmente aqueles que se desenvolvem pela conversação em estúdio, não têm capacidade para reflectir o mundo tal e qual ele é, mas proporcionam (ou deveriam proporcionar) espaços privilegiados de representações, de nós próprios e do mundo, do particular e do universal. Segundo Éric Mace (2000), uma análise dos conteúdos televisivos equivale a “*aceder à maneira como determinada sociedade, num dado momento, se representa a ela própria*”, sendo, porém, conveniente não perder de vista que estamos perante um “*compromisso provisório*”. É, pois, nesse compromisso que os actores sociais encontram elos que os interligam ou, por outras palavras, são colocados perante um determinado espaço público no qual se (re)descobrem a si e aos outros, como sublinhámos no Capítulo 1.

⁵⁵⁶ Os que se integram na corrente do determinismo tecnológico não se cansam de reiterar o aforismo de McLuhan de que o “*meio é a mensagem*”, significando com isso que o suporte técnico do *medium* determina o seu conteúdo. No Capítulo 1, assinalámos as virtualidades e limitações dessa corrente.

Do nosso estudo da informação semanal emitida no segmento nocturno dos canais generalistas entre 1993 e 2003, sobressai um espaço público televisivo que dá forma a uma pequena parte da realidade e que circunscreve o uso da palavra a um conjunto restrito de interlocutores (as elites). Se considerarmos que a TV é hoje uma espécie de co-gestor quotidiano do espaço e do debate públicos que contribui para alargar, a programação de que nos ocupámos não devolve dados particularmente satisfatórios. Nesse período, estivemos muito longe do ideal de esfera pública idealizada por Jürgen Habermas no que esse modelo reunia de melhor: um espaço de discussão de assuntos públicos, sem restrição de pessoas e aberto a todos os temas de interesse comum, distinto do Estado e independente de interesses económicos, como explicámos no Capítulo 2. Não foi esse desenho que a informação televisiva feita ao ritmo semanal esboçou ao longo de uma década. Talvez possamos encontrar alguma sintonia com o modelo do filósofo alemão, quando reparámos que os *plateaux* informativos estiveram nesse período praticamente inacessíveis às mulheres e ao cidadão comum, um traço que havíamos sublinhado no modelo de Habermas, e que continuou a estruturar os programas de informação dos canais generalistas nos primeiros dez anos de coabitação dos sectores público e privado de televisão.

Se é corrente referir a informação televisiva como um *espelho* da sociedade (“*é verdade, eu vi na TV!*”, dirá a *vox populi*), constatámos, ao longo deste trabalho, que esse pretendido espelho foi, acima de tudo, um *prisma* ao serviço de opiniões dominantes, expostas por um pequeno grupo que representava a opinião geral. Nesse período, recrudescer em zonas (mediaticamente) sombrias uma larga maioria de ideias e de pessoas numa espécie de espiral do silêncio, através da qual a opinião dominante se tornava cada vez mais dominante. Se, por um lado, os programas de informação semanal, nomeadamente aqueles que se desenvolviam pela conversação em estúdio, ignoraram uma grande diversidade de questões que estruturavam a vida social/individual e barraram o acesso do cidadão comum aos *plateaux* informativos, por outro, os programadores foram amplamente influenciados pelos índices de audiência das emissões informativas. Ao longo da década em estudo, a permanência de determinado formato informativo na grelha foi sempre tributária dos valores audimétricos registados.

1. Um espaço público televisivo apertado numa reduzida paleta de tópicos

Colocando-nos diante de uma realidade poliforme, os programas de informação semanal constituem uma referência importante daquilo a que Llorenç Gomis chama “*presente social*”, que é aí apreendido “*não como a fugacidade de um instante, mas como um período consistente*” (Gomis, 1991: 14). Neste contexto, a tematização – aquilo que as emissões abordam – adquire uma importância acrescida. Numa sociedade cada vez mais complexa, a informação televisiva dos canais generalistas, ao procurar um denominador comum ao maior número de pessoas, coloca ao dispor das audiências mecanismos redutores dessa complexidade. Necessários à construção de um “*mundo comum*”, um conceito-chave em Berger e Luckman que explicámos no Capítulo 1. Se os indivíduos não tivessem temas comuns de discussão, seria a própria estrutura social que periclitava. Em teoria, poder-se-á falar de tudo em televisão. Tem razão Gerard Imbert, que afirma haver aí um espaço propício à “*ilusão do panóptico*” que seria “*a sensação de poder abarcar todo o espaço do saber*” (s/d: 143-144). Isso só é possível porque no pequeno ecrã cabem (quase) todos os espaços sociais que nos convocam para junto de si de formas diversas. No entanto, ao longo destes dez anos, não se falou de tudo nos programas de debate e de grande-entrevista, nem tão-pouco aí foi dado o direito à palavra a uma larga e diversificada maioria de pessoas.

Entre 1993 e 2003, a informação semanal emitida em horário nocturno nos canais generalistas passou por ciclos distintos a diferentes níveis:

- no desenho da programação informativa;
- nos temas escolhidos, nomeadamente em formatos de grande-entrevista e de debate.

Como assinalámos ao longo do nosso estudo, as modificações por que passaram esse tipo de programas foram tributárias não apenas de alterações intrínsecas a cada canal, mas foram igualmente influenciadas por factores externos às empresas: pela evolução do mercado, pelas preferências das audiências, pelas mutações políticas, pela mudança das práticas socioculturais dos portugueses... Convém, porém, reafirmar que é a instância mediática que escolhe os formatos que coloca no ar e são os jornalistas que seleccionam os temas e os convidados destacados em cada emissão. É isso que confere à TV um indiscutível poder para se constituir como elemento estruturante do espaço público contemporâneo.

1.1. Uma programação informativa que progride por ciclos temáticos

Nos dez anos analisados, os debates/entrevistas generalistas e os formatos desportivos dominaram a programação informativa semanal nos três canais televisivos em termos de número de emissões, tendo sido na RTP1 que registaram maior longevidade. Na fase pós-*Big Brother* (após Setembro de 2000), a TVI e a SIC foram preenchendo o respectivo horário nobre com entretenimento, desalojando progressivamente a informação semanal dos seus serões. Comparando a oferta televisiva de 1993 com a de 2003, há diferenças substanciais. Porque o país mudou? Também, mas sobretudo porque as opções dos directores da RTP, da SIC e da TVI, condicionadas pelas audiências, se alteraram radicalmente. Paralelamente ao consumo televisivo, as estações generalistas foram particularmente sensíveis à oferta da concorrência, o que fez desencadear, ao nível da informação semanal, determinados ciclos temáticos (emissões de casos de polícia, formatos de grande-reportagem, programas desportivos de debate...). Na década que destacámos, foi a SIC que mais inovou nos formatos informativos, mas foi a RTP1 a mais regular na emissão desses géneros televisivos, os quais, na fase dos novos *reality-shows* tipo *Big Brother*, foram desaparecendo das estações privadas. A TVI nunca fez dessa programação uma aposta sua: em tempo de crise, que se prolongou de 1993 até 1998, apresentou uma oferta instável, incapaz de se implantar junto dos telespectadores; em tempo de liderança de audiências (posterior à estreia do *Big Brother*), preferiu construir uma grelha que, depois do noticiário das 20h00, se dividia entre *reality shows* e ficção nacional.

Contribuindo para criar uma certa imagem de notoriedade e de prestígio de um canal de TV, a informação semanal, nomeadamente a da SIC, nunca esteve desligada de preocupações audimétricas. Nos anos 90, a estação privada conduzida por Emídio Rangel dividiu esse tipo de oferta televisiva em duas partes: a que integrava o segmento 22h00-24h00 e que, por isso, se dirigia ao grande público; e a que era atirada para franjas mais tardias (depois da meia-noite) e que, conseqüentemente, se vocacionava para públicos sectoriais. Do primeiro grupo, constavam debates e formatos de grande-reportagem de natureza generalista, *talk-shows*, programas relacionados com casos de polícia e com o sector da saúde; do segundo grupo, faziam parte programas ligados às temáticas da literatura, da adolescência, da política internacional, da economia ou do futebol (este último era emitido nas noites de 6.^a feira, véspera de fim-de-semana).

Quadro 50: A oferta televisiva ao nível da informação semanal dos canais generalistas

Programas	Canais	1993	1996	1998	2001	2003
Entrevistas/ Debates Generalistas	RTP					
	SIC					
	TVI					
Talk-shows	RTP					
	SIC					
	TVI					
Grande Reportagem	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas De Desporto	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas De Economia	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas de Questões Internacionais	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas de Casos de Polícia	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas de Artes/Cultura	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas sobre Infância/ Juventude	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas De Ambiente	RTP					
	SIC					
	TVI					
Programas De Saúde	RTP					
	SIC					
	TVI					
Outros ⁵⁵⁷	RTP					
	SIC					
	TVI					

⁵⁵⁷ Programas aí inseridos: *Caixa de Perguntas, Na Maior e Janelas Virtuais* (1993, TVI); *Filhos da Nação* (1998, SIC); *Bombástico, Escândalos e Boatos, O Crime não Compensa* (2003, SIC); *Eu Confesso* (2003, TVI).

Pelo Quadro 50, constatamos que, ao longo deste tempo, os programadores se mostraram mais sensíveis a conteúdos conhecidos e aceites pelas audiências do que a formatos que mediatizavam novas áreas e que, por isso, exigiam algum risco. Se os canais de televisão foram renovando substancialmente a sua oferta televisiva de entretenimento, o mesmo não se passou com a informação televisiva. As principais inovações ocorreram até finais do primeiro quinquénio dos anos 90, altura a partir da qual os três canais generalistas deixaram de apresentar novidades, com excepção de *Ficheiros Clínicos*, que surgiu no horário nobre da SIC em Agosto de 1998. O sucesso audimétrico deste inovador formato não teve, porém, força suficiente para animar os programadores a investir neste tipo de oferta televisiva, como haviam feito nos primeiros anos da década.

Assumindo a informação como uma aposta editorial, a SIC mobilizou, nos dois primeiros anos de actividade (1993 e 1994), a respectiva redacção para programas diversos e inovadores, a maior parte dos quais resultando de um esforço para ultrapassar as dificuldades que iam surgindo. No campo desportivo, contornou os exclusivos da TV pública na transmissão de jogos de futebol e respectivas imagens, criando um programa onde, em vez de se *ver* futebol, se *falava* sobre esse desporto. Com *Os Donos da Bola*, a estação de Carnaxide delimitou, ela própria, a agenda de um campo que a RTP retinha como seu, contando para isso com uma equipa de jornalistas de desporto e, em estúdio, com um conjunto de comentadores. Outras áreas exploradas foram as da economia e da actualidade internacional, através de *Tostões e Milhões* e de *Internacional SIC*, respectivamente⁵⁵⁸. Nos últimos meses de 1993, a SIC estreou *Casos de Polícia*, que misturava reportagens com um debate em estúdio que acolhia protagonistas/testemunhas dos acontecimentos mediatizados e um painel fixo⁵⁵⁹. Tendo como *spot* promocional “*quando chamar a Polícia, chame também a televisão*”, o programa prolongou-se por vários anos na grelha, contribuindo para uma grande visibilidade do jornalismo policial⁵⁶⁰. Corria-se o perigo de esse ser um espaço que se confundisse com a função das esquadras ou dos tribunais. O primeiro coordenador e apresentador do programa, o jornalista Carlos Narciso, sempre rejeitou esse papel⁵⁶¹ e o mesmo fez depois a jornalista Conceição Lino, que o substituiu. A estes programas juntavam-se ainda debates, de dois jornalistas que, na TV pública, conduziram muitas emissões desse género: Margarida Marante e Sousa Tavares.

⁵⁵⁸ Em 1993, a SIC colocou *Os Donos da Bola*, *Tostões e Milhões* e *Internacional SIC* em horários considerados, à época, tardios (perto da meia-noite). Dos três programas, apenas *Tostões e Milhões* manteve o mesmo dia de emissão (2.ª feira), enquanto os outros foram saltitando pelos vários dias da semana, o que em parte explicará as oscilações que tiveram, sobretudo ao nível do *share*. Nos anos seguintes, esses programas andaram pelas franjas ora da tarde ora do *late night*.

⁵⁵⁹ Inicialmente, esse painel era integrado pelo sociólogo Paquete de Oliveira, o advogado Francisco Teixeira da Mota e um elemento da Polícia Judiciária: Moita Flores.

⁵⁶⁰ Tal como na TV2 havia um programa intitulado *Desaparecidos*, destinado à pesquisa e localização de pessoas que desapareceram, também *Casos de Polícia* dedicava a segunda parte a uma rubrica desse tipo. Os pedidos atingiram um número tal que vieram a originar um programa autónomo, intitulado *Ponto de Encontro* e apresentado por Henrique Mendes.

⁵⁶¹ Em entrevista à “*TV Mais*” (25 de Setembro de 1993), Carlos Narciso afirmava o seguinte: “*Se a testemunha do crime aponta nomes de suspeitos, isso não será posto no ar. Para não pôr em causa a testemunha e não fazer um julgamento antecipado. Os factos já são suficientemente dramáticos em si. Não queremos marcar as pessoas. Marcadas já elas ficam. As histórias vivem independentemente das suas personagens e não acrescenta nada ao caso saber que o assassino se chama A ou B*”.

Embora fossem razões inerentes à rentabilização económica aquelas que (também) orientavam as opções feitas na programação informativa, a SIC, nos seus primeiros anos de emissão, ao tornar a informação semanal um dos eixos do horário nobre, obrigou a RTP e a TVI a prestarem alguma atenção a esse tipo de oferta, mesmo no tempo em que o canal público era o mais visto (1993 e 1994). No entanto, nem todos os projectos editoriais do canal de Carnaxide suscitaram movimentos miméticos. Alguns foram projectos isolados, com uma longevidade curta e com audiências reduzidas, em parte explicadas por terem sido colocados em horário tardio. Poder-se-ia indagar as razões subjacentes ao seu aparecimento. Por exemplo, o que levou a SIC em 1996 a consagrar às questões da adolescência um espaço de informação semanal? A jornalista Laurinda Alves, em várias entrevistas que deu para falar do programa que coordenava e apresentava, disse que a ideia lhe havia surgido quando assistia em casa a uma das emissões do debate da SIC *Terça à Noite* cujo tema em discussão se relacionava com a juventude. Percorrendo as entrevistas dos apresentadores/coordenadores de programas, verificámos que a maior parte dos projectos televisivos de informação semanal não resultou de demorados estudos prévios. Muitos corresponderam a propostas de certas pessoas que se ocupavam não só da apresentação, mas também da respectiva coordenação. Vários deles foram iniciativas pontuais; outros permaneceram alguns anos na grelha, provocando formatos-clones nas estações concorrentes. Destacam-se, neste último grupo, as áreas do crime e do desporto, pertencendo à SIC a iniciativa de as colocar em horário nobre ou de fazer delas espaços de destaque no interior da respectiva redacção.

Quando o canal de Carnaxide estreou *Casos de Polícia* no último trimestre de 1993, já havia conteúdos idênticos na RTP2 (*Crimes e Desaparecidos*), mas foi na estação privada que esse tipo de assuntos conquistou particular visibilidade, beneficiando do horário (nobre) em que foi colocado e das crescentes audiências que a estação ia conquistando. Face ao interesse do público sobre matérias criminais que envolviam polícias e tribunais, a RTP1 contrapôs, no início de 1994, *À Luz da Lei*, que, no último trimestre desse ano, seria substituído por *Coisas da Vida*. Enquanto *Casos de Polícia* se manteve na grelha da SIC até 1999, um caso ímpar no que diz respeito à longevidade de um programa, a RTP1 foi experimentando outros formatos (*Marginalidades, Histórias da Noite...*), sem que nenhum deles tenha alcançado o sucesso do programa da SIC. Quanto ao desporto, a RTP tinha aí um avanço significativo, mas a SIC, com *Os Donos da Bola* (que se dividia entre reportagens criadoras de meta-acontecimentos e um debate que potenciava a controvérsia), começou a delimitar a agenda do universo futebolístico, alcançando uma notoriedade tal que levou a RTP a criar um formato semelhante, embora menos polémico: *Jogo Falado* surgiu em 1995 na RTP2, apresentando, ao longo do tempo, várias séries, até que, em Agosto de 2000, passou para a RTP1, concorrendo com o programa que sucedeu a *Os Donos da Bola: Jogo Limpo*. Neste período, a TVI também ensaiou programas idênticos, sem que nenhum deles tenha tido o impacte do formato da SIC, que foi, de longe, o de maiores repercussões no mundo do futebol, graças a um jornalismo pró-activo, centrado essencialmente naquilo que as fontes pretendiam manter silenciado.

Poder-se-ia dizer que os ciclos temáticos que a informação semanal foi desenhando nos ecrãs de televisão se implantaram graças ao interesse que o público manifestava através das audiências. Houve o tempo dos programas que incidiam em questões económicas e de política internacional que desapareceram do horário nobre a partir de 1996; o tempo dos programas culturais que vingaram a meio da década; o tempo dos casos de polícia que chegaram ao limiar do ano 2000; o tempo dos programas de desporto que conseguiram dobrar o século para desaparecer em seguida. Todas essas temáticas conseguiram audiências razoáveis e fomentaram formatos-clone, pelo menos noutra estação. Há, no entanto, uma excepção. Em Agosto de 1998, a SIC estreou, em horário nobre, *Ficheiros Clínicos*, que teve mais duas edições, uma em 1999 e a outra em 2002. Tratava-se de um programa, apresentado e coordenado pela jornalista Cláudia Borges, que destacava casos de doenças graves que a Medicina portuguesa resolvia com êxito. Este foi um dos programas de informação mais vistos entre 1993 e 2003, mas esse êxito e o interesse público das emissões não foram suficientes para que a RTP ou a TVI apostassem num formato idêntico⁵⁶². Poder-se-á avançar algumas explicações: *Ficheiros Clínicos* surgiu num tempo em que a TVI havia adoptado uma linha editorial popular, vocacionada para um jornalismo centrado em casos atravessados pelos traços do “escândalo” ou da “falha”, enquanto a RTP atravessava um período instável, sucedendo na Direcção da empresa responsáveis que aí permaneciam por um período curto de tempo.

1.2. Ágoras mediáticas monotemáticas

Considerando-se que a informação televisiva ajuda a desenhar o espaço público contemporâneo, os temas que esses programas tratam assumem particular importância. Ao inscreverem determinados assuntos em emissões informativas de debate ou de grande-entrevista, os jornalistas situam as discussões num quadro particular de acção, criando ágoras mediáticas (teoricamente) abertas à discussão de múltiplas questões com um conjunto diversificado de interlocutores. Percorrendo os assuntos que constituíram o mote para esses géneros televisivos, nota-se, em certos períodos, uma tendência para discutir determinados tópicos. Será isso explicado pela actualidade que fixa uma dada noticiabilidade? Também, mas convém acrescentar a influência da agenda mediática criada por programas similares de canais concorrentes e por outros *media*. Os temas da informação semanal entram, assim, naquilo que Pierre Bourdieu designou como “*circulação circular da informação*” (1997: 53) que envolve todo o sistema mediático, o que acentua a leitura que fazemos da informação televisiva enquanto produtora da realidade social.

⁵⁶² A RTP adoptaria um formato semelhante em 2005, altura em que estreou *Centro de Saúde*, coordenado e apresentado por Cláudia Borges, a mesma jornalista que exercera essas funções em *Ficheiros Clínicos*.

Em 1993, a política foi o tema dominante nos debates/entrevistas dos três canais generalistas que consagraram particular atenção a três órgãos de soberania: Presidência da República, Assembleia da República e Governo. Lorenzo Vilches, ao analisar o processo de “*valorização temática*”, já havia notado que “*quanto mais os problemas são próximos dos poderes institucionais, mais existe uma tendência a constituir-los em valores tematizados*” (1989: 35). Nesta linha, a política será sempre um campo privilegiado. No entanto, o enfoque que se fez dela registou substanciais variações, mais notadas quando se comparam programas de diferentes canais, o que corrobora o entendimento das grelhas em termos de “*macrodiscurso*”, como defende Gonzalez Requena (1995). Enquanto a RTP1 seguia uma agenda pública política, em relação à qual se colocava de forma reactiva, a SIC, acompanhando também a actualidade noticiosa política, manifestava em relação a ela um posicionamento mais pró-activo. A TVI zigzagueava ora pela actualidade política, ora por temas que extravasavam a agenda política mediática, não conseguindo atrair para os respectivos *plateaux* nem os protagonistas dos factos, nem aqueles que tinham em relação a eles posições críticas marcantes⁵⁶³.

Desde o seu aparecimento, a SIC apostou em ir mais além do discurso oficial das habituais fontes de informação. Em Dezembro de 1992, dois meses após o seu arranque, a estação de Carnaxide fez uma ampla cobertura à Presidência Aberta de Mário Soares sobre a Área Metropolitana de Lisboa, acentuando as polémicas desencadeadas nas deslocações a zonas socialmente difíceis. Maria João Avillez, no livro *Soares, o Presidente*, afirma que aquela iniciativa terá sido “*prevista para coincidir com a abertura de um canal privado que, imediatamente, ampliaria – como ampliou – o evento*” (apud Serrano, 2002: 153). Mário Soares – citado por Estrela Serrano (2002: 154) – nega essa “*premeditação do aspecto mediático*”, mas reconhece que a presença das câmaras do canal privado “*terá tido a sua importância*”, até porque, acrescenta, “*a própria RTP resolveu não ficar atrás e entrar, em matéria de liberdade de informação, em concorrência com a sua rival*”. Para uma estação que tinha diariamente no ar um programa que ia ao encontro das queixas do cidadão comum sobre aspectos da vida quotidiana que exigiam a intervenção de diferentes instituições, o *Praça Pública*, talvez o acompanhamento das visitas de Mário Soares a zonas degradadas de Lisboa não tivesse sido propriamente uma novidade, mas o trabalho da SIC, e a reboque dela o da RTP, teve um alcance maior, porque foi apresentado em horário nobre (nos noticiários das 20h00) e mexeu com vários sectores da política governamental, obrigando o Governo a tomar posição sobre algumas “*cenhas mediáticas*” através das quais o Presidente da República procurou demonstrar não ser possível falar do país como um “*oásis*”, como pretendia fazer crer o primeiro-ministro da altura. Esta linha editorial manter-se-á nos anos seguintes.

⁵⁶³ No último trimestre de 1993, o debate *Artur Albarran* procurou contrariar essa tendência, mas não vingou muito tempo na grelha.

Adoptando uma agenda não muito diferente daquela que seguiam os dois programas de debate do Canal1 da RTP (*De Caras e Marcha do Tempo*), *Terça à Noite* e *Conta Corrente* abriram semanalmente na SIC espaços onde se discutiam tópicos ligados a áreas estruturais da sociedade (saúde, economia, justiça...) e a questões políticas, particularmente as que envolviam o Governo e/ou os principais partidos políticos. Perante a recusa de certos convidados em participarem nesses programas, os jornalistas avançavam para a discussão com aqueles que se sentiam lesados em determinado domínio. Por exemplo: a 4 de Março de 1993, Margarida Marante interpelou José Luís Judas a falar do Congresso da CGTP e da sua dissidência do PCP e desafiou o Partido Comunista Português a ocupar aquilo a que neste formato se chamou “*convidado-surpresa*”, mas ninguém do PCP respondeu favoravelmente ao convite. A jornalista fez o debate apenas com Judas. Na semana seguinte, o secretário-geral do PCP, Carlos Carvalhas, estava já no estúdio de *Conta Corrente* e Margarida Marante lembrava-lhe na abertura que a questão da semana anterior não fora esquecida. Em pouco tempo, os políticos perceberam que a sua ausência dos debates da SIC não implicava uma mudança de tema, nem tão-pouco a neutralização do impacto da questão que figurava na agenda televisiva. Pelo contrário. Nesta altura, aquela estação privada reunia ainda audiências relativamente baixas, mas a sua informação começava a capitalizar alguma notoriedade, conquistada sobretudo pela antecipação das discussões públicas políticas ou pela problematização de decisões tomadas pelo Governo e/ou Parlamento⁵⁶⁴.

Conferindo uma certa centralidade aos assuntos políticos, os debates/entrevistas, particularmente nos canais privados, revelaram inicialmente alguma abertura a outras temáticas. O canal público inclinou-se mais para chamar aos *plateaux* de informação semanal tópicos relacionados com a acção do Governo, da Assembleia da República e, em tempo de (pré) campanha para as eleições autárquicas, com os municípios das zonas metropolitanas de Lisboa e do Porto. Esta tendência foi mais acentuada no debate *De Caras*, conduzido pelo director-geral da RTP. Mais afastados da ordem dominante, embora distanciados do cidadão comum, os debates das estações privadas construíram espaços televisivos mais abertos a outros assuntos. A seu modo e em graus diferenciados, a RTP, a SIC e a TVI contribuíram para reconstruir um determinado espaço público: mais político na TV pública, mais vocacionado para outras áreas estruturais na TV privada, embora o centro desse espaço fosse dominado por tópicos e interlocutores políticos que os órgãos do poder central reproduziam. Quando os temas extravasaram o campo político, todos os debates televisivos evidenciavam uma inclinação por assuntos mais urbanos ou ligados a classes privilegiadas.

⁵⁶⁴ Esta linha editorial que estabelecia com a actualidade noticiosa, nomeadamente a de natureza política, uma ligação pró-activa distinguia-se, ao nível da rádio, na TSF, uma estação privada que surgira em Fevereiro de 1988 e, ao nível da imprensa, sobretudo no semanário “*O Independente*”, criado em Maio de 1988. Refira-se que um dos fundadores da TSF foi Emídio Rangel, que assumiu a direcção-geral da SIC desde a sua fundação até Setembro de 2001. *Flashback*, que a SIC integrou na sua grelha de 1994, era um programa emitido há já alguns anos na TSF.

Em 1996, os debates/entrevistas dos canais generalistas desenharam um espaço público televisivo substancialmente diferente daquele que haviam esboçado em 1993. Perguntar-se-á, pois, o que mudou. Mudou o Governo, que, no primeiro quinquénio dos anos 90, fora presidido pelo social-democrata Aníbal Cavaco Silva e que, a partir de Outubro de 1995, passou a ser chefiado pelo socialista António Guterres. Mudou o posicionamento dos canais de televisão junto das audiências: a TV pública perdeu a liderança para a SIC. Mudou a oferta televisiva de entretenimento emitida em horário nobre: às novelas brasileiras da Rede Globo juntaram-se as *sitcoms* em português e os populares formatos da produtora holandesa Endemol que exploravam a vida íntima dos convidados. Mudou o panorama mediático português: às sucessivas novidades de finais dos anos 80 e de início dos anos 90 – o aparecimento da TSF, do semanário “*O Independente*”, do jornal “*Público*”, das revistas cor-de-rosa e de televisão... –, sucedeu uma fase de estabilização dos projectos editoriais, menos agressiva em relação aos vários poderes dominantes, nomeadamente ao poder político. Mudou obviamente a sociedade portuguesa. Segundo dados do Instituto Nacional de Estatística, de 1993 para 1996 passou a haver, por exemplo, mais pessoas nas universidades, mais espectadores no cinema, mais divórcios, mais arguidos em processos-crime, mais criminalidade na área da Polícia de Segurança Pública (áreas urbanas)⁵⁶⁵.

Analisando a programação informativa semanal dos três canais generalistas no primeiro trimestre de 1996, não se notam modificações substanciais em relação ao que havíamos encontrado em 1993. A partir de Maio, altura em que a RTP estreou *Maria Elisa*, houve uma evolução naquilo que entendíamos por debate televisivo, um género televisivo centrado na publicidade crítica e argumentativa, ou seja, num discurso racional de interlocutores que representavam os poderes dominantes. No início da década de 90, Noël Nel (1993) havia assinalado “*a transformação profunda*” por que passava este género, nomeadamente na atitude do moderador que se tornava mais expressivo; na selecção de temas intrínsecos ao espaço privado; e na composição dos *plateaux*, onde se misturavam as elites sociais com o cidadão comum. Maria Elisa divide-se na classificação do seu programa, designando-o por vezes como *talk-show*. Sê-lo-ia, se tivéssemos em consideração apenas as temáticas escolhidas, muito próximas da esfera privada e, em certos casos, íntima. Todavia, a jornalista discutiu esses tópicos com aqueles que sobre eles tinham uma experiência pessoal (testemunhos), um saber (especialistas) e um poder de acção (detentores de cargos), criando em relação àquilo que se debatia uma certa distância. Tudo isto aproximava as suas emissões do debate enquanto género televisivo.

⁵⁶⁵ Estas constatações são feitas com base em dados do INE, apontados em *Portugal 1960/1995: Indicadores Sociais*, da autoria de António Barreto e Clara Valadas Preto, Ed. Cadernos do Público, 1996.

Sendo o debate com mais longevidade na RTP depois do aparecimento da TV privada⁵⁶⁶, *Maria Elisa* manteve ao longo dos anos a mesma linha editorial: privilegiou os temas sociais em relação aos políticos; chamou para debate aquilo que permanecia na sombra da actualidade noticiosa; procurou outros ângulos para assuntos alvo de bastante noticiabilidade; entrou por temas intrínsecos à esfera privada, abordando-os através de uma dimensão pública. Poder-se-ia afirmar que Maria Elisa criou uma agenda muito própria através da qual procurou analisar dimensões estruturantes da vida pessoal/social de determinados grupos: dos jovens, dos idosos, dos casais divorciados com filhos, dos fóbicos, dos diabéticos... Frequentemente a jornalista surpreendia as audiências com emissões centradas em temas que nos habituáramos a ver como uma peça de fecho dos noticiários, estendendo a tematização para domínios marginais ao espaço público que a TV desenhava na informação semanal. Por exemplo, “*A cosmética*” (27/6/1996); “*A música pimba*” (10/12/1996), “*O tango*” (7/5/1998), “*O pensamento dos animais*” (18/6/1998), “*Os sonhos*” (12/11/1998). A presença de especialistas, nomeadamente de classes com prestígio profissional (académicos, médicos, juristas e economistas), contribuía para ampliar a discussão muito para lá dos casos pessoais. Neste período, o alargamento da informação para os territórios do íntimo reflectiu-se, sobretudo, na escolha dos tópicos para o debate, já que a abordagem dos assuntos continuava a pautar-se por critérios jornalísticos. Aliás, as jornalistas responsáveis pelos debates afirmavam reiteradamente às revistas de televisão a sua preocupação em distinguir as suas emissões, que qualificavam como informação, do entretenimento.

Em 1996, *Maria Elisa* foi um caso ímpar ao nível dos debates: desvalorizou as temáticas políticas, passou à margem da agenda noticiosa, incorporou o cidadão comum no *plateau*, deu amplo destaque aos especialistas. A mudança ocorreu depois de a jornalista ter conduzido na RTP 2 *O Trio das Quatro*, um programa onde também participavam Lúcia Jorge, Graça Morais e Maria Isabel Barreno, que conversavam sobre temas variados, sobretudo de natureza social e cultural. Confrontada com a singular linha editorial que seguia, Maria Elisa afirma ser “*muito claro que as pessoas não estão muito interessadas nas políticas partidárias*”, e esse desinteresse estender-se-ia também a si (“*TV Guia*”, de 31 de Julho de 1999). Neste período, os debates da SIC (*Crossfire*, primeiro, e *Esta Semana*, depois) continuaram centrados nas discussões políticas. Passados dois anos, *Esta Semana* apresentava já uma linha editorial idêntica a *Maria Elisa*. Margarida Marante explica esse ajustamento pelo facto de escassearem na classe política interlocutores com “*interesse*” (“*Expresso*”, 15 de Novembro de 1997), um argumento que poderia evidenciar a permeabilidade da informação televisiva à vitalidade dos restantes campos sociais, mas convém juntar a isso a influência que o debate da RTP exerceu no formato da SIC com o qual concorria nas noites de 5.ª feira, o que comprova que não são apenas os programas do canal com mais audiência que têm capacidade

⁵⁶⁶ *Maria Elisa* surgiu em Maio de 1996 e manteve-se na grelha da RTP1 até Julho de 2000.

para influenciar a oferta das estações concorrentes. Nesse tempo, a imprensa de referência falou insistentemente nessa competição, embora as jornalistas Maria Elisa e Margarida Marante nunca tivessem assumido isso⁵⁶⁷.

Quadro 51: Temas dos debates e das entrevistas dos canais generalistas

Anos	Canal	Política	Áreas Estruturais	Vida em sociedade	Desenvolvimento/bem estar pessoais
1993	RTP	23	10	7	2
	SIC	17	28	10	1
	TVI	14	15	7	0
1996	RTP	8	5	6	12
	SIC	16	9	10	1
	TVI	24	11	7	3
1998	RTP	3	8	6	9
	SIC	6	4	5	6
	TVI				
2001	RTP	4	6	1	
	SIC				
	TVI				
2003	RTP	23	16	9	5
	SIC	0	8	3	8
	TVI				
Total		138	120	71	47

O alargamento da esfera pública televisiva que a informação semanal promoveu no último quinquénio do século XX foi alvo de um progressivo aperto no primeiro quinquénio do século XXI, resultante do desaparecimento desse tipo de programação nos canais privados e da preferência que os debates do canal público voltaram a manifestar por temas e interlocutores políticos. Ao estrear o *Big Brother* a 4 Setembro de 2000, a TVI marcou uma nova filosofia de programação da qual já vinha a aproximar-se desde o ano anterior: uma TV popular, feita em português, que privilegiava a vida quotidiana do cidadão da classe

⁵⁶⁷ A revista do “*Expresso*” da edição de 15 de Novembro de 1997 coloca na capa as duas jornalistas, dedicando-lhes várias páginas. A edição de 12 de Fevereiro de 1998 da revista “*Visão*” faz a mesma opção, colocando as duas jornalistas de costas viradas uma para a outra e escrevendo como título “*Rivals, nós?*”.

média. Foi nessa linha que se integraram um entretenimento feito de ficção nacional e de *novelas da vida real* e uma informação diária com alinhamentos que privilegiavam factos de interesse do público onde cabiam peças que reportavam cenas ousadas do *Big Brother*. Conquistando índices de audiências que ultrapassavam a SIC em horário nocturno, a TVI impôs um padrão de oferta televisiva que, nas franjas nocturnas de maior audiência, se compunha apenas com entretenimento. Entre 2001 e 2003, a SIC procedeu a uma imitação do canal concorrente privado. Essa opção implicou o progressivo desaparecimento da informação semanal e, conseqüentemente, uma subtracção de uma parte estrutural do espaço público televisivo: o que se desenvolve através do debate entre diferentes interlocutores. Refira-se, por exemplo, que, em Dezembro de 2001, houve eleições autárquicas e que esse tema, no que à programação informativa semanal diz respeito, apenas esteve presente na emissão da *Grande Informação* da RTP1, que partiu dos resultados desse escrutínio eleitoral para abordar o cenário de crise política que poderia levar a eleições antecipadas.

Passada uma década, as mudanças são profundas ao nível da informação semanal que a SIC e a TVI (não) proporcionam às respectivas audiências. A RTP, defrontada, por um lado, com uma crise financeira e directiva e, por outro, com obrigações de serviço público, nunca teve grande margem de manobra para seguir as suas congéneres privadas. Por isso, nesse tempo manteve uma programação informativa semelhante à dos anos anteriores, mas com algumas modificações nos conteúdos, voltando a privilegiar a temática política, nomeadamente aquela ligada ao exercício da governação. Significará isso uma regressão? Não é assim que interpretamos, na medida em que o debate político é imprescindível à vitalidade da democracia, mas julgamos que, nestes dez anos, o canal de serviço público careceu sempre de um certo equilíbrio: no início dos anos 90 centrou-se na política e demorou algum tempo a perceber que a vida em sociedade e as questões ligadas ao bem-estar pessoal poderiam estruturar discussões televisivas de interesse público; na segunda metade da década 90 ignorou a política, centrando-se em tópicos da vida quotidiana e no início do século XXI voltou a adoptar a postura inicial. Talvez seja difícil integrar no mesmo formato tópicos de diferentes campos sociais, pois cada programa estará mais apto a encenar determinados quadros da realidade. Isso implica cuidados acrescidos por parte de quem pensa o desenho da programação: ao colocar na grelha formatos com uma linha editorial mais vocacionada para a discussão de determinadas áreas, os directores dos canais de TV saturam o espaço público televisivo que passa a estruturar-se à volta da mesma tematização e com interlocutores com idêntico perfil.

2. Um espaço público televisivo dominado pelas elites políticas e profissionais

Ao longo dos primeiros dez anos de coabitação dos canais generalistas privados/público, houve consideráveis oscilações nos perfis dos convidados dos *plateaux* dos programas de informação, nomeadamente dos debates. Nesse período, a evolução percorreu uma espécie de círculo que fechou no ponto de partida. Se olharmos o Quadro 52, não notamos na RTP1 muitas diferenças entre os dados apresentados em 1993 e em 2003.

Em termos gerais, os políticos foram os que tiveram mais visibilidade na informação semanal nestes dez anos. Poder-se-ia dizer que a RTP1 foi quem mais privilegiou este grupo. Em parte, assim aconteceu, mas convém sublinhar que no início do segundo quinquénio dos anos 90 a classe política perdeu um espaço substancial, em grande parte por acção de *Maria Elisa*, que influenciou o formato similar da SIC *Esta Semana*. Num contexto de ausência de programas de informação nos canais privados, ou seja, depois de 2000, a estação pública recentrou-se nos políticos, excluindo dos seus *plateaux* vastas camadas da sociedade portuguesa. Esses distintos ciclos coincidem com determinados contextos: a predominância dos políticos em programas de informação semanal registou-se quando o Governo pertencia ao PSD e o desvio para temas sociais e interlocutores situados fora do campo político ocorreu com um Governo PS. Paralelamente aos políticos, os representantes de associações/sindicatos também foram muito solicitados para os debates televisivos, embora em menor número. Se os primeiros assumiam o poder instituído, os segundos representavam uma espécie de contra-poder que, no entanto, integrava o *statu quo*, fazendo com que os *plateaux* informativos fossem uma espécie de eco do poder dominante da sociedade.

Nesta década, certos sectores profissionais foram igualmente destacados, nomeadamente os médicos, os académicos e os jornalistas, mas, dentro de cada um destes grupos, nem todos tiveram a mesma visibilidade. Os psiquiatras, os investigadores ligados às Ciências Sociais e aqueles que ocupavam lugares de relevo em determinado órgão de comunicação social foram alvo de maior atenção. “*Engenheiros do social*”, caracterizaria Sébastien Rouquette. Em contrapartida, ignoraram-se certas áreas profissionais. Por exemplo, profissões técnicas ou ligadas ao sector produtivo ou industrial. Sendo palcos que se assumem como uma ágora pública, os debates televisivos não contaram com uma presença assinalável do cidadão comum. Excluindo *Maria Elisa* (RTP 1), que reservou alguns lugares a esse grupo, os restantes programas desenvolvem-se à margem daqueles para quem dirigiam as suas emissões. Significa isso que a “*TV espelho do quotidiano*” não teve na informação semanal, nomeadamente nos debates e na grande-entrevista, expressividade. Olhando os *plateaux* informativos, não se descobre aí o retrato do país que somos. Antes se vê aí desenhado/construído um mapa social que salienta as elites que a TV absorve e reforça.

Quadro 52: Perfil dos convidados dos debates e das entrevistas dos canais generalistas

Ano	Canal	Políticos	Cargos	Profs Investig	Juristas	Jornalistas	Econ Empr	Médi Psico	Militares	Religioso	Sect. Prod	Técnicos	Desportistas	Indústrias Cultur.	Jet 7	Sindicato Assoc	Cidadão Com.	Jovens Crianças	Pers. Inter-nac.
1993	RTP	84	4	17	3	24	8	5	4	2	0	0	4	4	0	22	3	0	4
	SIC	35	12	12	13	10	6	4	6	5	0	0	2	4	0	26	3	4	5
	TVI	38	5	13	2	25	3	9	8	11	1	1	14		10	23	0	0	6
1996	RTP	36	15	26	7	8	7	25	2	7	2	3	1	33		39	30	10	
	SIC	25	6	2	6		2	2		1				1		12	2		
	TVI	25	6	3	2	2	1	1		2				9	2	4		1	
1998	RTP	19	28	27	2	15	10	36	3	6	0	2	2	33	1	35	33	31	1
	SIC	12	7	13	4	3	2	16	3	5	4	1		15		17	3	3	7
	TVI																		
2001	RTP	29	9	8	2	1		2	5	1		2		1		7	2	1	2
	SIC																		
	TVI																		
2003	RTP	72	20	17	8	12	7	11	5	6	0	0	1	11	0	16	2	0	0
	SIC	2	7	4	3	9	0	21	0	1	0	3	0	6	0	6	7	0	0
	TVI																		
Tota l		377	119	144	52	109	46	132	36	47	7	12	24	117	13	207	85	50	25

Entre 1993 e 2003, os programas de informação semanal foram mudando. Houve alterações nos formatos, na selecção das áreas temáticas e no modo de encarar a gestão da palavra. Mas será que houve modificações nas qualidades exigidas àqueles que eram interpelados a participar nos debates/entrevistas? Ainda que se possa pensar que, nos últimos anos, os *plateaux* de informação tenham sido alvo de uma certa renovação, quem estuda este tipo de programação diz que as alterações não foram radicais. “O bilhete de entrada no espaço social televisivo é muito selectivo, mais do que se suspeita”, afirma Sébastien Rouquette (2001: 124), para quem esta arena colectiva, que a televisão também é, “nunca foi democrática”. O investigador francês reconhece que, após o aparecimento dos canais privados, “a forma e a estética dos programas mudaram visivelmente, mas o casting permanece insensivelmente o mesmo, quando as emissões assentam num domínio considerado primordial: o da realidade e não o lúdico” (2001: 125). No *Elogio do Grande Público*, Dominique Wolton (1994) já tinha sublinhado a impossibilidade de procurar na televisão alguma representatividade do tecido social, quando a finalidade dos programas é esclarecer a audiência sobre determinada realidade.

A preferência que os debates e as entrevistas concederam às elites políticas, aos representantes de importantes instituições e a interlocutores com profissões de prestígio poderá explicar-se através de diversos factores: pelo facto de as emissões destacarem temas que ocupam o topo da actualidade noticiosa e por esta ser em grande parte construída a partir das esferas do poder (sobretudo político); pela preferência pelos macro-temas que permitem uma escolha mais ampla e, por isso, mais arbitrária de convidados; pela valorização que os jornalistas fazem das elites. Entre 1993 e 2003, muitos interlocutores ocuparam os *plateaux* de programas de informação não só pela competência que o seu posicionamento institucional/profissional lhes assegurava, mas sobretudo pela notoriedade que capitalizavam. Para além de serem capazes de falar acerca do tema em destaque, muitos daqueles a quem se concedeu o direito à “*palavra televisiva*” apresentavam algumas destas características:

- discurso fluente e expressivo;
- possibilidade de falar em nome de terceiros;
- telegenia/ rentabilidade mediática;
- notoriedade pública ou, na ausência dela, capacidade de prender as audiências através daquilo que diziam.

Em várias entrevistas concedidas à imprensa, os apresentadores de debates, entrevistas e *talk-shows* manifestaram reiteradamente atenção às características pessoais dos seus convidados que ultrapassavam a respectiva ligação com o tópico em debate. Assinale-se que foram os jornalistas com maior visibilidade mediática aqueles que mais estreitaram os canais de selecção dos respectivos convidados⁵⁶⁸.

⁵⁶⁸ Eis algumas afirmações que esses profissionais fizeram a este respeito:

* “(Os convidados) têm de ser pessoas muito comunicativas, com um discurso não complicado e uma linguagem directa. Neste perfil, não cabem aquelas pessoas que falam muito, mas que, quando terminam, não se sabe o que disseram.” Maria Elisa a respeito da *Entrevista de Maria Elisa* (RTP) (“TV Guia”, n.º 766, Outubro de 1993).

* “(Os convidados) são figuras conhecidas como gente que, não o sendo, merece vir a sê-lo. Desde que a sua personalidade seja interessante e resulte em TV, para além daquilo que tem para dizer. Se o programa é bom, deve-se às pessoas que lá vão. Se eu lá levasse um chato, estava bem arranjado.” Joaquim Letria a respeito de *Conversa Afhada* (RTP) (“TV Mais” de 8 de Fevereiro de 1993).

* “Tenho muito medo de, às vezes, parecer chata. Se os convidados não me ajudarem, posso ser. E se os convidados forem chatos, sou de certeza.” Maria Elisa a propósito de *Maria Elisa* (RTP) (“Expresso”, 15 de Novembro de 1997).

* “(Escolho) os convidados pela oportunidade e importância que a figura pode ter, ou a sua própria actuação enquanto figura pública.” Margarida Marante a respeito de *Conta Corrente* (SIC) (“TV Mais” de 8 de Fevereiro de 1993).

* “Em primeiro lugar, as pessoas não estão habituadas a discutir muitos assuntos; em segundo não há muitas pessoas em Portugal com nível para aguentarem um verdadeiro debate em TV durante hora e meia.” Sousa Tavares a respeito de *Terça à Noite* (SIC) (“TV Guia”, n.º 731, Fevereiro de 1993).

Os requisitos que se exigiam àqueles que participavam em programas de debate ou de grande-entrevista excluía, à partida, muitos grupos de pessoas. Significará isso que, dois séculos depois de se constituir como um espaço público vedado àqueles que não sabiam fazer uso da razão, actualmente essa exclusão continua a reproduzir-se num espaço que se pretende que seja do grande público, como ambiciona ser a televisão generalista? Se a extensão da razão no espaço público do século XVIII havia excluído a grande massa daqueles que se encontravam privados de competências intrínsecas a um eficaz uso da razão, a organização televisiva deste novo espaço social que os programas televisivos constroem fará o mesmo dois séculos mais tarde? Nos programas de informação, haverá cidadãos mais legítimos do que outros? Se tivermos em conta o que se passou entre 1993 e 2003 na informação semanal dos canais generalistas portugueses, a resposta a estas perguntas é afirmativa.

3. Um espaço público televisivo que resulta de uma TV enquanto instituição comercial

Não constituiu nosso objectivo indagar as causas subjacentes ao desenho do espaço público televisivo que os programas de informação semanal dos canais generalistas configuraram entre 1993 e 2003. Esse seria um outro trabalho, com diferentes fins e distinta metodologia. No entanto, ao longo do nosso estudo, deparámo-nos com determinados factores que persistentemente modelaram a oferta televisiva. Os mais visíveis foram, sem dúvida, os de natureza económica, cuja ponderação ajuda a perceber melhor o grau de construção da realidade social intrínseco a esse tipo de programação.

No Capítulo 1, destacámos, com as reservas necessárias, o posicionamento de Pierre Bourdieu em relação ao audiovisual, que este sociólogo considerava submetido a “*censuras económicas*”, sendo a partir daí que se perceberia a razão pela qual a informação, na sua perspectiva, incidiria em “*factos omnibus*” que interessariam a toda a gente, sem tratar nada de importante (1997: 10); e em “*fast thinking*”, ou seja, ideias feitas (1997: 25). Na altura, acrescentámos que faltara a Bourdieu estudos que comprovassem a sua tese. Na análise que fizemos dos programas de informação televisiva, encontrámos dados que, de certa forma, fundamentam a existência de “*forças invisíveis*” de natureza económica que condicionam a acção de programadores e de responsáveis por determinados programas. Da parte dos jornalistas, deparámo-nos com uma rejeição dessa dependência e no seu trabalho descobrimos situações que criavam interstícios nesse domínio, o que consubstancia um entendimento do audiovisual mais próximo da ideia do “*estrutural*” desenvolvida por Anthony Giddens, ou seja, como um lugar estruturado pela sociedade e, ao mesmo tempo, estruturante em relação a ela⁵⁶⁹.

⁵⁶⁹ Muito antes de nós, já Manuel Pinto (2000) havia feito esse percurso na sua tese de doutoramento, na qual desenvolveu um estudo acerca dos usos que as crianças fazem da televisão.

O fim do monopólio do serviço público de televisão abriu o campo televisivo a empresas privadas que encontraram na programação (no entretenimento, mas também na informação) o meio de rentabilizar os seus projectos, na medida em que esses produtos (os programas) eram vendidos aos anunciantes em troca das audiências conquistadas. Francisco Pinto Balsemão enquanto presidente do Conselho de Administração da SIC e os vários presidentes que, de 1993 até 2003, presidiram à TVI nunca negaram esse objectivo. Na RTP, os sucessivos responsáveis do operador público tiveram mais dificuldade em assumir a rentabilização económica enquanto propósito do seu trabalho, mas a verdade é que, a partir de 1995⁵⁷⁰, a incapacidade para neutralizar o crescente défice do serviço público de televisão foi um grande obstáculo ao desenvolvimento da RTP e não raras vezes o factor principal das demissões dos respectivos responsáveis, o que acrescentava à crise financeira uma permanente instabilidade interna. Subjacente à reserva (teórica) que presidentes e directores da RTP declaravam em relação ao mercado, talvez tenha estado uma ideia “*neo-frankfurtiana*”, que encara a rentabilização económica da programação como um obstáculo a emissões de interesse público. Reconhecemos esse risco, mas serão decerto mais interessantes as propostas daqueles que, integrados na linha da Economia Política dos Media, subtraem o sentido negativo às indústrias culturais (na qual a TV se insere), encarando a economia como o ponto a partir da qual se pode pensar os produtos culturais (neste caso, os programas televisivos), proporcionados a um público que, nestes anos, tem passado por uma certa renovação de gostos e de práticas.

Acompanhando a evolução dos programas de informação semanal nas três estações generalistas, verificámos que a rentabilização dos índices de audiência constituiu um factor decisivo para a sua exclusão da grelha, embora, por vezes, equacionada de forma que pode ser entendida como algo precipitada. Na primeira metade dos anos 90, a programação informativa era tida como um produto rentável (com substanciais índices de audiência), sendo, por isso, colocada em horário nobre. Poder-se-ia também considerar que a opção pelas franjas de maior audiência contribuía para acentuar o interesse do público pela informação semanal. Pensamos, porém, que os programadores se orientaram mais pela primeira premissa, não arriscando experiências que tivessem por base uma diferente oferta susceptível de desencadear uma renovada procura. A perseguição e conseqüente conquista da liderança de audiências por parte da SIC em finais da primeira metade dos anos 90 consolidou a popularidade das novelas brasileiras, das *sitcoms* e dos concursos testados com êxito noutros países, géneros que também foram adoptados na TVI e na RTP1⁵⁷¹. Aos poucos, a programação de entretenimento foi ocupando todo o horário nobre, principalmente nos canais privados, atirando a informação semanal para segmentos cada vez mais tardios e, por isso, alvo de um crescente desinvestimento. Nos primeiros três anos do século XXI, a popularidade dos novos *reality-shows*

⁵⁷⁰ Foi nesse ano que a RTP perdeu a liderança das audiências em horário nobre.

⁵⁷¹ A SIC é um caso ímpar ao nível da TV privada europeia: em menos de três anos conquista a liderança de audiências e, nesse processo, experimenta novos conteúdos cujo êxito vai empurrando a informação para franjas mais tardias.

tipo *Big Brother* e o súbito êxito da ficção nacional⁵⁷² provocaram o eclipse da informação semanal do horário nocturno da TVI e da SIC, criando-se, assim, um figurino de serão que, depois do noticiário da noite, se preenchia com conteúdos de entretenimento considerados mais propícios à venda de espaços publicitários. Mesmo emissões que pareciam vocacionadas para retratar casos de vida do cidadão comum eram desenvolvidas como se de um espectáculo somente se tratasse, seguindo um guião próximo da ficção. É o caso, por exemplo, de *Eu Confesso*, na TVI, ou de *Bombástico*, na SIC. Nos anos 80, Neil Postman havia profetizado em *Amusing Ourselves to Death* isto: num ecrã em que tudo é apresentado como entretenimento, os telespectadores começam a não saber do que estão a rir e porque pararam de pensar (1985: 163). Numa carta aberta ao director-geral da SIC publicada na edição do “*Público*” de 1 de Fevereiro de 2001, um ex-subdirector daquele canal, o jornalista José Alberto Lemos, escrevia isto:

“A SIC está hoje no ar cerca de 20 horas por dia e apenas duas é que são de informação. E porquê? Porque a guerra de audiências a isso a conduziu. E qual é a justificação para a guerra de audiências? O dinheiro, claro, o dinheiro e nada mais. E isto é que é paradoxal, porque quando a SIC não liderava as audiências nem ganhava dinheiro tinha uma grelha com programas dignos e informação abundante, que foram o maior contributo para mudar o país.”

Se a informação semanal foi perdendo espaço nos canais generalistas, por outro lado, entre 1993 e 2003 houve um alargamento substancial do horário nobre, que, no primeiro quinquénio do século XXI, ia para além da meia-noite⁵⁷³. Criava-se, assim, um aparente paradoxo: à medida que o *prime-time* se dilatava, havia menos tempo para programas de informação semanal que, a partir de 2000, (quase) se circunscreviam ao canal generalista de serviço público. Entre 2001 e 2003, a oferta televisiva da SIC e da TVI integrou, depois das 20h00, noticiários com uma duração que ultrapassava os 60 minutos, aos quais se sucediam novelas portuguesas, séries de produção nacional e as edições diárias das *novelas da vida real*. Os presidentes e directores das estações privadas, nas várias entrevistas concedidas à imprensa, desvalorizavam a exclusão da sua grelha de géneros televisivos como o debate, a grande-entrevista ou a grande-reportagem, argumentando que o interesse do público passara a focar-se em conteúdos de entretenimento. Neste contexto, a oferta da TV privada teria de ser compreendida como uma resposta àquilo que se pensava corresponder à procura, sendo feita através de programas de entretenimento de periodicidade diária e com uma duração cada vez maior a fim de manter os telespectadores agarrados a uma emissão o mais tempo possível. Era essa a moeda de troca nos negócios com os anunciantes.

⁵⁷² O sucesso das *novelas da vida real* e das novelas portuguesas fortaleceu uma indústria já com alguns anos, mas que neste período ganhou uma maior dimensão, negociando formatos, fazendo adaptações em série de textos e misturando actores conceituados com outros que se lançavam para este mercado que começava a dar passos mais sólidos nestes anos.

⁵⁷³ Esta dilatação do horário nobre reflecte, por um lado, as alterações dos estilos de vida da sociedade, ajustando-se a TV àquilo que Eric Macé (2000) chama “*o metabolismo sócio-temporal dos indivíduos*” (dimensão estruturada); por outro, torna visível a capacidade que tem a televisão para condicionar certos hábitos quotidianos, programando para horas cada vez mais tardias programas dirigidos ao grande público, nomeadamente novelas e *reality-shows* (dimensão estruturante). Nesta relação dicotómica entre a televisão e a sociedade, o meio televisivo não só desenvolve uma programação em harmonia com o tempo social dos indivíduos como também contribui para recriar o ritmo diário dos telespectadores.

A contínua perseguição de audiências por parte dos canais generalistas portugueses tinha como contraponto o seu equilíbrio financeiro, que, por seu lado, condicionava a oferta televisiva e, conseqüentemente, o respectivo *share*. Estamos, pois, perante um processo circular. Poder-se-ia pensar que o serviço público de televisão estaria excluído dessa lógica, mas não foi isso que aconteceu, pelo menos nos primeiros dez anos de coabitação com o sector privado. O fim da taxa de televisão decretada em 1991, os sucessivos atrasos na atribuição das indemnizações compensatórias por parte do Governo e as receitas publicitárias que, a partir de 1995, foram diminuindo drasticamente colocaram a RTP num acentuado buraco financeiro que se prolongou até 2003. Não foi apenas a TV pública que passou por uma crise financeira da qual resultou uma crise de legitimidade. Também as estações privadas atravessaram, em diferentes momentos, conjunturas económicas difíceis, resultando daí uma instabilidade interna que se tornava mais visível com a demissão daqueles que tinham aí funções directivas. Tal opção implicava a entrada de novos responsáveis que traziam (quase) sempre outras ideias para a programação (incluindo a informação semanal). Foi assim na TVI desde a sua fundação em Fevereiro de 1993 até Setembro de 1998, altura em que José Eduardo Moniz assumiu a direcção-geral do canal. Foi assim na SIC, que, em 2001, perdeu a liderança das audiências para a TVI, provocando, em Agosto de 2001, a demissão de Emídio Rangel do cargo de director de Informação e Programação e, no mês seguinte, a rescisão de contrato com a estação onde permanecera durante uma década. Foi assim também na RTP desde 1995, altura a partir da qual a TV pública deixou de ser o canal mais visto.

Se tivermos em conta que, por um lado, a SIC e a TVI são empresas privadas, ou seja, orientadas para o lucro e que, por outro, a RTP seguiu entre 1995 e 2003 uma programação próxima da oferta da TV privada, será decerto pertinente perguntar: tendo o tríptico “*televisão/audiências/anunciantes*” sido uma equação estrutural ao nível da comunicação audiovisual, que margem de manobra terá existido em relação aos cálculos feitos? Percorrendo as várias entrevistas dos jornalistas que coordenaram e apresentaram programas de informação semanal, encontrámos reiteradas afirmações acerca da respectiva independência relativamente à ditadura do *share*, embora haja quem reconheça que esse tipo de constrangimentos condiciona a permanência do programa na grelha. Não será, porém, ao nível dos discursos que se descobrem os campos de autonomia dos jornalistas, mas naquilo que foi sendo feito ao longo do tempo.

Como já sublinhámos, a informação semanal passou por ciclos distintos, quer quanto ao tipo de programação, quer quanto aos temas mediatizados, nomeadamente nos debates e nas entrevistas. É certo que a audiência condicionou grande parte das opções, mas convém acrescentar que algumas inovações surgiram com uma relativa independência das leis do mercado. Quando, em Maio de 1996, Maria Elisa introduziu no principal debate da RTP1 ao qual emprestava o seu nome novas temáticas (tópicos relacionados com a vida em sociedade e com o desenvolvimento ou bem-estar pessoais) e destacou diferentes interlocutores (especialistas de campos diversos e cidadãos anónimos), não estava a procurar rivalizar com outro formato concorrente do seu. Aliás, a experiência da SIC nesse género televisivo valorizava, como fórmula de sucesso,

assuntos e interlocutores oriundos do campo político. Não foi essa a opção da jornalista da TV pública e, com isso, foi influenciando *Esta Semana*, que surgira na grelha da estação de Carnaxide em Outubro do mesmo ano. Ambos permaneceram no ar até ao primeiro semestre de 2000⁵⁷⁴. Poder-se-ia igualmente apontar o caso de *Ficheiros Clínicos*, que se estreou na SIC em Agosto de 1998 e que, tratando jornalisticamente casos positivos de uma medicina centrada em doenças graves, estabeleceu uma ruptura com o hábito de mediatizar um sistema de saúde sistematicamente representado à beira do caos. Não era para a resposta eficaz das instituições que, neste período, parecia orientar-se o interesse do público. O exemplo de *Casos de Polícia* – que a SIC começou a emitir em Outubro de 1993 e que se manteve na grelha do canal até finais de 1999 devido, acima de tudo, aos altos índices de audiência que sempre registou – testemunhava a preferência das audiências por um jornalismo que enfatizava as falhas das organizações sociais ou as situações onde a vida das pessoas era colocada em risco. Neste contexto, *Ficheiros Clínicos* atingiu um sucesso certamente inesperado para quem o colocara na grelha no mês mais desaconselhado para o surgimento de novidades televisivas (Agosto) e essa (boa) receptividade do público terá sido decisiva para as duas posteriores edições do programa coordenado e apresentado pela jornalista Cláudia Borges. Acrescentamos igualmente o caso de *Hora Extra*, que a SIC estreou em Janeiro de 2002 e que desapareceu da grelha em Junho de 2003. Remetido para depois da meia-noite, esse debate – o único que, naquele período, integrava a grelha nocturna na TV generalista privada – ter-se-á mantido à margem das pressões do audímetro. Porque o segmento horário permitia essa liberdade, poder-se-ia acrescentar. Até certo ponto, sim. Mas da parte da coordenadora e apresentadora, a jornalista Conceição Lino, notou-se igualmente uma preocupação em fazer assentar as discussões em assuntos de interesse público, independentemente da sedução das audiências que, àquela hora, poderiam ser atraídas mais facilmente com outro tipo de discussão. Os telespectadores nunca responderam em massa a este formato, porque certamente não seria possível ao cidadão comum permanecer acordado, nas noites de 4.ª feira, até depois da uma hora da madrugada. Apesar dos reduzidos valores audimétricos, *Hora Extra* criou um espaço público televisivo complementar da informação diária, suscitando a discussão de tópicos desvalorizados nos noticiários (“*A viuvez*”, por exemplo⁵⁷⁵), revelando-se, em certos momentos, muito influente. Refira-se, por exemplo, o substancial aumento do número de dadores de medula óssea após a emissão de 28 de Maio de 2003, que destacou o caso de uma menina de 10 anos com uma leucemia grave que procurava um dador compatível⁵⁷⁶.

⁵⁷⁴ Enquanto *Maria Elisa* desaparece do ecrã, *Esta Semana* passa para o canal do Cabo SIC Notícias, onde se mantém até ao final do primeiro semestre de 2001. Em Outubro, a coordenadora e apresentadora do programa, Margarida Marante, abandona a SIC.

⁵⁷⁵ Conceição Lino dedicou a este tema o seu primeiro programa, abrindo-o nestes termos: “*A esta hora, em muitas casas portuguesas há gente sozinha. Se é o seu caso, esta ‘Hora Extra’ é especialmente para si. Entre aqueles que têm que enfrentar a solidão encontram-se sobretudo as mulheres e, entre elas, as viúvas. No último Censos, realizado em 2001, as estatísticas revelaram que há quase 560 mil mulheres viúvas. Mais de meio milhão, que contrasta consideravelmente com o número de homens viúvos: 122.267*”. Acrescente-se que esta faixa etária não suscita interesse dos anunciantes devido ao seu escasso poder de compra.

⁵⁷⁶ Conceição Lino começou assim: “*Inês precisa de um dador de medula óssea compatível. Está há cinco meses à espera, mas nos bancos de dadores não existe dador compatível. Tal como ela, mais crianças e adultos aguardam por uma hipótese de cura. A leucemia pode atingir qualquer pessoa. Não há grupos de risco. Em 10 milhões de portugueses, menos de dois mil contribuíram para dar esperança a mais doentes. Não há qualquer risco para os dadores, mas quase ninguém sabe isso. Destacam-se aqui as possibilidades de cura da leucemia e testemunhos de doentes e das famílias que revelam a forma brutal como esta doença muda as suas vidas de um dia para outros*”. Nos dias seguintes, o *Jornal da Noite* da SIC haveria de dar conta do crescente número de dadores que responderam ao repto deixado no debate da SIC, apesar de a emissão ter ido para o ar entre as 00h30 e as 02h00.

Estes e outros casos que fomos encontrando ao longo do nosso estudo evidenciam uma certa autonomia da informação televisiva em grelhas vocacionadas para a capitalização de audiências. Poderíamos, de imediato, contrapor que essa liberdade apenas se tornou possível na exacta medida em que não contrariava a rentabilização dos respectivos produtos (programas). É verdade, mas, antes de desenvolver esse ponto de vista, gostaríamos de assinalar essa possibilidade prática de acção que a informação semanal tornou possível ao longo dos anos 90. Com isso, certas emissões informativas absorveram outros traços daquilo que estruturava o social e devolveram às audiências renovados e mais participativos espaços públicos televisivos. Este quadro de acção desapareceu dos ecrãs privados nos primeiros três anos do século XXI. Absorvidas em produtos de diversão testados com sucesso noutros países, a TVI e a SIC optaram por construir serões televisivos que as transformavam em canais temáticos de uma ficção que procurava encenar a vida real. As razões económicas serão as causas dessas mudanças, mas essa conjuntura não nos obriga a aceitar o triunfo cego das teses de Pierre Bourdieu que havia falado nas “*forças invisíveis*” de natureza económica que controlam o audiovisual, nem a reconhecer imponderadamente a pertinência das teorias dos membros da Escola de Frankfurt segundo as quais as leis do mercado se sobrepõem às questões de interesse público. Convém sermos cautelosos nas conclusões e acrescentar, por exemplo, a descida considerável que, nos últimos anos, tem sido registada nos índices de audiência média dos canais generalistas, o que implica menos telespectadores a ver a RTP1, a SIC e a TVI. Porquê? Talvez porque há alternativas (outros canais no cabo; novas plataformas, como a Internet...) e quem delas dispõe seja quem mais disponibilidade/apetência terá para ver programas de grande-informação, mas também porque a oferta televisiva se torna cada vez mais uniforme, mais repetitiva e pouco inovadora na exploração de novas formas de mediatizar a realidade.

Poderíamos encarar as grelhas dos canais generalistas privados do primeiro quinquénio do século XXI como a expressão de um ciclo propício ao entretenimento, ao qual se sucederia um outro que privilegiaria a informação. O passado recente não permite esse tipo de previsões. Não foi por avanços e recuos que se caracterizou a tendência desenhada na programação entre 1993 e 2003, mas antes por uma linha em contínuo desenvolvimento, ao longo da qual a informação foi cedendo cada vez mais espaço ao entretenimento, procurando, com isso, reter altos índices de audiências. Se a estreia do *Big Brother* em Setembro de 2000 na TVI assinalou um novo marco na televisão generalista (privada), os anos 90 já tinham sido atravessados por episódios que apontavam uma determinada direcção do audiovisual. Em 1997, Miguel Sousa Tavares rescindiu o contrato com a SIC e abandonou (por um período curto) o jornalismo televisivo. Nessa altura, em entrevista ao “*Expresso*” (27 de Julho), expondo algumas razões da sua decisão, pontuava assertivamente o rumo que a oferta televisiva tomava:

“O público não quer os programas que eu faço e eu não quero fazer os programas de que o público gosta. (...) (Agora as pessoas) gostam de sentimentos, de emoções, de intimidades e da clássica trilogia composta por sexo, violência e escândalo. Este país parece caminhar para uma sociedade de ignorantes na qual o único objectivo é distrair as pessoas e não informá-las. A massificação da informação levou a critérios de audiência que predominam em relação a tudo o resto. (...) Deve ser o público a procurar a informação e não a informação a procurar o público. A função dos jornalistas não é distrair o público. O nosso trabalho é fazer um serviço baseado no interesse público e não no interesse do público. Se a ideia subjacente à informação fosse distrair as audiências, teríamos muita gente melhor do que os jornalistas para o fazer (...). Uma condição fundamental para o sucesso do jornalismo é que o público queira estar informado. Não há cultura da informação; há um problema grave de demissão colectiva da sociedade que caminha para a ignorância. (...) Estou convencido de que se a RTP fizesse uma TV de qualidade, as privadas, por arrasto, também lá chegariam fatalmente. Porque a audiência também se educa.”

Estas afirmações – pertinentes, sem dúvida – poderão suscitar várias questões: será que o público não gosta de programas informativos ou os modelos de informação televisiva estão esgotados? Serão as emoções avessas ao jornalismo ou necessitarão aí de um enquadramento particular, como procurámos sublinhar no Capítulo 4? Não terá a informação dos canais generalistas públicos e privados – mas todos de concessão pública – a obrigação de procurar o interesse do público? Todas estas questões não retiram a oportunidade das declarações do jornalista Sousa Tavares cuja saída da SIC coincidiu com o decréscimo progressivo do número de programas de informação semanal e, sobretudo, com a respectiva regularidade. Comparando os quadros da programação informativa dos canais generalistas dos anos que seleccionámos para análise, verificámos uma ligeira descida do número de programas entre 1996 e 1998, que se tornou acentuada em 2001. Apresentando o maior número de emissões de informação semanal, a RTP1 clonou, em determinados momentos, as opções feitas na TV privada. Foi o caso dos debates. Se *Esta Semana* desapareceu em finais do primeiro semestre de 2001 da SIC passando para a SIC Notícias, onde se prolongou até ao ano seguinte, *Maria Elisa* já não apareceu na RTP1 depois das férias do Verão de 2001. A jornalista, que, durante vários anos, havia conduzido os principais debates da TV pública, surgiu, a 18 de Setembro de 2000, na apresentação do concurso *Quem Quer Ser Milionário?*.

Se entre 1993 e 2003 a programação informativa foi pensada em função de critérios de rentabilidade das audiências e condicionada pela procura de estabilidade interna (sobretudo financeira) das empresas de televisão (pública e privada), essas preocupações pertenceram, sobretudo, àqueles que tinham sobre isso uma responsabilidade directa, ou seja, aos programadores a quem competia escolher formatos, definir linhas editoriais, designar equipas de produção e apresentação e indicar segmentos horários, bem como aos administradores responsáveis pelo orçamento de cada área de programação. A este nível, fazia-se o mais importante, poder-se-ia acrescentar. Todavia, os jornalistas dispuseram de um determinado espaço de autonomia que lhes garantia uma (relativa) distância das pressões do mercado, como, aliás, já foi assinalado.

A escolha dos temas e dos interlocutores para as respectivas discussões foi sempre uma oportunidade para aqueles que produziam e apresentavam uma emissão exercerem um certo poder sobre o desenho social

da realidade. Um poder que não era de somenos. Esses interstícios por meio dos quais os jornalistas mapeavam o espaço público contemporâneo foram-se estreitando à medida que o número de programas de informação se reduzia. Conclui-se, assim, que a televisão, sendo um sistema de comunicação com um alto grau de autonomia editorial, tem fortes dependências financeiras que condicionam todos programas, incluindo a informação. O actual negócio do audiovisual faz com que a TV conceda, a maior parte das vezes, prioridade à pressão do mercado e aos aspectos económicos em detrimento das dimensões sociais e culturais de certas questões, valorizando mais programas de entretenimento que garantam audiências elevadas.

É curioso é o facto de a lei impor às estações públicas e privadas algumas obrigações ao nível dos programas, mas ser omissa quanto à composição da grelha. Nessa tarefa de engenharia, que é a dos programadores, os responsáveis pela oferta televisiva têm uma ampla margem de manobra legal. O que nem sempre tem tido efeitos positivos, já que, nestes últimos anos, a oferta televisiva dos canais generalistas evoluiu para uma homogeneização dos conteúdos. Não somos apologistas de uma excessiva intervenção estatal no audiovisual⁵⁷⁷, mas seria pertinente haver regulamentação que impedisse a oferta televisiva dos canais generalistas de se limitar quase exclusivamente ao entretenimento (progressivamente mais boçal). Neste quadro, exigir-se-ia do Estado ou de qualquer organismo de regulamentação dos *media* uma intervenção nesse domínio para evitar desequilíbrios que o normal funcionamento das lógicas mercantis acaba por instalar, sem com isso criar uma visão catastrófica de uma sociedade em cuja base se situa o capital. Essa é, como já explicámos, a linha da Economia Política dos *Media*.

4. Mudanças no jornalismo televisivo feito ao ritmo semanal

Nos primeiros dez anos da TV privada em Portugal, o jornalismo televisivo de ritmo semanal passou por várias mudanças: nas estratégias de programação, nos formatos, na composição da elite de jornalistas que produzia e apresentava as emissões, na enunciação da realidade e, conseqüentemente, nos traços distintivos em relação aos programas de entretenimento. A partir de 2000, as alterações tornaram-se mais visíveis, mas isso não implicou uma súbita revolução. Ao percorrermos essa década, encontramos sinais que foram conferindo outras características à informação televisiva e, conseqüentemente, dando uma diferente configuração da realidade social.

⁵⁷⁷ Não subscrevemos, por exemplo, as teses de Karl Popper, segundo o qual o Estado deveria colocar limites aos *media*, nomeadamente à televisão, um meio que, nas suas palavras, “*tem um poder colossal como se substituisse a voz de Deus*” (1995: 30). Uma das suas propostas seria dotar quem trabalhasse num canal de TV de uma “*licença*” que “*poderia ser-lhe retirada definitivamente se alguma vez agisse em contradição com determinados princípios*” (1995: 25-26).

O desenho que o jornalismo televisivo foi apresentando entre 1993 e 2003 poderá ser pensado a partir daquilo que julgamos ter sido o alargamento do lugar e do papel dos jornalistas na informação semanal. Sublinhámos anteriormente que o aparecimento da TV privada acentuou o vedetismo dos apresentadores de programas, incluindo aqueles que pertenciam à informação. Uns e outros ensaiavam estratégias de aproximação às audiências, através das quais encetavam um processo de sedução susceptível de desencadear o interesse do público por aquilo que estava a ser emitido. Esperar-se-ia da classe jornalística uma maior distância face a esse tipo de postura. Em certos casos, assim foi. Noutros, era notória a procura de uma empatia com os telespectadores, nomeadamente nos *talk-shows*, um género de programação que vigorou na primeira metade dos anos 90 cuja condução foi entregue a jornalistas já com alguns anos de carreira. Por exemplo, em 1993, a jornalista Manuela Moura Guedes conduzia na RTP1 *Raios e Coriscos*, alternando semanalmente com outro *talk-show*, *Você É Excepcional*, apresentado pelo também jornalista Joaquim Letria. Encontrámos o contraponto disto em apresentadores que não eram jornalistas e que procuravam reconstruir uma *cena televisiva* promotora de inteligibilidade daquilo de que se falava. Esse esforço era feito, por exemplo, em *Marginalidades* (RTP, 1995) pelo sociólogo e investigador da PJ Moita Flores. Embora com diferentes posturas, estes apresentadores promoviam uma leitura referencial da realidade. No entanto, neste período também houve formatos conduzidos por jornalistas que colocavam diante de nós uma espécie de *hiper-realidade*, que, de certa forma, criava um mundo inexistente. Foi o caso de *A Cadeira do Poder*, cuja apresentação coube ao jornalista Artur Albarran. Destes exemplos decorre uma grande indefinição da identidade profissional dos jornalistas, extensível aos três canais generalistas que nunca tornaram distintas as áreas da programação e da informação, nomeadamente no que diz respeito a formatos com uma periodicidade semanal que tomavam o real como referência. Por vezes, a contaminação dessas áreas ocorria na própria estrutura organizacional da estação. Em 1998, o único espaço de debate da RTP1 era conduzido por uma jornalista, Maria Elisa, que estava sob alçada de um director de Informação, enquanto ela própria ocupava o cargo de directora de Programação da RTP, criando, nessa altura, formatos conduzidos por jornalistas (por exemplo, Paula Moura Pinheiro e Margarida Pinto Correia). Poder-se-á dizer que parte deste trânsito contínuo entre programas de informação e outros de características próximas do entretenimento não subtraiu a imparcialidade nem o rigor aos jornalistas que apresentavam essas emissões, mas também não contribuiu para fortalecer a idiosincrasia desse grupo profissional fragilmente institucionalizado⁵⁷⁸.

Outra característica que sobressai na década 1993-2003 é a diversidade de pontos de vista que os jornalistas manifestam em relação ao seu papel na informação televisiva feita ao ritmo semanal. Percorrendo

⁵⁷⁸ Trata-se aqui de uma situação extensível a outros países, que resulta, por um lado, de um processo histórico da formação da profissão e, por outro, dos requisitos (flexíveis) de acesso à profissão. O caso francês, por exemplo, é semelhante ao nosso. Cf. Ruellan, D. (1993) *Le Professionnalisme du flou*. Grenoble : Presses Universitaires de Grenoble.

várias entrevistas publicadas na imprensa a respeito de certos programas, esse profissionais verbalizam os seguintes modos de agir:

- anunciam um envolvimento face àquilo que os convidados dizem/apresentam⁵⁷⁹;
- entendem que o seu trabalho é um produto que rentabiliza audiências⁵⁸⁰;
- reconhecem que a informação que promovem se reveste de determinada encenação⁵⁸¹;
- chamam a si funções que não são as da sua profissão⁵⁸²;
- insistem na independência face às pressões externas ao seu campo, reclamando um *ethos* profissional instituinte de noticiabilidade⁵⁸³;
- garantem imparcialidade e distanciamento relativamente ao que é discutido⁵⁸⁴.

Poderíamos discutir a legitimidade das diferentes posturas apontadas, mas neste contexto aquilo que importará assinalar é o facto de cada uma delas reflectir um trabalho que produz permanentemente uma realidade social a partir de um determinado real. Estruturados por um debate entre diferentes interlocutores, por uma entrevista com um único convidado ou misturando no alinhamento reportagens com debate em

⁵⁷⁹ Esse envolvimento pode desenvolver-se em diferentes níveis. Por exemplo, dizer abertamente o que pensam acerca daquilo que é dito, como acontecia em *Crossfire* (SIC, 1995), onde cada um dos apresentadores tinha, na parte final do programa, um espaço opinativo. A este respeito, Sousa Tavares afirma o seguinte: “*Não somos meros colhedores de respostas sem mais. Aliás, o próprio tom das entrevistas vai preparar o telespectador para uma intervenção final em que se toma posição sobre o conteúdo da entrevista*” (“*TV Mais*”, 30 de Novembro de 1995). Em *Ficheiros Clínicos* (SIC, 1998, 1999, 2002), a jornalista Cláudia Borges fala de um envolvimento mais emocional: “*Não podemos proceder como se estivéssemos a trabalhar na informação diária, tem de haver uma grande dedicação e algum envolvimento humano. São pessoas que nos oferecem os seus testemunhos, que nos abrem um pouco o seu coração, as suas dores, os seus medos. Isso obriga a que, da nossa parte, também exista uma capacidade de conforto e até de dar alguma confiança a essas pessoas*” (“*TV Guia*”, 26 de Junho de 1999). A respeito de *Quero Justiça* (TVI, 1999), o jornalista Vítor Bandarra também fala desse tipo de envolvimento: “*Não ficamos insensíveis à indignação que as pessoas sentem quando se encontram perante uma situação em que são prejudicadas ou maltratadas*” (“*TV Mais*”, de 19 de Fevereiro de 1999).

⁵⁸⁰ Sem pôr em causa a sua independência profissional, o jornalista António Perez Metello reconhece que o programa que coordena e apresenta (*Tostões e Milhões*, 1993-7) se insere numa grelha pensada em função da rentabilização das audiências: “*Sei que receitas directas se geram com a introdução deste produto na grelha da SIC e estou a lutar por atingir metas que foram discutidas comigo. Sinto aqui que estamos todos a puxar a carroça para o mesmo lado*” (“*TV Guia*”, n.º 743, Maio de 1993). Apresentando *Conversa Afiada* na RTP (1993), o jornalista Joaquim Letria tem um discurso semelhante: “*Haveria interesse em prolongar a própria emissão com outro tipo de publicidade que felizmente tem acompanhado a Conversa Afiada*” (“*TV Guia*”, n.º 743 de Maio de 1993).

⁵⁸¹ Não é comum os jornalistas reconhecerem a encenação intrínseca a um programa de informação que se estrutura através da conversa entre diferentes interlocutores. Referindo-se aos comentadores-residentes de *Flashback* (SIC, 1994-1996), Carlos Andrade afirma o seguinte: “*São actores tão talentosos que, dentro do guião que temos, recriam permanentemente situações inesperadas. É claro que neste sentido também sou um actor*” (“*TV Guia*” de 16 de Março de 1996).

⁵⁸² O jornalista Luís Pires, que coordena e apresenta um programa que retrata as dificuldades por que passam certas pessoas, assume essa vertente mais interventiva: “*Durante 50 minutos que dura o programa iremos tentar arranjar soluções para algumas das situações que vamos apresentar*” (“*TV Mais*” de 16 de Setembro de 1994). Noutra ocasião, reconhecerá ainda isto: “*Privilegiamos uma perspectiva humana... em primeiro lugar porque somos homens e depois jornalistas*” (“*TV Guia*” n.º 834, Janeiro de 1995).

⁵⁸³ As pressões podem ser de vária ordem: das fontes, das audiências, do formato, etc. Tratando semanalmente casos que envolviam as forças policiais, a jornalista Conceição Lino insiste em retirar *Casos de Polícia* (SIC, 1993-1999) das pressões que poderiam afectar o seu trabalho: “*Neste contexto, o papel dos jornalistas é fazer com que quem é responsável por determinada instituição preste contas.*” (“*TV Guia*” 16 de TV Guia de 1996). Coordenando e apresentando os principais debates da SIC, a jornalista Margarida Marante insistiu em manter-se equidistante das audiências. A respeito de *Esta Semana* (SIC, 1996-2001), diz o seguinte: “*Entendo que a minha agenda não tem que ser determinada exclusivamente por regras de audiência. De resto, ninguém me impõe essa norma*” (“*TV Guia*” de 18 de Outubro de 1997). Na RTP, Maria Elisa adopta a mesma atitude. Falando do debate a que empresta o seu nome, a jornalista garante isto: “*Na RTP posso escolher os temas que quero. Esse luxo é-me facultado porque tenho mais de 20 anos de profissão. Tenho este luxo de não estar condicionada pelo critério das audiências*” (“*Expresso*”, 15 de Novembro de 1997).

⁵⁸⁴ À frente de um dos programas de informação que suscitou mais polémica devido ao jornalismo pró-activo que aí se praticava, Nuno Santos sublinha a preocupação em criar distância em relação àqueles que semanalmente ocupavam o *plateau* de *Os Donos da Bola* (SIC, 1993-1998): “*Não cultivo qualquer proximidade com dirigentes ou jogadores. Há entrevistados que só quero ver quando entro no estúdio. Por regra, cumprimento as pessoas, mas é raro ficar à conversa. Se o fizesse, poderia ter 3 ou 4 dados que me serviriam, mas prefiro não o fazer, pois isso poderia à partida comprometer-me*” (“*TV Mais*” de 23 de Fevereiro de 1996). Um outro apresentador que lhe sucedeu, o jornalista David Borges, insiste na mesma postura: “*Sinto que no estúdio quem manda sou eu. Sinto essa vantagem que é comandar o programa. Tento fazê-lo com a segurança máxima que me for possível. E essa segurança acho que passa por um forte distanciamento em relação aos protagonistas e ao mundo do futebol*” (“*TV Guia*”, 14 de Agosto de 1999).

estúdio, os diferentes programas submetem aquilo que mediatizam a filtros semióticos que atribuem a determinado(s) tópico(s) uma dada configuração que se pretende significativa para as audiências. Eis mais um sinal que consubstancia a informação televisiva enquanto “*instituição geradora de discursos sociais*”, para retomar aqui a formulação de González Requena (1995). Antes, porém, de se chegar ao produto final (ao programa emitido por determinado canal), convém atender às práticas profissionais daqueles que o produzem e apresentam. Tendo como referência os jornalistas, Barbie Zelizer (1993) fala dos jornalistas enquanto “*comunidades interpretativas*”, um conceito que Gonzalo Abril (1997) retomará com a designação “*comunidade hermenêutica*”, dando-lhe um sentido mais abrangente, mas que engloba igualmente quem faz jornalismo. Não discutiremos aqui as diferenças entre ambas as designações, nem declinaremos os traços que compõem o imaginário das representações partilhável por essa comunidade que integra os jornalistas enquanto grupo de intérpretes ou instituintes de uma realidade social⁵⁸⁵. Interessa-nos, sobretudo, sublinhar a existência das diferentes formas de encarar a profissão que estruturam aquilo que se mediatiza e que, conseqüentemente, conferem à informação televisiva uma dimensão estruturante.

No Capítulo 4, quando procurámos saber se a televisão se dirige aos sentidos ou ao pensamento, recolhemos uma série de argumentos que promoviam ambos os vectores, embora, como lembra, por exemplo, Derrick de Kerckhove, qualquer conteúdo audiovisual fale “*primeiro ao corpo e não à mente*” (1997: 34). As teses de António Damásio, segundo as quais as emoções e os sentimentos desempenham um papel fulcral na tomada de decisões, consubstanciam – com argumentos de outra natureza que tivemos a oportunidade de expor – a importância de associar o olhar e a audição (parte sensível) com o pensamento (nível racional). Foram estes caminhos que nos levaram a considerar a informação televisiva como um espaço cujas funções cognitivas poderão ser motivadas pelo apelo que determinada emissão faz aos sentidos. Trata-se, porém, de uma associação com alguns limites, na medida em que o jornalismo, para manter a sua idiossincrasia, terá sempre de estabelecer fronteiras claras em relação a conteúdos de entretenimento. Isso não significa que seja imune a alguns dos seus componentes. O que não é, de modo algum, reprovável. Entre 1993 e 2003, encontramos nos programas de informação semanal elementos que interpelavam, de forma diversa, a dimensão sensível dos telespectadores e que poderão ser extensíveis a conteúdos mais do âmbito do entretenimento. Será essa uma forma de tornar os programas mais atractivos e que, quando bem doseada, poderá ajudar a melhor expor a informação que se pretende transmitir.

Nos *talk shows*, evidenciaram-se, por exemplo:

⁵⁸⁵ Cristina Ponte desenvolve com algum pormenor esta questão, complementando-a com outros pontos de vista teóricos. Cf. *Leituras das Notícias: contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Livros Horizonte, 2004 (pp. 71-89).

- elementos ficcionais⁵⁸⁶,
- bandas de música⁵⁸⁷,
- comentadores-residentes oriundos do mundo do espectáculo⁵⁸⁸.

Por seu lado, os programas de debates e de grande-entrevistas integraram/promoveram, por exemplo:

- rubricas de humor⁵⁸⁹,
- exibição de excertos de filmes e música⁵⁹⁰,
- convidados que cantavam em estúdio⁵⁹¹,
- convidados do mundo do espectáculo com bastante popularidade junto da opinião pública⁵⁹²,
- deslocamento do cenário para lugares de diversão⁵⁹³.

Estas mudanças na enunciação informativa não surgiram de forma gradual ao longo da década, o que impossibilita a construção de uma linha diacrónica ao longo da qual a informação semanal teria absorvido um crescente número de traços dos universos ficcional e lúdico. No entanto, aparecendo aqui ou ali, essas marcas contribuíram para redimensionar a informação televisiva a vários níveis: no desenho dos formatos, na postura dos apresentadores, no perfil dos interlocutores chamados a estúdio, nos cenários permitidos para essa programação... De modo diverso, tudo isto foi ajudando a criar (pontualmente) emissões televisivas, menos formais, mais espontâneas, mais próximas dos cenários da vida de todos os dias e atravessadas, aqui e ali, por elementos que tornavam determinado programa mais espectacular no sentido etimológico inerente a *spectaculum*, que significa tudo o que suscita e prende o nosso olhar.

Como explicámos no Capítulo 4, a contraposição sensível/inteligível tornou-se anacrónica. Hoje, todos sabemos que a emoção está presente nas estruturas e nos processos sociais, sendo, por isso, um

⁵⁸⁶ Em *Ligações Perigosas* (RTP, 1996), a boneca virtual chamada “BB” moderava a conversa dos convidados da emissão e dos três intervenientes fixos naquele formato: a jornalista Paula Moura Pinheiro, o académico Nuno Rogeiro e o psiquiatra Júlio Machado Vaz.

⁵⁸⁷ *Ligações Perigosas* (RTP, 1996) contava semanalmente com a banda *Os Amigos da Salsa* e com os movimentados passos de dança de dois bailarinos profissionais especialistas em danças latino-americanas.

⁵⁸⁸ Pelo painel fixo da *Noite da Má-Língua* (SIC, 1994-1997) passaram as atrizes Graça Lobo e Rita Blanco.

⁵⁸⁹ *Grande Plano* (TVI, 1996) tinha a participação humorística do actor Carlos Paulo, que ora fazia de crítico de televisão no papel de *Zap dos Reis*, ora de comentador político como *Prof. Prosáprio dos Reis*. Por seu lado, os *talk-shows* tinham rubricas de política. Por exemplo, em *Sexo Forte* (SIC, 1993), essa rubrica estava a cargo da jornalista Helena Sanches Osório.

⁵⁹⁰ Na primeira parte de *Verdes Anos* (SIC, 1996) exibia-se um filme da videoteca da BBC que se constituía como ponto de partida para o debate. *Marcha do Tempo* (RTP, 1993) incluiu várias vezes excertos de filmes e músicas nos seus debates: excerto da 9ª *Sinfonia de Beethoven* (9/2), excerto do filme *O Leão da Estrela*, de Artur Duarte (23/3), excerto do filme *ET – o Extraterrestre* (6/4).

⁵⁹¹ *Conversas Curtas* (SIC, 1993) rematou duas emissões com Luís Represas (7/11/1993) e Sérgio Godinho (27/11/1993). No debate *Maria Elisa* dedicada à “música pimba” (8/10/1996), Toy cantou uma das suas músicas.

⁵⁹² Na edição de 15/3/2002, *A Bola é Nossa* teve como convidados alguns dos participantes do *Big Brother*. No pivot de entrada, o apresentador disse o seguinte: “Hoje o programa antecipa o grande jogo da próxima jornada entre o Porto e o Sporting. E ‘A Bola é Nossa’ rendeu-se à popularidade do Big Brother. Assim, convidamos quatro figuras públicas, quatro ex-residentes da casa mais vigiada do país. Eles já vão entrar em cena”.

⁵⁹³ A emissão de *Maria Elisa* dedicada ao “Tango” (7/5/1998) foi feita no salão da Sociedade Filarmónica dos Alunos de Apolo e abriu com os bailarinos a dançar tango; a emissão sobre “o pensamento dos animais” (18/6/1998) foi emitida em directo do Jardim Zoológico de Lisboa; a emissão que debateu “os media e a Família Real Inglesa” (31/8/1998) instalou o *plateau* no Palácio da Fronteira em Lisboa. *Hora Extra* (SIC, 2002-3) foi até ao Oceanário de Lisboa na emissão em que discutiu “os oceanos” (15/1/2003).

elemento imprescindível na produção mediática da realidade, nomeadamente na informação. Todavia, a adopção dessas marcas do sensível/emotivo comporta o risco de atirar a informação para o domínio do lúdico. Conscientes de que o horário nobre dos canais generalistas estava cada vez mais dominado por conteúdos de entretenimento, a partir do segundo quinquénio dos anos 90 alguns jornalistas que apresentavam e coordenavam programas de informação semanal começaram a sentir necessidade de delimitar fronteiras, reclamando reiteradamente a sua pertença e a do seu trabalho ao campo da informação:

“Sou jornalista, não faço entretenimento. (...) Sou jornalista, pretendo continuar a sê-lo e não sou ‘comunicadora’ como agora é moda dizer-se, presumo que com o objectivo de cobrir realidades muito distintas.”

Margarida Marante (“*TV Mais*” de 26 de Setembro de 1997)

“Entendo que há limites para o que se pode e deve tratar na esfera da informação. Limites que têm a ver com a honestidade e a decência, quer dizer, o respeito pela dignidade humana. Rejeito as generalizações levianas, tomar a parte pelo todo para daí se fazer um show mediático. Isso para mim é um limite sério.”

Maria Elisa (“*Expresso*”, 15 de Novembro de 1997)

“(Ficheiros Clínicos) é um programa de informação e não de entretenimento.”

Claúdia Borges (“*TV Guia*” de 8 de Agosto de 1998)

“Na realidade há um formato que é semelhante: um tema é lançado a debate e surge o contraditório. Agora, os objectivos são completamente diferentes. ‘Gregos e Troianos’ era um programa que tinha um objectivo de entretenimento, e recorria a alguma espectacularidade. Mas se há alguns elementos de coincidência na forma, eles não existem quer nos conteúdos quer nos objectivos, porque este (“Prós e Contras”) será um espaço de grande informação, desenvolvido num registo exclusivamente jornalístico.”

Fátima Campos Ferreira (“*Diário de Notícias*”, 14 de Outubro de 2002)

Estas tomadas de posição apareceram depois de terem sido emitidos determinados formatos pretensamente informativos que criaram, juntamente com a polémica que desencadearam, universos autotélicos incapazes de promover qualquer inteligibilidade da realidade social. Esse tipo de programação que, em alturas diferentes, integrou a grelha televisiva dos três canais generalistas era conduzido por jornalistas ou apresentadores muito conhecidos e colocava em cena situações referenciais manipuladas pelo próprio dispositivo televisivo⁵⁹⁴. Não sendo informativos, esses programas influenciaram a informação semanal dos canais generalistas: ocuparam franjas importantes do horário nocturno, reclamaram para si substanciais meios (financeiros e humanos) dos canais e, tendo em conta que uma grelha se desenvolve em termos de macrodiscurso, alguns dos seus traços não terão passado despercebidos ao jornalismo televisivo.

⁵⁹⁴ Exemplos desse tipo de programas:

- *Máquina da Verdade* (SIC, 1995): testava-se em estúdio, através de um polígrafo, a justeza das sentenças proferidas em tribunal. Apresentação do jornalista Carlos Narciso.
- *Filhos da Nação* (SIC, 1997): inventavam-se acontecimentos que se faziam passar como verdadeiros para testar a reacção das pessoas ou certas falhas/vazios legais. Apresentação de Júlia Pinheiro.
- *Cadeira do Poder* (SIC, 1997): colocavam-se duas figuras públicas perante provas que tinham de superar para serem primeiro-ministro, havendo ainda um noticiário que envolvia pessoas conhecidas em situações inventadas e polémicas. Apresentação do jornalista Artur Albarran.

Essa influência não terá sido muito notória nos anos 90, talvez porque, nesse período, a informação semanal tinha um espaço de destaque na grelha das três estações generalistas. À medida que os programas de informação foram perdendo o horário nobre, nomeadamente nos canais privados, instalou-se um progressivo domínio de formatos que punham em causa as regras básicas do jornalismo (imparcialidade, rigor, respeito pelo princípio do contraditório...). Esse tipo de oferta televisiva ganhou espaço na TVI e na SIC a partir de 2001, apresentando como traços comuns o facto de resultarem do trabalho de produtoras externas; serem apresentados por pessoas sem a carteira profissional de jornalista; e centrarem-se em situações que se pretendiam reais, dramatizadas pelos respectivos (pseudo)protagonistas. A novidade não estava propriamente nas temáticas exploradas, no perfil dos convidados ou no estatuto do apresentador, mas no modo como cada um destes vectores era colocado em cena. Mais do que procurar entender problemáticas, explorava-se apenas a emoção que esses discursos eram capazes de desencadear; mais do que retratar situações que podiam ser paradigmáticas de grupos sociais, destacavam-se casos apresentados como anormais e, muitos deles, de natureza inverosímil. Em ambas as estações privadas, estes programas faziam-se apenas pelo espectáculo da palavra (na enunciação), minimizando-se a compreensão daquilo que estava em causa (o enunciado).

Trata-se aqui de um sinal evidente daquilo que havia sido teorizado por González Requena (1995) acerca do poder que o macrodiscurso televisivo (grelha) tem sobre os seus enunciados (os programas): uma emissão é condicionada pelos programas que lhe são contíguos e, acima de tudo, pela política editorial da respectiva estação. Num tempo em que a informação foi um vector estruturante do horário nobre, os programas mantiveram marcas distintivas em relação ao entretenimento, embora absorvessem dele alguns elementos; quando o entretenimento galvanizou o segmento nocturno dos canais generalistas privados, os programas vocacionados para mediatizarem a realidade adquiriram configurações que os excluíram do domínio da informação. Poder-se-ia, então, afirmar que as *novelas da vida real* que surgiram a partir de Setembro de 2000 e que ocuparam um grande espaço no interior das grelhas revolucionaram a programação, a de entretenimento e a informativa? Em certa medida, sim. Os enredos desses formatos contaminaram outros programas, deram origem a emissões especiais, tornaram alguma da ficção nacional semelhante a si e misturaram aquilo que é intrínseco ao entretenimento com aquilo que é idiossincrático do jornalismo. Os jornalistas criaram peças sobre essas *novelas da vida real* e os que estavam envolvidos na produção dos *reality shows* fizeram pretensas reportagens sobre os respectivos concorrentes. Como se os noticiários passassem a ser um tempo de desconstracção e as emissões de entretenimento um momento de informação. Valorizando a ligação directa a factos cujas causas e consequências ainda estavam por apurar, insistindo em assuntos quotidianos anódinos e privilegiando fontes anónimas que falavam em registos emotivos, os noticiários, nomeadamente o *Jornal Nacional* da TVI, na fase do *Big Brother*, distinguia-se pouco das *novelas da vida real*.

Entre 2001 e 2003, foram muitos os que, em conferências, em artigos de jornal ou em revistas científicas, se opuseram ao rumo do audiovisual⁵⁹⁵. A propósito das *novelas da vida real*, falou-se em “*atentados contra a privacidade*” ou de “*conteúdos abjectos*”. Da informação (diária), aludiu-se à “*falta de rigor*” ou ao “*sensacionalismo*”. Argumentos de quem ambicionava outra oferta televisiva, principalmente um jornalismo com mais qualidade e com menos dependências de vária ordem. Os responsáveis pelos canais de televisão, nomeadamente privados, defenderam-se das críticas, contrapondo os altos índices de audiências atingidos pelas emissões alvo de maiores críticas. Era como se de um lado estivesse uma elite que pretendia uma televisão de minorias e, do outro, as massas que reclamavam uma TV “democrática” que se tomava como sinónimo de conteúdos com elevados *shares*. Na verdade, os novos *reality shows* só vieram comprovar o que se sabia: no audiovisual a oferta é determinada pelas leis do mercado. Todavia, ao submeter-se (cegamente) a condicionamentos económicos, a TV corre o risco de apenas reproduzir mais do mesmo. Pela nossa parte, pensamos que os espaços informativos mais alargados poderão ser uma alavanca fortíssima para restituir qualidade à oferta televisiva e para conferir ao espaço público contemporâneo uma nova vitalidade.

5. Uma oportunidade perdida para fomentar um espaço público televisivo dinâmico, diversificado, acessível e próximo do quotidiano

A informação semanal da TV generalista, nomeadamente os programas estruturados pela conversação em estúdio, desenhou, entre 1993 e 2003, um espaço público televisivo elitista nas temáticas e na participação dos actores sociais, cuja evolução se revelou tributária da tirania do audímetro. Nestes anos, a informação televisiva silenciou muitos temas e interlocutores. Porque estavam nas margens; porque, na ausência de atenção mediática, foram sendo minimizados pela opinião pública; ou porque os canais generalistas não estavam interessados nesse tipo de discussão. Por exemplo: o ambiente, as inovações tecnológicas, o desenvolvimento científico e, curiosamente, os próprios *media*⁵⁹⁶ nunca foram alvo de grande destaque nos debates televisivos. Também foram muitos os grupos sociais que ficaram longe dos *plateaux* informativos, principalmente pessoas com profissões técnicas, investigadores de ciências exactas, jovens e, sobretudo, o cidadão comum, aquele que não fala em nome de uma profissão ou grupo social, mas que é convidado a exercer um direito fundamental: o de cidadania, o de participação na *res publica*.

⁵⁹⁵ Desenvolvemos esse estudo num artigo intitulado “*Novos rumos no audiovisual português: o impacto do Big Brother na informação televisiva*”, que se integra num livro coordenado pelo Prof. Manuel Pinto (no prelo).

⁵⁹⁶ Na década em que teve um acentuado e visível desenvolvimento, a televisão quase não foi alvo de análise crítica, principalmente na RTP. Na SIC, quando se elegeu o audiovisual para debate, foi sobretudo para discutir o serviço público de televisão ou a legitimidade de a Igreja ter um canal de TV. A TVI destacou pontualmente algumas questões-chave do campo mediático. Em 1993, *Referendo* procurou responder a isto: “*Os telespectadores acreditam na televisão?*” (11/3). No mesmo ano, *Artur Albarran* reservou a emissão de 12 de Novembro à televisão para, entre outras questões, discutir com responsáveis dos três canais generalistas questões como esta: “*Como se escolhem as notícias?*” Estas emissões não suscitaram emissões análogas na SIC e na RTP.

Cedendo cada vez mais espaço ao entretenimento, a informação semanal acabou por desaparecer da TVI e da SIC no princípio do século XXI, circunscrevendo-se aos géneros clássicos do debate e da grande-entrevista na RTP1. Poder-se-ia perguntar qual a diferença que, nesse tempo, o serviço público pode reivindicar para si ao nível da programação informativa. Como fomos sublinhando ao longo deste trabalho, o canal generalista de serviço público não pode reclamar aí muitos e expressivos traços distintivos. Nesse período, faltaram-lhe rasgos de inovação que renovassem formas de enunciação da realidade, que reflectissem aquilo que é importante em diversos domínios e alargassem, de facto, o espaço televisivo. A RTP ficou aquém de uma informação diversificada, aberta a diferentes sectores sociais e criadora de novas formas de mediatização da realidade; a SIC desistiu rapidamente daquilo que parecia ser um projecto de informação consistente e original; e a TVI, quando saiu da crise em que mergulhou até 1998 e conquistou alguma visibilidade junto das audiências, preferiu apostar na área do entretenimento.

No Capítulo 7 com mais pormenor e no Capítulo 9 mais resumidamente, constatámos que, entre 1993 e 2003, a informação televisiva como intérprete da realidade revelou-se um operador semântico muito selectivo: atento às opiniões dominantes, deixando na penumbra uma maioria que, nesse tempo, foi sendo mantida em silêncio. Na análise dos programas de debate e de grande-entrevista, verificámos que não houve preocupações substanciais em integrar o cidadão comum nas discussões televisivas, o que poderá ser paradoxal para canais de natureza generalista. Talvez se tenha julgado (erradamente) que bastava, de quando em vez, abordar situações com as quais os telespectadores estivessem relacionados, mantendo as audiências sob o estatuto de consumidoras (receptores passivos) de conteúdos. Essa deslocação da posição de cidadão para a de consumidor não só revela uma crescente miopia do sistema informativo em relação à dinâmica do sistema social como nega os traços que se reivindicam para a TV que sucedeu à fase do monopólio. No que à informação semanal diz respeito, o cidadão comum não esteve no centro da enunciação televisiva como se afirma quando se refere a fase correspondente à privatização do audiovisual, que Umberto Eco designa como “*neotelevisão*”. Também foi parte activa na programação informativa, mesmo na *fase das novelas da vida real* que, segundo Eliseo Veron, inaugurara formas de comunicação activas com os respectivos receptores (a *audiência* passaria a ser entendida como *público*). Ao fazer uma gestão da palavra pública circunscrita a grupos restritos de notáveis, a informação semana dos canais generalistas portugueses, para além de ter colocado alguns obstáculos à evolução do audiovisual, estagnou a dinâmica do espaço televisivo. Ao longo destes dez anos, deparámo-nos frequentemente com queixas, por parte de jornalistas que apresentavam programas de informação semanal, de uma conjuntura que o seu próprio trabalho fomentava: a falta de interlocutores com capacidade de intervir em determinados debates. A informação semanal afundava-se, assim, na espiral do silêncio que ela própria fomentava.

Do nosso estudo da informação semanal resultou uma configuração do espaço público que ficou muito aquém daquele formulado por Jürgen Habermas: assente na comunicação racional e ilimitada, no debate de assuntos de interesse geral e no acesso generalizado. Vectores que explicámos no Capítulo 2. Poder-se-ia encontrar pontos de contacto com o modelo do filósofo alemão em dois traços que, no entanto, havíamos interpretado como as suas grandes limitações: a centralidade dos temas urbanos e a exclusão/afastamento das mulheres e dos plebeus dos palcos de encenação da palavra pública. Não é nosso propósito propor a reabilitação do conceito habermasiano de esfera pública, até porque o respectivo desenho é tributário de um tempo que sobrestimava os efeitos dos *media* e negligenciava as capacidades de negociação dos receptores. Por outro lado, o espaço público dos anos 90 terá passado por instituições e repertórios de acção simbólica substancialmente diferentes daqueles de há 40 anos e terá igualmente readquirido novas configurações à medida que foi entrando no século XXI. Significa isso que é necessário pensar novas articulações para o redimensionamento entre o público e o privado, encarando como imprescindível a reabilitação de uma esfera pública que preserve a função crítica da sociedade e, conseqüentemente, institucionalize a democracia. A esse nível, os territórios electrónicos assumem, hoje mais do que no passado, um posicionamento central.

Confrontada com a crescente complexidade das sociedades modernas que conduziu o espaço público para novos domínios e competências, a informação televisão reflectirá essa mudança? Face a um espaço público cada vez mais privatizado e a uma esfera privada cada vez mais publicitada, a gestão do consenso social tornar-se-á mais sofisticada? Estarão os jornalistas que trabalham em televisão preparados para a enunciação de novas realidades e disporão de recursos suficientes para reter os traços distintivos do seu trabalho? A análise da evolução da oferta informativa semanal dos canais generalistas portugueses entre 1993 e 2003 não permite responder positivamente a estas questões. Nesse período, a TV foi essencialmente uma arena discursiva caracterizada por relações de dominação e de subordinação, sem assinaláveis rasgos inovadores. Reflectindo acerca das novas fronteiras entre o público e o privado, Victoria Camps (1998: 96) defende que *“o interesse comum não é algo que se encontre lá fora à espera de ser reconhecido e identificado, mas algo que devemos ir descobrindo através de um diálogo o mais democrático possível”*. Este ponto de vista, que partilhamos, exige plataformas colectivas que a informação televisiva, nomeadamente os debates e as entrevistas, pode dinamizar. A participação alargada em discussões sobre questões públicas ou problemáticas do domínio privado, mas de interesse público, sejam elas de preocupação maioritária ou minoritária, não teve grande espaço televisivo na informação semanal dos canais generalistas e, nos primeiros anos do século XXI, registou mesmo um revés: a SIC e a TVI foram fazendo desaparecer esse tipo de programação do horário nobre e a RTP1 circunscreveu-a à esfera política. Acontece que, hoje, mais do que num passado recente, as alterações de fronteira entre o público e o privado desencadeiam novos temas, que, no entanto, poderão se confrontar com um problema de fundo: a incapacidade de inscrição no

espaço público. No ensaio intitulado *Portugal Hoje*, José Gil (2005: 26) traça, a este respeito, um diagnóstico devastador:

“Não há espaço público porque este está nas mãos de umas quantas pessoas cujo discurso não faz mais do que alimentar a inércia e o fechamento sobre si próprio da estrutura de relações de força que elas representam. Os lugares, tempos, dispositivos mediáticos e pessoas formam um pequeno sistema estático que trabalha afanosamente para a sua manutenção.”

Concebendo o audiovisual como um meio estruturante do espaço público contemporâneo, ou seja, como um meio que engendra um território que poderá ser partilhado por um número significativo de pessoas que se juntam à volta de questões de interesse geral, poder-se-á perguntar: a TV na sua vertente informativa terá capacidade para “inscrever” um espaço público que adquire permanentemente novas configurações? Em teoria, a resposta é positiva, mas, entre 1993 e 2003, a informação semanal dos canais generalistas portugueses não consubstanciou, de forma sistemática, os argumentos que apresentámos no Ponto 2 do Capítulo 1 onde referimos a capacidade, e a importância, de a TV ser reprodutora de um acervo de conhecimentos, impulsionadora de novas formas de vida e promotora de elos sociais. Talvez não tivessem sido os coordenadores dos programas de debate e de grande-entrevista que mais falharam: o desenho de grande parte dos espaços informativos não suscitaria reservas, se fosse complementado com outros formatos. Talvez tivessem sido os responsáveis pela programação que se revelaram incapazes de reconstituir uma outra estrutura a uma grelha cada vez mais dispersa para territórios do entretenimento, nomeadamente nas estações privadas.

Poder-se-á argumentar que o surgimento dos canais temáticos no cabo, nomeadamente da SIC Notícias, que começou a emitir em 2001, se constituía como o espaço propício a formatos mais alargados de informação que, a partir de 2000, deixaram de caber na grelha nocturna da SIC. É verdade que programas como *Ficheiros Clínicos* e *Esta Semana* foram transferidos para o canal do cabo, depois de um tempo considerável de emissão na estação generalista. No entanto, parece-nos muito redutor o argumento que contrapõe a oferta dos canais temáticos para justificar determinadas falhas das estações que operam em sinal aberto. O que estará em causa serão dois canais com um funcionamento distinto, com audiências diferentes, com acesso desigual por parte das várias regiões do país. Se as lógicas fossem de complementaridade, quais as razões que justificariam o *Jornal da Noite* da SIC ou o *Telejornal* da RTP, se a SIC Notícias e a RTPN têm serviços informativos de manhã até, pelo menos, à meia-noite? Outro argumento a aventar para o desaparecimento da informação semanal dos ecrãs generalistas privados poderia ser a absorção, pela informação diária, de determinados géneros, nomeadamente os da grande-reportagem e do debate (político). É verdade que, a partir de 2001, os noticiários da noite da RTP, SIC e TVI integraram no seu alinhamento alguns trabalhos de grande-reportagem e criaram rubricas específicas para o comentário político, feito por

políticos dos principais partidos portugueses (PS e PSD). Se no caso da grande-reportagem nunca houve uma regularidade na emissão desses trabalhos jornalísticos, no caso do comentário político tratou-se de espaços efémeros pontuados por alguma controvérsia devido à filiação partidária dos respectivos comentadores e apresentados como se de verdadeiros espectáculos da palavra se tratasse⁵⁹⁷. Esses espaços serão, pois, muito diferentes dos debates televisivos, que se desenvolvem por critérios jornalísticos, obedecendo ao princípio do contraditório, confrontando diversos pontos de vista, moderados por jornalistas interventivos que procuram o equilíbrio das intervenções.

Neste tempo de “*Mcdonaldização do sistema audiovisual*” (Blanco Sampedro, 2003), a televisão generalista parece mais interessada em exhibir-se e promover-se a si própria, prescindindo do contacto com o mundo exterior. “*Tele-realidade*”, “*tele-verdade*” ou “*espectáculo do real televisivo*” assumem-se como conceitos recorrentes para falar da TV actual, onde a verdade dos enunciados cede lugar à verdade da enunciação. O visível sobrepõe-se ao inteligível, o emocional ao racional. Mas, como lembra Régis Debray (1994), “*ver*” não é sinónimo de “*entender*”. É exactamente a partir deste postulado que a informação televisiva deve procurar espaço para recuperar o terreno perdido nestes últimos anos. Percorrendo o horário nobre dos canais generalistas portugueses desde Setembro de 2000 (altura em que se estreou o *Big Brother* na TVI), os programas de informação semanal foram desaparecendo das estações privadas. Serão os telejornais suficientes para perceber o que se passa de mais importante? Constituindo-se como fragmentos da actualidade, as respectivas peças noticiosas terão capacidade para nos situar na complexidade daquilo que nelas é sumariamente relatado?

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. Por outro lado, os avanços que o jornalismo televisivo tem feito em relação aos territórios do domínio privado levantam a questão de saber se essa aparente transparência confere maior proximidade àquilo que se passa. Nem sempre o excesso de luz permite a melhor visibilidade, o que valoriza o discurso enquanto âncora imprescindível para aquilo que se vê. Mas é essa atracção pela *hiper-visibilidade*, desligada de qualquer contextualização, que a TV tem vindo a promover através sobretudo dos novos *reality-shows*. E que o jornalismo televisivo não tem sido capaz de inverter, procurando outras formas de explicar a realidade que ultrapassem a hipertrofia representativa que resulta de uma cultura assente na profusão de imagens e na escassez da palavra.

⁵⁹⁷ O exemplo de maior longevidade no comentário feito no interior do noticiário foi o de Marcelo Rebelo de Sousa, que, de Maio de 2001 até Outubro de 2004, manteve o seu comentário no *Jornal Nacional* de domingo da TVI, abandonando a estação na sequência de uma polémica desencadeada pelas críticas do Governo (do seu próprio partido), liderado por Pedro Santana Lopes, que tornou público o seu desagrado em relação a essas intervenções. Na noite das eleições legislativas, a 20 de Fevereiro de 2005, Rebelo de Sousa estreou-se na RTP com idênticas funções, dispondo, ao domingo, de uma rubrica autónoma do *Telejornal*, intitulada *As Escolhas de Marcelo*.

Reflectindo sobre o jornalismo no século XXI, José-Luís Martínez Albertos (1999) afirma que “*a possível sobrevivência do jornalismo está em grande parte condicionada pela valorização da actividade jornalística como profissão*”, devendo esse trabalho assentar em dois pilares: assumir-se como um direito público e ser regulado por exigências éticas criadas pelos próprios profissionais. Seria utópico reclamar uma programação informativa como aquela que era praticada ainda num passado recente. Vive-se um tempo diferente. Um tempo em que a vida pública se mistura com o espaço privado e em que a intimidade é exposta como se de um assunto social se tratasse. Um tempo em que os indivíduos se constroem não só através de discursos racionais, mas em que se percebem, a eles e aos outros, através de registos emotivos. Mais do que modos de pensar, procuram-se modos de sentir. 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*. Se hoje se insiste em manter o jornalismo televisivo como um campo social autónomo, de que práticas e de que valores se poderá falar? Será que ainda faz sentido haver redacções com profissionais de jornalismo? Será que necessitamos hoje de jornalistas que privilegiem factos de interesse público, que promovam um debate plural e igualitário, que procurem informação junto de fontes credíveis, que respeitem o princípio do contraditório...? Será que queremos apenas divertir-nos, quando ligamos a TV? Será que não nos fará falta uma informação que seja simultaneamente de interesse do público, mas também de interesse público? Se as respostas parecem óbvias, não serão paradoxais as opções que os responsáveis pela programação dos canais generalistas tomaram entre 1993 e 2003, principalmente nos primeiros anos do século XXI?

6. Outros caminhos a percorrer

Quase a chegar ao fim deste estudo sobre a evolução da programação informativa feita ao ritmo semanal nos canais generalistas portugueses entre 1993 e 2003 e sobre o espaço televisivo construído por alguns géneros televisivos de informação, abrem-se outros caminhos que seria interessante trilhar num futuro próximo. Neste ponto de remate de um trabalho ao qual gostaríamos de continuar a dedicar alguma atenção nos próximos anos, esboçamos, de forma muito genérica, alguns ângulos a partir dos quais se poderiam desenhar estudos que ajudassem a ter outro entendimento da informação televisiva.

As potencialidades e os limites da informação-espectáculo. A televisão é espectáculo, embora isso nem sempre seja entendido da melhor forma quer por quem trabalha nos canais de TV e explora até à exaustão essa componente intrínseca a esse *medium*, quer por quem exprime publicamente as suas impressões sobre a qualidade dos conteúdos audiovisuais e não raras vezes critica a vertente espectacular que a programação televisiva cultiva, incluindo a informação. Os programas informativos não podem ignorar essa dimensão, sob pena de produzirem conteúdos que o meio televisivo é incapaz de mediatizar. Hoje, mais do que num passado recente, as pessoas estão atentas, e são mais sensíveis, não só àquilo que se diz, mas à forma como se diz, sendo, portanto, impensável o pequeno ecrã promover longos debates desenvolvidos em enredados discursos argumentativos. Ao longo do Capítulo 4, procurámos fazer uma aproximação a esta problemática onde também inserimos o binómio pensar/sentir. Seria certamente pertinente ir mais além e procurar analisar as potencialidades e os limites de uma informação que cada vez mais aborve elementos intrínsecos ao espectáculo.

Os cenários da informação televisiva. O material que serviu de base ao nosso estudo não possibilitava a integração da componente visual da informação televisiva, embora não duvidemos ser essa uma variável que condiciona o discurso televisivo de um programa e a leitura que dele fazem as respectivas audiências. Por estarem dependentes do desenho de um cenário a partir do qual se desenvolve toda a emissão, os formatos assentes na conversação audiovisual serão mais influenciáveis pela arquitectura do estúdio, o que tornará mais interessante esse estudo. Das disposições *concêntrica*, *em círculo* ou *em forma de ferradura* (produzindo todas elas o efeito de parceria) até ao *modelo policentrado* (que divide o local em diferentes zonas, distinguindo os convidados pelo respectivo estatuto), passando pelo modelo *em forma simétrica* (dividindo-se o local da discussão em zonas idênticas, o que coloca os participantes numa relação de frontalidade, propícia à confrontação), as escolhas para um *plateau* televisivo são variadas, condicionando cada uma delas a forma e o conteúdo das trocas verbais. São vários os investigadores que elegem como objecto de estudo a forma do dispositivo televisivo, argumentando que nela se encontram sinais distintivos para a promessa de comunicação que se pretende construir⁵⁹⁸.

Os comentadores-residentes. Ao instituir um espaço para convidados fixos, os responsáveis por determinado programa centram parte da discussão que aí tem lugar na área de especialidade desses interlocutores. Nem sempre a presença de um painel-residente transforma o debate em momentos de

⁵⁹⁸ Em 2001, por exemplo, foi apresentada na Universidade de Barcelona uma tese de doutoramento, da autoria de Dolors Bernadas i Suñé, intitulada “*Escenografia electrònica a la televisió de l’estat espanyol. Inucis, evolució i tenències*”.

esclarecimento, mas essas intervenções juntam à conversação audiovisual novas perspectivas, o que, de certa forma, pode promover um outro entendimento daquilo que está em causa. Entre 1993 e 2003, foram vários os programas informativos que integraram convidados-residentes⁵⁹⁹. A partir de 2000, os canais generalistas alargaram esse tipo de intervenção aos noticiários da noite e, em alguns casos, criaram programas autónomos para alguns comentadores. É essa dimensão opinativa dada com tanto destaque a certas pessoas que importaria estudar.

A oferta dos canais temáticos informativos. A 8 de Janeiro de 2001 surgiu a SIC Notícias em cujo grupo económico estava a SIC; a 1 de Junho de 2004 arrancam as emissões da RTPN como parte do universo RTP. Vocacionados ambos para a informação, esses dois canais reproduzirão a lógica das estações generalistas que fazem parte do mesmo grupo? Que tipo de informação têm? Quais as áreas que privilegiam? Que tipo de convidados chamam para os *plateaux* informativos? Esse é um estudo que está hoje por fazer e que poderia demonstrar qual o grau de dependência da programação desses canais dos poderes dominantes.

Os campos sociais perspectivados a partir da informação. Uma hipótese de trabalho profícua seria escolher um determinado campo social – a política, a justiça, o ambiente, o desporto, a saúde ... – e estudar o modo como os jornalistas o desenham. Essa seria uma investigação que implicaria olhar para dentro dos programas de forma mais pormenorizada, ou seja, importaria não apenas conhecer os temas ou os convidados, mas analisar o modo como essa construção é feita no interior das emissões.

Serão estas apenas hipóteses que se podem juntar a muitas outras. E que é urgente desenvolver. Nas primeiras leituras que fizemos quando iniciámos este trabalho, uma frase, cuja autoria perdemos, haveria de nos acompanhar sempre: “*Não nos dêem a informação que queremos, nós merecemos muito mais*”. Foi ao analisar os dados que recolhemos para esta investigação que fomos entendendo melhor o significado dessa afirmação e percebendo que os trabalhos académicos poderão ser importantes microscópios para aquilo que nem sempre é visível e que contribui, sem disso se dar conta, para o empobrecimento daquilo que somos.

⁵⁹⁹ Percorrendo os programas de informação emitidos nos canais generalistas portugueses em horário nocturno entre 1993 e 2003, poucos foram os formatos que integraram um painel-residente. Na RTP: *Frou-Frou*, *Jogo Falado* e *Debate da Nação*. Na SIC: *Terça à Noite*, *Sete à Sexta*, *Casos de Polícia*, *Donos da Bola*, *Fashback*, *Noite da Má-Língua*, *O Senhor que se Segue*, *Verdes Anos*, *Primeiros Anos*, *A Cadeira do Poder*, *Jogo Limpo*, *Viva a Liberdade*. Na TVI: *Em Legítima Defesa*, *Eu Confesso*.

Epílogo

Considerada inicialmente como uma prioridade, a programação informativa dos canais generalistas emitida em horário nocturno e feita ao ritmo semanal foi sendo progressivamente desvalorizada pelos programadores ao longo dos primeiros dez anos de coabitação entre os sectores público e privado. Conforme esta investigação amplamente documenta, entre o entretenimento e a informação, valorizou-se sempre o primeiro e nem a descida gradual das audiências da TV generalista tem estimulado a pensar a programação bem como novas formas para os géneros informativos característicos de emissões semanais. Nesta década, pouco se fez para renovar a chamada “grande-informação”. Por outro lado, entre 1993 e 2003 os programas informativos que fomentavam o debate foram, sobretudo, espaços de reprodução dos poderes dominantes, circunscritos às elites.

Se, num primeiro momento, se procuraram diferentes abordagens para áreas largamente tratadas do ponto de vista jornalístico (como o desporto, a economia...) e se ampliou a mediatização televisiva para novos campos (literatura, justiça, adolescência...), cedo esse desenvolvimento foi interrompido. A partir dos finais dos anos 90, os canais privados foram progressivamente cedendo o horário nocturno a conteúdos de entretenimento, enquanto o canal de serviço público se manteve numa enorme letargia, reproduzindo formatos sobejamente conhecidos e aparentemente sem grande impacte junto dos telespectadores.

Não estará o público disponível para programas de debate, de grande-entrevista ou para outros que misturem diferentes géneros jornalísticos, e que procurem discutir aquilo que (re)configura o espaço público? Os responsáveis da TV privada asseguram que não e, numa lógica de venda de audiências aos anunciantes que é intrínseca ao sector privado, o argumento tem sido suficiente para excluir esse tipo de programas da grelha. Pensamos, no entanto, que essa problemática poderá ser equacionada de outra forma: quais as razões que levam as pessoas a não se interessarem pela informação semanal, nomeadamente por emissões que debatam aquilo que se passa de mais significativo? Não haverá um entendimento demasiado rígido do que é a chamada “grande-informação”, muitas vezes concebida como orientada para o tratamento de temáticas estranhas ao quotidiano e feita muitas vezes em registos “cinzentos” e herméticos?

No ponto 2 do Capítulo 4 deste trabalho, procurámos explicar que o espectáculo é uma dimensão intrínseca à televisão, incluindo a informação, e valorizámos as emoções quando colocadas ao serviço da compreensão daquilo que se mediatiza e quando garantido o respeito pela dignidade daquele que fala ou de quem se fala. Referem-se bastante a espectacularização da informação ou os conteúdos sensacionalistas, mas falta apurar os traços que permitam distinguir o que faz, ou não, a qualidade de um bom espectáculo assim

como o sensacional inerente às problemáticas tratadas e aquele que resulta da manipulação das situações e é colocado ao serviço de um mero *voyeurismo*. Em termos de formatos informativos, os canais generalistas portugueses, principalmente os privados, a partir de finais dos anos 90, apenas têm vindo a reformular a informação diária. A chamada “grande-informação”, nomeadamente programas de debate e de grande-entrevista, estagnou. Se as emissões de entretenimento parecem já anacrónicas passado um ou dois anos, como é possível, por exemplo, continuar a propor às audiências modelos de debates televisivos que se conhecem há uma década?

Da análise dos debates e programas de grande-entrevista emitidos na RTP, SIC e TVI entre 1993 e 2003, verificámos uma tendência global para reproduzir temáticas intrínsecas à esfera do poder instituído e para dar a palavra às elites políticas e profissionais. É certo que, nessa década, os canais generalistas apresentaram traços distintivos que fomos assinalando ao longo do Capítulo 7, mas notou-se em todos eles uma certa dificuldade em alargar a discussão a novos temas e em introduzir outros interlocutores nos *plateaux*. Neste período, os estúdios televisivos encheram-se com os mesmos “*confrades*” que saltavam de canal em canal e de programa em programa. Para além de insistirem em determinadas pessoas, os debates e os programas de grande-entrevista inclinaram-se por um certo perfil de convidados: políticos, “*engenheiros do social*” (sociólogos, *psis*, universitários da área das Ciências Sociais...) e, em certos casos, actores das indústrias culturais. Com isso, reduziu-se o espaço televisivo a um conjunto restrito de pessoas a que se deu o direito a debater assuntos que ganhavam aí o estatuto público. Desse processo, exclui-se o cidadão comum enquanto interlocutor que opina, que propõe e que se opõe. A sua presença, nestes anos, circunscreveu-se praticamente a depoimentos, ilustrativos de temáticas em discussão.

Poderá a composição dos *plateaux* informativos ser substancialmente diferente daquela que foi seguida na década que estudámos? Será possível abrir o estúdio mais significativamente ao cidadão comum para debater temáticas de interesse geral? O debate público necessita talvez de interlocutores que manifestem *saber* e não apenas *impressões/opiniões* ou *experiências pessoais* sobre o que é debatido. Todavia, seria decerto pertinente pensar noutras formas de envolver activamente o tal cidadão comum, uma categoria que nos integra a todos enquanto telespectadores. E foi isso que a TV generalista não fez ao nível da informação semanal, nomeadamente em programas de debate, que seriam espaços propícios à participação do maior número de pessoas. Um estúdio, mesmo de considerável dimensão, não comporta um grande e diversificado número de convidados. Por outro lado, qualquer debate, pelo tempo de que dispõe, não consegue ceder a palavra a muitos interlocutores. Há, porém, outras plataformas de comunicação e talvez momentos prévios ou posteriores que poderão ser aproveitados para prolongar as emissões. O advento da TV digital revolucionará certamente formas e práticas de comunicação, alterando radicalmente o tempo televisivo. Também a Internet abre diante de todos várias formas de participação. Mas essas possibilidades tecnológicas

não garantirão, por si, uma informação mais participada e motivadora de um espaço público mais dinâmico. Se, num passado recente, os debates televisivos não souberam incorporar os telespectadores, convinha que a interactividade permitida pela era digital não fomentasse uma participação anárquica na qual se mistura o importante com o acessório.

De acordo com Umberto Eco, a era da privatização dos canais televisivos corresponderia a uma nova fase, designada por “*neotelevisão*”, que seguiria um modelo de programação entendido como um “*espelho do quotidiano*” dos telespectadores. No que diz respeito aos programas de informação semanal, não houve, entre 1993 e 2003, emissões capazes de implantar essa tal *TV espelho* de forma contínua e abrangente. Ao longo da década, os programas de debate e de grande-entrevista evoluíram por ciclos bem delimitados: até 1995, valorizaram a esfera pública, nomeadamente a esfera pública política; de 1996 até 1999 privilegiaram o espaço privado, cujas problemáticas – apresentadas pelo cidadão comum, mas debatidas predominantemente por especialistas – foram discutidas com códigos intrínsecos ao domínio público; entre 2000 e 2003, os canais privados apresentaram formatos centrados na esfera íntima dos convidados e o canal público recentrou a sua informação semanal no espaço público político. Se actualmente nos movimentamos num espaço público cada vez mais privatizado e num espaço privado cada vez mais publicitado, como, aliás, explicámos no Capítulo 2, a informação semanal dos canais generalistas portugueses nem sempre soube incorporar essas mudanças, nomeadamente nos debates, espaços propícios à reflexão desse dimensionamento da relação público/privado.

A informação televisiva, enquanto espaço de construção social da realidade, nunca poderá ser um espelho abrangente da sociedade que procura reflectir, mas poderia apresentar elementos que ajudassem a contextualizar variadas e pertinentes problemáticas. Hoje, talvez seja difícil manter as audiências presas a longos debates e interessadas em discursos puramente intelectuais. O desafio da informação televisiva é reinventar formas de tornar esses programas interessantes e participativos, sem os transformar em espaços vocacionados para a exploração gratuita das emoções dos convidados. Possa este estudo estimular os diferentes actores com responsabilidades na matéria a procurar respostas para esse desafio.

Bibliografia

- Abercrombie**, Nicholas (1996). *Television and Society*. Cambridge: Polity Press.
- Abril**, Gonzalo (1997). *Teoría General de la Información: datos, relatos y ritos*. Madrid: Cátedra.
- Achille**, Yves (1994). *Les Télévisions Publiques en Quête d'Avenir*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Adorno**, Theodor W. (1991). *The Culture Industry: selected essays on mass culture*. London: Routledge.
- Aguaded Gómez**, José Ignacio (2000). *Televisión y Telespectadores*. Huelva: Grupo Comunicar.
- Alves**, Aníbal (1983). “Comunicação Social”. In *Polis: Enciclopédia Verbo da Sociedade e do Estado*, Vol.I, Lisboa: Verbo.
- Alves**, Aníbal (1992). “A informação construída”. Revista “*Cadernos do Noroeste*”, Vol.5, Universidade do Minho.
- Aguiar e Silva**, Vítor (1988). *Teoria da Literatura*. Coimbra: Livraria Almedina, 8ª Edição.
- Aguiar e Silva**, Vítor (1990). *Teoria e Metodologia Literárias*. Universidade Aberta.
- Aladro**, Eva (s/d). “La Recepción de la Noticia”. “*Cuadernos de Información y Comunicación*”, nº 2, Universidad Complutense de Madrid.[www.ucm.es/info/per3/cic/cic2art9.htm]
- Aladro**, Eva (2000). “De la telenovela à la televigilancia. ‘Gran Hermano’ y la nueva era del perspectivismo relacional en la televisión”. “*Cuadernos de Información y Comunicación*”, n.º 5, Universidade Complutense de Madrid.
- Albarello**, Luc et al. (1997). *Práticas e Métodos de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva.
- Allemand**, Étienne (1980). *Pouvoir et Télévision: les machines d'organisation*. Anthropos.
- Arendt**, Hannah (2001). *A Condição Humana*. Relógio d' Água.
- Arnheim**, Rudolf (1986). *El Pensamiento Visual*. Editorial Paidós.
- Arnheim**, Rudolf (1989). *A Arte do Cinema*. Col. Arte & Comunicação, Edições 70.
- Awad**, Gloria (1995). *Du Sensationnel : place de l'événementiel dans le journalisme de masse*. Paris: L' Harmattan.
- Babo**, Maria Augusta (2001). “O Corpo enquanto Pele”. Revista “*InterAct*”, n.º 2. (<http://www.interact.com.pt/interact2/ensaio33.html>)
- Barbalet**, J.M. (2001). *Emoção, Teoria Social e Estrutura Social: uma abordagem macrossocial*. Edições Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- Barreto**, António; **Valadas Preto**, Clara. (1996). *Portugal 1960/1995: Indicadores Sociais*. Ed. Cadernos do “Público”.
- Barus-Michel**, Jacqueline (2001). “Les usages de l'intime”. In Enriquez, Eugène; Lhuillier, Dominique. *Domaine Privé, Sphère Publique*. Editions ESKA.

- Baudrillard**, Jean (1979). *De la Séduction*. Ed. Galilée.
- Baudrillard**, Jean (1979b). “*La implosión del sentido en los media y la implosión de lo social en las massas*”. In Beneyto, José Vidal (ed). *Alternativas Populares a las Comunicaciones de Masa*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Baudrillard**, Jean (1981). “*Requiem pelos media*”. In *Para uma Crítica da Economia política do Signo*. Edições 70.
- Baudrillard**, Jean (1990). *La Transparence du Mal : essai sur les phénomènes extrêmes*. Ed. Galilée.
- Baudrillard**, Jean (1991). *Simulacros e Simulação*. Relógio d’ Água.
- Baudrillard**, Jean (1995). *A Sociedade do Consumo*. Edições 70.
- Baudrillard**, Jean (1996). *O Crime Perfeito*. Relógio d’ Água.
- Beaud**, Paul (1984). *La Société de Connivence: media, médiations et classes sociales*. Ed Aubier.
- Bénéton**, Philippe (2000). *Les Fers de l’Opinion*. PUF.
- Berger**, Peter; **Luckmann**, Thomas (1999). *A Construção Social da Realidade*. Lisboa: Dinalivro.
- Bertman**, Stephen (2001). *Hipercultura. O Preço da Pressa*. Col. Epistemologia e Sociedade. Instituto Piaget.
- Bertrand**, Gisèle, **de Gournay**, Chantal ; **Mercier**, Pierre-Alain (1988). “*Le Programme Global*”. “*Réseaux*”, N°. “*Hors de Série*”.
- Bettetini**, Gianfranco (1996). *La Conversación Audiovisual*. Madrid: Catedra.
- Bird**, Elizabeth; **Dardeene**, Robert (1988). “*Myth, Chronicle and Story. Exploring the narrative qualities of news*”. In Carey, James. *Media, myths, and narratives: television and the press*. California: Sage.
- Blum**, Sylvie (1982). *La Télévision Ordinaire du Pouvoir: 1958-1981*. Paris: PUF.
- Blumler**, Jay (ed) (1992). *Television and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- Blumler**, Jay; **Hoffman-Riem**, Wolfgang (1992b). “*New Roles for Public Service Television*”. In Jay Blumler (ed). *Television and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- Bolaño**, César (1995) (org). *Economia Política das Telecomunicações da Informação e Comunicação*. S.Paulo: Intercom.
- Boltanski**, Luc (1993). *La Souffrance à Distance: morale humanitaire, médias et politique*. Paris: Ed. Métailié.
- Borges**, Claudia (2002). *Ficheiros Clinicos: Histórias de corpo e alma*. Dom Quixote.
- Bourdieu**, Pierre (1980). *Le Sens Pratique*. Paris: Les Éditions de Minuit.
- Bourdieu**, Pierre (1997). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta.
- Bourdieu**, Pierre (1998). *Contrafogos*. Oeiras: Celta.
- Brandão**, Nuno (2002). *O Espectáculo das Notícias: a televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Editorial Notícias.
- Brederode**, Maria Emília (1991). *Aprender com a Televisão: o segredo da Rua Sésamo*. TV Guia Editora.

- Breed**, Warren (1993). “*Controlo social na redacção: uma análise funcional*”. In Nelson Traquina (org). *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja.
- Breton**, Philippe; **Proulx**, Serge (1990). *L'Explosion de la Communication: la naissance d'une nouvelle idéologie*. La Découverte.
- Buckingham**, David (1993). *Children Talking Television: The Making of Television Literacy*. London: Falmer Press.
- Bueno**, Gustavo (2000). *Televisión: Aparencia y Verdad*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Bustamante**, Enrique (1999). *La Televisión Económica: financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Ed. Gedisa.
- Cáceres**, María Dolores (2002). “*La Mediación comunicativa: el programa Gran Hermano*”. Revista “*Zer*”, n.º 11
- Cádima**, Francisco Rui (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença.
- Cádima**, Francisco Rui (1996b) *O Fenómeno Televisivo*. Círculo de Leitores.
- Camps**, Victoria (1998). *El Siglo de las Mujeres*. Madrid: Ed. Cátedra.
- Camps**, Victoria (2004). “*Opinión pública, libertad de expresión y derecho a la información*”. In *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Carey**, James (1988). *Media, Myths, and Narratives: television and the press*. Sage, Newbury Park.
- Carvalho**, Alberto Arons (2002). *Valerá a pena desmenti-los?*. Coimbra: Ed. Minerva.
- Casasús**, J. M.; **Núñez Ladevéze**, L. (1991). *Estilo y Géneros Periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Casetti**, Francesco; **Odin**, Roger (1990). “*De la paléo à la neotélévision. Approche sémio-pragmatique*”. Rev. “*Communications*”, nº 51, Paris: Le Seuil.
- Casetti**, Francesco; **Chio**, Frederico (1999). *Análisis de la Televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós.
- Cashmore**, Ellis (1998). ... *E a Televisão se fez*. S. Paulo: Summus Editorial.
- Castañares**, Wenceslao (s/d). “*La televisión y sus géneros: una teoría imposible?*”. “*Cuadernos de Información y Comunicación*”, nº 3, Universidad Complutense de Madrid.
(<http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ab8.htm>)
- Castelló Mayo**, Enrique (2004). *La Producción Mediática de la Realidad*. Madrid: Ed. Laberinto.
- Castells**, Manuel (1999). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cavicchioli**, Sandra ; **Pezzini**, Isabella (1993). *La TV Verità. Da finestra sul mondo a panopticon*. Torino: Nuova Eri.
- Cazeneuve**, Jean (s/d). *Sociologia do Rito*. Porto: Rés.
- Cebrian**, Juan Luis (1998). *Cartas a um Jovem Jornalista*. Ed. Bizâncio.

- Cebrian Herreros**, Mariano (1978). *Introducción al Lenguaje de la Televisión. Una perspectiva semiótica*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Cebrian Herreros**, Mariano (1998). *Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Cebrian Herreros**, Mariano (2004). *Modelos de Televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Piados.
- Certeau**, Michel de (1999). *A Invenção do Cotidiano – artes de fazer*. Petrópolis: Ed. Vozes, 4ª edição.
- Chambat**, Pierre (1993). “La télévision: spectacle, politique, lien social”. “Dossiers de l’Audiovisuel”, nº51.
- Chambat**, Pierre (1995). “Espace public, espace privé: le rôle de la médiation technique”. In Pailliat, Isabelle (Dir). *L’Espace Public et l’Emprise de la Communication*. ELUG.
- Chandler**, Daniel (s/d). “An Introduction to Genre Theory”.
(<http://www.aber.ac.uk/media/Documents/intgenre/intgenre.html>)
- Charaudeau**, Patrick et al (1991). *La Télévision. Les Débats Culturels ‘Apostrophes’*. Didier-Érudition.
- Charaudeau**, Patrick (1997). “Les conditions d’une typologie des genres télévisuels d’information”. “Réseaux”, nº81.
- Charaudeau**, Patrick ; **Ghiglione**, Rodolphe (2000). *A Palavra Confiscada. Um género televisivo: o talk show*. Instituto Piaget.
- Colombo**, Furio (1983). *Rabia y Televisión: reflexiones sobre los efectos imprevistos de la televisión*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Contreras**, José Miguel; **Palacio**, Manuel (2001). *La Programación de Televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cornu**, Daniel (1999). *Jornalismo e Verdade: para uma ética da informação*. Instituto Piaget.
- Cortès**, José Angel (1999). *La Estrategia de la Seducción. La Programación en la Neotelevisión*. Eunsa.
- Cortina**, Adela (2004). “Ciudadanía activa en una sociedad mediática”. In *Ética de los medios: una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Costa**, António Firmino (1989). “A pesquisa de terreno em sociologia”. In Santos Silva, Augusto (org.). *Metodologia das Ciências Sociais*. Ed. Afrontamento, 3ª Ed.
- Crary**, Jonathan (1989). “Spectacle, Attention, Counter-Memory”. (tradução em espanhol em <http://www.udp.cl/docencia/postgrado/diplomado/esteticaypensamiento/docs/03/espectaculo.pdf>)
- Curran**, James (1991). “Mass media and democracy: a reappraisal”. In J. Curran e M. Gurevitch. *Mass Communication and society*. Edward Arnold, London.
- Curran**, James; **Gurevitch**, Michael (ed) (1991). *Mass Media and Society*. Ed Edward Arnold.

- Dader**, José Luis (1992). *El Periodista en el Espacio Público*. Barcelona: Bosch.
- Damásio**, António (1997). *O Erro de Descartes: emoção, razão e cérebro humano*. Publicações Europa América.
- Damásio**, António (2000). *O Sentimento de Si – o corpo, a emoção e a neurobiologia da consciência*. Publicações Europa América, 6ª edição.
- Damásio**, António (2003). *Ao Encontro de Espinosa: as emoções sociais e a neurologia do sentir*. Publicações Europa América.
- Darras**, Éric (1994). “Un paysan à la télé: nouvelles mises en scène du politique”. “Réseaux”, nº63.
- Dayan**, Daniel (1990). “Présentation du pape en voyageur. Télévision, expérience rituelle, dramaturgie politique”. Revue “Terrain”, nº 15. (<http://www.europhd.psi.uniroma1.it:8080/pdf/dayan.pdf>)
- Dayan**, Daniel; **Katz**, Elihu (1999). *A História em Directo: os acontecimentos mediáticos na televisão*. Coimbra: Minerva.
- Dayan**, Daniel (2001). “Publics, Publics Figures, Presque-Publics”. Conferências da Arrábida (texto policopiado).
- Debray**, Régis (1991). *Cours de Médiologie Générale*. Paris: Gallimard.
- Debord**, Guy (1995). *La Société du Spectacle*. Paris: Gallimard.
- De Certeau**, Michel (1980). *L’Invention du Quotidien: Arts de Faire*. Paris: UGE.
- Devèze**, Jean (2003). “Une Interface de communication sensorielle et émotionnelle: la peau”. Colloque “Communiquer le sensoriel”, Montpellier.
(<http://www.colloque-communiquer-le-sensoriel.com/pdf/deveze.pdf>)
- Díez**, Roberto Arnau (2000). “La televisión, en su función normativa: el reality show”. “Revista Latina de Comunicación Social”, n.º 26. (<http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000vfe/137vaarnau.html>)
- Dubet**, François (1996). *Sociologia da Experiência*. Lisboa: Edições Piaget.
- Ducrot**, Oswald; **Todorov**, Tzvetan (1982). *Dicionário das Ciências da Linguagem*. Publicações Dom Quixote, 6ª edição.
- Echeverría**, Javier (s/d). *Telépolis*. (Texto integral em:
http://www.reuna.cl/central_apunte/docs/telepolis_javier_echeverria.pdf)
- Echeverría**, Javier (1995). *Cosmopolitas Domésticos*. Barcelona: Anagrama.
- Eco**, Umberto (1985). *La Guerre du Faux*. Grasset.
- Eco**, Umberto (1993). *Viagens na Irrealidade Quotidiana*. Difel.
- Enrenberg**, Alain (1993). “La vie en direct ou les shows de l’authenticité”. Rev. “Esprit”, nº1.
- Ehrenberg**, Alain (1995). *L’Individu Incertain*, Col. Pluriel.

- Escudero**, Lucrecia (2000). “*Puente del alma: la emergencia de la subjetividad en el escenario mediático*”. Rev. “*Cuadernos de Información y Comunicación*”, nº 5 (Género y Comunicación), Universidad Complutense de Madrid. (<http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic5ar6.htm>)
- Esquenazi**, Jean-Pierre (1996). *Le Pouvoir d'un Média : TF1 et son discours*. Paris: L'Harmattan.
- Esquenazi**, Jean-Pierre (1997). “*Le renouvellement d'un jeu de langage: genres e canaux*”. “*Réseaux*”, nº 81.
- Esquenazi**, Jean-Pierre (2002). *L'Écriture de l'Actualité : pour une sociologie du discours médiatique*. Presses Universitaires de Grenoble.
- Esteves**, João Pissarra (1998). *A Ética da Comunicação e os Media Modernos: legitimidade e poder nas sociedades contemporâneas*. Fundação Calouste Gulbenkian.
- Farré**, María Marcela (1999). “*Ficción e información en el relato periodístico: tendencia del noticiero actual*”. III Coloquio Latino-Americano de Estudios do Discurso, Santiago do Chile, 5-9 de Abril. (http://www.uchile.cl/facultades/filosofia/Editorial/libros/discurso_cambio/44Farre.pdf)
- Féménias**, Damien (1999). “*Du Rite au Vertige : l'épaisseur sensible de la réalité sportive*”. Revue “*Corps et Culture*”, nº 4, Faculté des Sciences du Sport, Université Montpellier I. (<http://www.revues.org/corpsetculture/numero4/article9.html>)
- Ferraz**, Maria Cristina Franco (2001). “*Reconfigurações do público e do privado: mutações da sociedade tecnológica contemporânea*”. Revista “*Famecos – mídia, cultura e tecnologia*”, nº 15, Publicação da Faculdade de Comunicação Social - FAMECOS/PUCRS. (http://www.pucrs.br/famecos/producao_cientifica/publicacoes_online/revistafamecos/fam15/maria15.pdf)
- Ferreira**, Angela; **Marques**, Sônia (2000). “*Privado e público: inovação espacial ou social?*”. Revista “*Scripta Nova – revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*”, nº 69, Universidad de Barcelona. (<http://www.ub.es/geocrit/sn-69-20.htm>)
- Ferry**, Jean-Marc (1995). *El Nuevo Espacio Publico*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Feuer**, Jane (1992). “*Genre study and television*”. In Robert Allen (Ed). *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*. London: Routledge.
- Fidalgo**, António (1999). “*Semiótica. A lógica da comunicação*”. Ed. Biblioteca “*On Line*” de Ciências da Comunicação, Universidade da Beira-Interior. (<http://bocc.ubi.pt/index2.html>)
- Fidalgo**, Joaquim (2003). “*De que é que se fala, quando se fala em serviço público de televisão?*”. In Pinto, Manuel (dir.) *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre serviço público*. Col. “*Comunicação e Sociedade*”, Universidade do Minho.
- Font**, Doménech (1999). “*Estética del relato audiovisual*”. “*Formats*”, Revista de Comunicació Audiovisual, nº 2, Universitat Pompeu Fabra. (http://www.iaa.upf.es/formats/formats2/fon_c.htm)
- Fontcuberta**, M. de (1993). *La Noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.

- Foucault**, Michel (1994). *História da Sexualidade I - A Vontade de Saber*. Relógio d'Água.
- Fraser**, Nancy (2001). "Repenser la sphère publique : une contribution à la critique de la démocratie telle qu'elle existe réellement". Rev. "Hermès", nº 31, "L'Opinion Publique: perspectives anglo-saxones". CNRS Editions.
- Freccero**, Carlo (1988). "La valeur d'usage de l'audience". Rev. "Médias Pouvoirs", nº 10.
- Fuenzalida**, Valerio (1987). "La influencia cultural de la televisión". Revista "Diálogos de la Comunicación", nº 17. (<http://www.felafacs.org/dialogos/pdf17/fuenzalida.pdf>)
- Gabler**, Neal (1999). *Vida: o Filme – Como o entretenimento conquistou a realidade*. S. Paulo: Companhia das Letras.
- García Avilés**, Alberto (1999). "La imagen tótem: algunas paradojas sobre los informativos en el final del milenio". "ZER: revista de estudios de comunicación", nº 7.
- Garnham**, Nicholas (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- George**, Éric (1999). "Du concept d'espace public à celui de relations publiques généralisées". Revue "COMMposite", revue électronique des jeunes chercheurs en communication. (<http://commposite.uqam.ca/99.1/articles/george4.htm>)
- Gheude**, Michel (1997). "La reunion invisible". In Dayan, Daniel ; Veyrat, Isabelle. *Espacios Publicos en Images*. Gedisa
- Giddens**, Anthony (1987). *La Constitution de la Société: éléments de la théorie de la structuration*. Paris: PUF.
- Giddens**, Anthony et al (1988). *Habermas y la Modernidad*. Colección Teorema, Catedra,
- Giddens**, Anthony (1994). *Modernidade e Identidade Pessoal*. Oeiras: Celta Editora
- Giddens**, Anthony (1996). *Consequência da Modernidade*. Oeiras: Celta Editora, 3ªed.
- Giddens**, Anthony (1996b). *Transformações da Intimidade – Sexualidade, amor e erotismo nas sociedades modernas*. Ed Celta.
- Giddens**, Anthony (2000). *Dualidade da Estrutura – Agência e Estrutura*. Oeiras: Celta Editora.
- Gil**, José (2005). *Portugal, Hoje. O Medo de Existir*. Relógio d'Água.
- Gitlin**, Todd (1983). *Inside Prime Time*. Pantheon Books.
- Goffman**, Erving (1993). *A apresentação do eu na vida de todos os dias*. Relógio d'Água.
- Goffman**, Erving (1999). *Os Momentos e os seus Homens*. Relógio d'Água.
- Gomis**, Llorenç (1989). "Gèneres literaris y gèneres periodístics". "Periodística". Barcelona.
- Gonzalez Requena**, Jesús (1995). *El Discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Catedra.
- Gonzalez Requena**, Jesús (1989). *El espectáculo Informativo*. Akal Comunicación.

- Gloria López**, Carmen (2001). “La estructura dramática en TV: una fórmula para atrapar la audiencia”. Ver “Cuadernos de Información”, nº 14.
- Gosselin**, André (1995). “La communication politique. Cartographie d’un champ de recherche et d’activités”. “Hermès”, nº 17/18.
- Greider**, William (1992). *Who Will Tell the People: The Betrayal of American Democracy*. New York: Simon & Schuster.
- Habermas**, Jürgen (1986). *Historia y Crítica de la Opinión Pública: la transformación estructural de la vida pública*. Ed. Gili, México.
- Habermas**, Jürgen (1987). *Théorie de l’Agir Communicationnel*. Tome I: *Rationalité de l’agir et rationalisation de la société*. Ed. Fayard.
- Habermas**, Jürgen (1987b). *Théorie de l’Agir Communicationnel*. Tome II: *Pour une critique de la raison fonctionnaliste*. Ed. Fayard.
- Habermas**, Jürgen (1990). *O Discurso Filosófico da Modernidade*. Publicações Dom Quixote.
- Halimi**, Serge (1998). *Os Novos Cães de Guarda*. Oeiras: Celta Editora.
- Hall**, Edward T. (1994). *A Linguagem Silenciosa*. Relógio d’Água.
- Hall**, Stuart (1986). “Encoding/Decoding”. In Hall, Stuart (dir). *Culture, Media, Language: working papers in culture studies, 1972-79*. Londres: Hutchinson.
- Herculano**, Alexandre (1980). *Eurico, o Presbítero*. Ed. Livros de Bolso Europa-América.
- Hodge**, Robert; **Tripp**, David (1986). *Children and Television*. Stanford University Press.
- Hoffmann-Riem**, Wolfgang (1992). “Protecting Vulnerable Values in the German Broadcasting Order”. In Jay Blumler (ed), *Television and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- Hoijer**, Birgitta (1990). “Studying viewers’ reception of television programmes. Theoretical and methodological considerations”. “European Journal of Communication”, Vol.5, nº1.
- Horácio (1981). *Ars Poética (Epístola ad Pisones)*. Barcelona: Ed. Bosch.
- Iglesias**, Francisco (1993). *A Televisão Dominada*. Lisboa: Diel.
- Imbert**, Gérard (s/d). “Azar, conflicto, accidente, catástrofe: figuras arcaicas en el discurso posmoderno. (entre lo eufórico y lo disfórico)”. Revista “Trama & Fondo”, nº 12. (<http://www.tramayfondo.com/>)
- Imbert**, Gérard (1999). “Neo-television: el entretenimiento como modelo. (El imaginario de la diversión)”. In Imbert, Gérard. “La hipervisibilidad televisiva: nuevos imaginarios, nuevos rituales comunicativos”, I Jornadas sobre Televisión, Instituto Cultura y Tecnología, Universidad Carlos III de Madrid. (http://www.uc3m.es/uc3m/inst/MU/fr_coloquio.htm)

- Imbert, Gérard** (2003). *El Zoo Visual: de la televisión espectacular à la televisión especular*. Gedisa Editorial.
- Jappe, Anselm** (s/d). “O passado e o presente da teoria (de Debord)”.
(<http://www.terravista.pt/IlhadoMel/1540/ajappe.htm>)
- Jauss, Hans Robert** (1993). *A Literatura como Provocação*. Lisboa: Veja.
- Jensen, Klaus Bruhn** (1990). “The politics of polysemy. Television news, everyday consciousness and political action”. Rev. “Media, Culture and Society”, vol.12.
- Joseph, Isaac** (dir) (1995). *Prendre Place: espace public et culture dramatique*. Ed. Recherches.
- Jost, François; Leblanc, Gérard** (1994). *La TV Française – au jour le jour*. Ed. INA/Anthropos.
- Jost, François** (1997). “La promesse des genres”. Rev. “Réseaux”, n°81, CENT.
- Jost, François** (1998). “Quand y a-t-il énonciation télévisuelle?”. In Bourdon, Jérôme; Jost, François (dir). *Penser la Télévision – Actes du Colloque de Cerisy*. INA, Nathan.
- Jost, François** (2001). *La Télévision du Quotidien : entre réalité et fiction*. Bruxelles: Ed. De Boeck Université.
- Jost, François** (2002). *L’Empire du Loft*. Ed. La Dispute.
- Jurgenson, Juan-Luís Alvarez-Gayou** (2003). *Como hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*. Paidós Educador.
- Kerkhove, Derrick** (1997). *A Pele da Cultura: uma investigação sobre a nova realidade electrónica*. Relógio d’Água.
- Knigh, Deborah** (1994). “Making sense of genre”. “Film and Philosophy”, Vol. 2.
(http://www.hanover.edu/philos/film/vol_02/toc_02.htm)
- Kosowski, Ricardo** (2002). “Comunicação, Teatralidade e Realidade”. Revista brasileira “Semiosfera”, n° 1, Maio de 2002. (<http://www.eco.ufjf.br/semiosfera/anterior/semiosfera02/perfil/mat4/frmat4.htm>)
- Lacalle, Charo** (2000). “Mitologias cotidianas y pequeños rituales televisivos. Los talk-shows”. “Análisi”, n°24. (<http://www.bib.uab.es/pub/analisi/02112175n24p79.pdf>)
- Lacalle, Charo** (2001). *El Espectador Televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- Lachau, Jean-François** (1989). *Grands Services Publics*. Paris: Masson.
- Langer, John** (2000). *La Televisión Sensacionalista: el periodismo popular e las ‘outras noticias’*. Paidós Comunicación.
- Lasch, Christopher** (1979). *Culture of Narcissism*. New York: Ed. Warner Books.
- Lasch, Christopher** (2001). *Culture de Masse ou Culture Populaires?*. Ed. Climats.
- Le Breton, David** (1999). *Do Silêncio*. Instituto Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.

- Leclerc**, Gerard (2000). *A Sociedade de Comunicação: uma abordagem sociológica e crítica*. Ed. Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- Le Diberder**, A; **Coste-Cerdan**, N. (1990). *Romper las Cadenas. Introducción à la post-televisión*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lee**, Raymond M. (2003). *Métodos não-interferentes em pesquisa social*. Gradiva.
- Lipovetsky**, Gilles (1983). *A Era do Vazio*. Relógio d'Água.
- Lipovetsky**, Gilles (2000). *A Terceira Mulher : permanência e revolução do feminino*. Instituto Piaget.
- Lits**, Marc (2001). "Information, médias et récit médiatique". Revue "Belphegor", Vol.1, nº1.
(http://www.dal.ca/~etc/belphegor/vol1_no1/articles/01_01_Lits_Info_fr.html)
- Livingstone**, Sonia, (1990). "Interpreting a television narrative". "Journal of Communication", vol. 40, nº1.
- Livingstone**, Sonia; **Lunt**, Peter (1994). *Talk on television: audience participation and public debate*. London: Routledge.
- Livingstone**, Sonia; **Lunt**, Peter (1994b). "Se faire entendre dans l'espace public". Rev. "Réseaux", nº 63.
- Livingstone**, Sonia (1998). *Making Sense of Television: the psychology of audience interpretation*. Col. International Series in Social Psychology, Londres: Routledge.
- Lochard**, Guy; **Soulages**, Jean-Claude (s/d). "Les imaginaires de la parole télévisuelle". In (dir) Paul Beaud et al. *Sociologie de la Communication*. Paris: Ed. CENT, Col. Réseaux.
- Lochard**, Guy; **Boyer**, Henri (1995). *Notre Écran Quotidien*. Paris: Dunod.
- Lochard**, Guy; **Soulages**, Jean-Claude (1998). *La Communication Télévisuelle*. Ed. Armand Colin.
- Lopes**, Felisbela (1997). "O serviço público de televisão: um conceito à procura de um lugar na paisagem audiovisual portuguesa". III Congresso Internacional de Jornalismo de Língua Portuguesa, Lisboa, 21-24 de Abril.
- Lopes**, Felisbela (1999). *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Ed. Minerva.
- Lopes**, Felisbela (2000). "Os Conteúdos do Serviço Público de Televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de televisão". In Pinto, Manuel (dir.) *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre serviço público*. Col. "Comunicação e Sociedade", Universidade do Minho.
- Lopes**, Felisbela (2001). Entrevista a Dominique Mehl. Revista "Jornalista e Jornalismo", nº 8.
- Lopes**, Fernão (1975). *Crónica de D. Fernando*. Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Luhmann**, Niklas (1992). *A Improbabilidade da Comunicação*. Ed. Veja, Passagens.
- Lyotard**, Jean-François (1987). *O Pós-Modernismo explicado às crianças*. Publicações Dom Quixote.
- Macé**, Eric (2000). "Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés". Rev. "Réseaux", nº104.
- Maffesoli**, Michel (1990). *Aux Creux des Apparences : pour une éthique de l'esthétique*. Ed. Plon.
- Maffesoli**, Michel (1993). *La Contemplation du Monde : figures du style communautaire*. Ed. Grasset.

- Maffesoli**, Michel (1996). *Éloge de la Raison Sensible*. Ed. Grasset & Fasquelle.
- Maffesoli**, Michel (2001). *O Eterno Instante: o retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*. Ed. Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- Maffesoli**, Michel (2003). *Entre o Bem e o Mal: Compêndio de subversão pós-moderna*. Ed. Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- Maffesoli**, Michel (2004). *A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo pós-moderno*. Ed. Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- Mander**, Jerry (1999). *Quatro Argumentos para Acabar com a Televisão*. Antígona.
- Marcuse**, Herbert (1979). *L'Homme Unidimensionnel: essai sur l'idéologie de la société industrielle avancée*. Paris: Ed. Minuit.
- Martín Barbero**, Jesús (s/d). "Industria cultural: capitalismo y legitimación". Nombre Falso. Comunicación y sociología de la Cultura. (<http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/html/barbero.html>)
- Marion**, Philippe (1994). "L'affect télévisuel. Les funérailles du Roi Baudon". Rev. "Hermès", 13-14 (*Espaces Publics en Images*).
- Martínez Albertos**, J. L. (1993). *Curso General de Redacción Periodística*. Ed. Parafinfo, 2ª Edição.
- Martini**, Stella (1999). "El sensacionalismo y las agendas sociales". In "Diálogos de la Comunicación". Número 55. (<http://www.felafacs.org/dialogos/pdf55/stella.pdf>)
- Martins**, Margarida (2003). *Ética e Informação na TVI*. Tese de Mestrado apresentada na Universidade Católica (texto policopiado).
- Martins**, Moisés de Lemos (2002). *A Linguagem, a Verdade e o Poder: ensaio de semiótica social*. Fundação Calouste Gulbenkian e Fundação Para a Ciência e Tecnologia.
- Martins**, Moisés de Lemos (2003). "O Quotidiano e os Media". In Revista "Todas as Letras", nº.5. S. Paulo, Brasil.
- Masson**, Isabel Veyrat e Dayan, Daniel (1997). *Espacios Publicos en Images*. Gedisa.
- Mattelart**, Armand e Michèle (1997). *História das Teorias da Comunicação*. Campo das Letras.
- Mazzoleni**, Gianpietro (1992). "Is there a Question of Vulnerable Values in Italy?". In Jay Blumler (ed), *Television and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- McLuhan**, Marshall (1968). *Pour Comprendre les Média*. Ed. Seuil.
- McLuhan**, Marshall (1977). *La Galaxie Gutenberg : la genèse de l'homme typographique*. Ed. Gallimard.
- McQuail**, Denis (1992). "The Netherlands: Safeguarding Freedom and Diversity under Multichannel Conditions". In Jay Blumler (ed). *Television and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- McQuail**, Denis (1992b). *Media Performance: Mass Communication and Public Interest*. Sage Publications.
- McQuail**, Denis. *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Meditsh**, Eduardo (1997). "O Jornalismo é uma Forma de Conhecimento?". Conferência "Jornalismo: Transmissão de Conhecimentos ou Degradação do Saber?". Arrábida.

- Mehl**, Dominique (1992). *La Fenêtre et le Miroir : la télévision et ses programmes*. Documents Payot.
- Mehl**, Dominique (1993). “*Décideurs et Professionnels : les fractures*”. Rev. “*Sociologie du Travail*”, nº4,389-407.
- Mehl**, Dominique (1996). *La Télévision de l’Intimité*. Essai Politique, Seuil.
- Mendes**, João (1989). *A História como Ciência*. Coimbra Editora, 2ª edição.
- Mesquita**, Mário (2003). *O Quarto Equívoco. O poder dos media na sociedade contemporânea*. Minerva Coimbra.
- Meyrowitz**, Joshua (1986). *No sense of place the impact of electronic media on social behavior*. Ed. Oxford University Press.
- Miège**, Bernard (1997). *La société conquise par la communication*. Tome 2: *La communication entre l’industrie et l’espace public*. Éd. Presses Universitaires de Grenoble, Col. Communication, Médias et Sociétés, Grenoble.
- Miège**, Bernard; **Paillart**, Isabelle (s/d). “*Las industrias culturales en la era de los medios audiovisuales y las redes de difusión*”. Humanitas. (http://www.revele.com.ve/pdf/anuario_ininco/vol1-n7/pag13.pdf)
- Miller**, Carolyn R. (1984). “*Genre as Social Action*”. “*Quarterly Journal of Speech*”, nº 70.
- Miller**, Jonathan (s/d). *As Idéias de McLuhan*. São Paulo: Ed Cultrix.
- Miller**, Mark Crispin (1988). *Boxed In: The Culture of TV*. Northwestern University Press.
- Miranda**, José Bragança de (1998). *Traços: ensaios de crítica da cultura*. Passagens Veja.
- Missika**, Jean-Louis; **Wolton**, Dominique (1983). *La Folle du Logis: la télévision dans les sociétés démocratiques*. Paris: Gallimard.
- Molotch**, Harvey; **Lester**, Marilyn (1993). “*As Notícias como Procedimento Intencional. Acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos*”. In Nelson Traquina (org) *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja.
- Morató**, Rey (1998). *El Naufrágio del periodismo en la era de la televisión: la industria del infoentretenimiento*. Madrid: Ed. Fragua.
- Morley**, David (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. Londres: Routledge.
- Mosco**, Vicent (1996). *The Political Economy of Communication*. London: Sage.
- Moura**, Catarina (2002). “*A vertigem (Da ausência como lugar do corpo)*”. In Biblioteca “Online” de Ciências da Comunicação. (<http://bocc.ubi.pt/pag/moura-catarina-culturas-vertigem.pdf>)
- Mozzicafreddo**, Juan (2000). *Estado-Providência e Cidadania em Portugal*. Celta Editora.
- Muñoz-Torres**, Juan Ramón (2002). *Por qué interesan las noticias: un estudio de los fundamentos del interés informativo*. Ed Herder.
- Murdock**, Graham (2005). “*Continental Shifts: Capitalism, Communications and Change in Europe*”. Rev. “*Comunicação e Sociedade*”. Universidade do Minho.
- Musil**, Robert (1990) *El Hombre Sin Atributos*. Ed Seix Barral Barcelona.

- Negri**, Alberto; **Signorelli**, Paolo ; **De Berti**, Raffaelli (1990). “*Scènes de la vie quotidienne*”. In (dir) Paul Beaud *et al. Sociologie de la Communication*, Ed. CENT, Col. Réseaux.
- Nel**, Noël (1990). *Le Débat Télévisé*. Armand Colin.
- Nel**, Noël (1993). “*La mise à mort du débat télévisé*”. “*Le Monde Diplomatique*”, Septembre.
- Nel**, Noël (1997). “*Généricité, séquentialité, esthétique télévisuelles*”. “*Réseaux*”, nº81.
- Nerone**, John (2002). “*Social Responsibility Theory*”. In McQuail, Denis. *McQuail’s Reader in Mass Communication Theory*. Sage Publications.
- Neveu**, Érik (1995). “*Les Sciences Sociales face à l’Espace Public, les Sciences Sociales dans l’Espace Public*”. In Pailliar, Isabelle (Dir). *L’Espace Public et l’Emprise de la Communication*. ELUG.
- Neveu**, Érik (1997). “*Des questions ‘jamais entendues’. Crise et renouvellements du journalisme politique à la télévision*”. Rev. des Sciences Sociales du Politique “*Politix*” nº37, L’Harmattan.
- Noëlle-Neumann**, Elisabeth (1995). “*La espiral del silencio. Una teoria de la opinión pública*”. In Ferry, Jean-Marc *et al. El Nuevo Espacio Publico*. Gedisa Editorial, Barcelona.
- Oliveira**, Fernando Matos Oliveira (s/d). “*A apresentação do eu na vida de alguns dias: cenas da rua*”. (<http://www.ciberkiosk.pt/arquivo/ciberkiosk2/ensaio/cenasdarua.html>)
- Olivera**, Guillermo Elpidio (1995). “*Panoptismo/espectacularización*”. Revista nº 7 da Universidad Blas Pascal, Argentina. (<http://www.ubp.edu.ar/investigacion/revistas/revista7/art5.html>)
- Paperman**, Patrícia (1992). “*Les émotions et l’espace public*”. Rev “*Quaderni*”, nº 18.
- Paquete de Oliveira**, José Manuel (1992). “*A integração europeia e os meios de comunicação*”. Revista Análise Social, XXVII, nº118-119.
- Paquete de Oliveira**, José Manuel (2000). “*Cidadania e novas tecnologias*”. Col. Debates – Presidência da República, INCM.
- Parratt**, Sonia Fernández (2001). “*O debate em torno dos géneros jornalísticos na imprensa: novas propostas de classificação*”. Revista “*ZER*”, nº 11, Novembro.
- Pastoriza**, Francisco (1997). *Perversiones Televisivas: una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid: Instituto Oficial de Radiotelevision Española.
- Pereira**, Sara (1999). *A TV na Família: processos de mediação com crianças em idade pre-escolar*. Edição Universidade do Minho.
- Pérez Tornero**, José Manuel (1994). *El desafío educativo de la televisión: para comprender y usar el medio*. Paidós.
- Pericacho**, Carlos de Castro (2003). “*Debord, espectáculo e política*”. “*Nomadas*”, Revista Crítica de Ciências Sociales y Jurídicas, nº 8 Universidad Complutense de Madrid.

(<http://www.ucm.es/info/eurotheo/nomadas/8/cdcastro.htm>)

Perkins, PHEME (1999). “Apocalypse”. In Bergant, Dianne et al (org). *Comentário Bíblico*, S. Paulo: Ed. Loyola.

Pinto, Manuel (2000). *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Edições Afrontamento.

Pinto, Manuel (dir) (2000b). *A Comunicação em Portugal: 1995-1999 – cronologia e leitura de tendências*. Universidade do Minho: Coleção “Comunicação e Sociedade”.

Pinto, Manuel (2000c). “A formação para o exercício da cidadania numa sociedade mediatizada”. Col. Debates – Presidência da República, INCM.

Pinto, Manuel (dir) (2003). *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre o serviço público*. Universidade do Minho: Coleção “Comunicação e Sociedade”.

Pinto, Manuel (dir) (2003b). “Pensar e projectar o serviço público com a participação do público”. In Pinto, Manuel (dir.) *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre serviço público*. Col. “Comunicação e Sociedade”, Universidade do Minho.

Ponte, Cristina (1998). *Televisão para as Crianças: o direito à diferença*. Ed. João de Deus.

Ponte, Cristina (2004). *Leituras das Notícias: contributos para uma análise do discursos jornalístico*. Col. Media e Jornalismo. Livros Horizonte.

Pontier, Jean-Marie (1996). *Les Services Publics*. Paris: Hachette Supérieur.

Popper, Karl; **Condry**, John (1995). *Televisão: um Perigo para a Democracia*. Ed. Gradiva.

Poster, Mark (2000). *A Segunda Era dos Media*. Celta.

Postman, Neil (1985). *Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business*. Penguin Books.

Postman, Neil (1994). *Tecnopolis: quando a cultura se rende à tecnologia*, Difusão Cultural.

Poulain, Jacques (1997). Entrevista com Habermas. “Mondes des Livres”, 10 de Outubro. (<http://agora.qc.ca/textes/habermas.html>)

Pozzato, Maria Pia (1995). *Lo spettatore senza qualità. Competenze e modelli di pubblico rappresentati in TV*. Torino: Nuova Eri.

Prado, Emili (1999). “Traficantes de emociones”. Rev. “Diálogos de la Comunicación”, n. ° 55. (<http://www.felafacs.org/dialogos/pdf55/emili.pdf>)

Quéré, Louis (1982). *Des Miroirs Équivoques: Aux origines de la communication moderne*. Ed Aubier.

Quéré, Louis (1995). “L’espace public comme forme et comme événement”. In Joseph, Isaac (dir). *Prendre Place : espace public et culture dramatique*. Ed Recherches, Colloque de Cerisy.

- Richen**, Giuseppe (1991). “*Aqui, Europa*”. In Peñafiel, Carmen *et al.* *La Televisión Que Viene: nuevas tendencias en programación*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- Richeri**, Giuseppe (1994). *La Transición de la Televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona: Col. Bosch Comunicación.
- Rieffel**, Rémy (2003). *Sociologia dos Media*. Col. Comunicação. Porto Editora.
- Rincón**, Omar (2003). “*Informar sobre la velocidad. Hacia un nuevo periodismo televisivo*”. In “*Diálogos de la Comunicación*”, nº 66. (<http://www.felafacs.org/dialogos/pdf66/Rincón.pdf>)
- Rizza**, Nora (1990). “*Construire des Palimpsestes*”. Rev. “*Réseaux*”, nº 44/45.
- Rodotá**, Stefano (2000). “*For an Electronic Citizenship. Democracy and the New Technologies of Communication*”. Col. Debates – Presidência da República, INCM.
- Rodrigo Alsina**, Miquel (1989). *La Construcción de la Noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigues**, Adriano Duarte (1990). *Estratégias da Comunicação: questão comunicacional e formas de sociabilidade*. Ed. Presença.
- Rodríguez Ferrándiz**, Raul (2001). *Os múltiplos olhares sobre a TV: Leitura d’ Apocalypse Show: intelectuales, televisión y fin de milenio*. Madrid: Biblioteca Nueva, Universidad de Alicante.
- Rodríguez Ferrándiz**, Raul (2001b). “*Media Events y chamanismo electrónico: perspectivas y límites de un género televisivo*”. Revista “*Diálogos de la Comunicación*”, nº 61. (<http://www.felafacs.org/dialogos/pdf61/7.Ra%C3%BAI.pdf>)
- Rogers**, Everett M; **Dearing**, James W; **Bregman**, Dorine (1993). “*The Anatomy of Agenda-Setting Research*”. “*Journal of Communication*”, Vol. 43, nº 2. (<http://proquest.umi.com/>)
- Rouquette**, Sébastien (2001). *L’Impopulaire Télévision Populaire : Logiques Sociales, Professionnelles et Normatives des Palabres Télévisées*. Paris : L’Harmattan.
- Rouquette**, Sébastien (2002). *Vie et Mort des Débats Télévisés : 1958-2000*. Bruxelles : Éditions De Boeck Université, INA, Coll “*Médias Recherches*”.
- Rubim**, António Albino Canelas (2002). “*Espectáculo, Política e Mídia*”. In Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. (<http://bocc.ubi.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.html>)
- Ruellan**, Denis (1992). “*Un professionalisme du flou*”. “*Réseaux*”, nº 51.
- Sainz Pezonaga**, Aurelio (2000). “*Transformación de la sociedad del espectáculo*”. “*Quimera*”, revista de Literatura, Universitat Jaume I. (<http://www.nodo50.org/cdc/quimera3.htm>)
- Sánchez Noriega**, José Luis (1997). *Crítica de la Seducción Mediática*. Ed. Tecnos.
- Sánchez Noriega**, José Luis (1999). “*Rituales de seducción en la neotelevisión*”. In Imbert, Gérard (dir) *Televisión y Cotidianidad: la función social de la televisión en el nuevo milenio*. Instituto de Cultura y Tecnología Miguel de Unamuno, Departamento de Humanidades y Comunicación, Universidad Carlos III de Madrid.

- Santos, José Rodrigues** (1992). *Comunicação*. Ed. Difusão Cultural.
- Santos Saíinz, María** (2003). *El Poder de la Elite Periodística*. Madrid: Fragua.
- Santos, Rogério** (1997). *A Negociação entre os Jornalistas e as Fontes*. Coimbra: Minerva.
- Saperas, Enric** (1993). *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*. Edições ASA.
- Sartori, Giovanni** (1998). *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Scholes, Robert** (1991). *Protocolos de Leitura*. Edições 70.
- Schudson, Michael** (1991). "The Sociology of News Production Revisited". In Curran, James; Gurevitch, Michael (ed) (1991). *Mass Media and Society*. Ed Edward Arnold.
- Segalen, Martine** (2000). *Ritos e Rituais*. Publicações Europa-América.
- Sena, Nilza Mouzinho** (2002). *A Interpretação Política do Debate Televisivo: 1974/1999*. Universidade Técnica de Lisboa.
- Sennett, Richard** (1979). *Les Tyrannies de l'Intimité*. Ed. Seuil.
- Serrano, Estrela** (2002). *As Presidências Abertas de Mário Soares: as estratégias e o aparelho de comunicação do Presidente da República*. Coimbra: Minerva.
- Sfez, Lucien** (1993). *Dictionnaire Critique de la Communication*. Presses universitaires de France.
- Silva, Elsa Costa e** (2004). *Os Donos da Notícia: concentração da propriedade dos media em Portugal*. Col. Comunicação. Porto Editora.
- Silverstone, Roger** (1988). "Television, Myth and Culture". In Carey, James W. (ed). *Media, Myths, and Narratives: television and the press*. Sage, Newbury Park.
- Silverstone, Roger** (1990). "De la sociologia de la television a la sociologia de la pantalla: bases para una reflexion global". "Telos" (Madrid), 22, 82-87.
- Silverstone, Roger** (1991). "From Audiences to Consumers: The Household and the Consumption of Communication and Information Technology". "European Journal of Communication", 6 (2), 135-154.
- Silverstone, Roger** (1994). *Televisión and Everyday Life*. London: Routledge.
- Silverstone, Roger** (2002). "La médiatisation de la catastrophe: le 11 septembre et la crise de l'Autre". "Les Dossiers de l'Audiovisuel", nº104.
<http://www.ina.fr/produits/publications/da/104/DA104annexes/Silverstone.fr.html>
- Sousa, Jorge Pedro** (2000). *As Notícias e os seus Efeitos*. Coimbra: Minerva.
- Sousa, Helena** (2001). "Políticas da Comunicação em Portugal: actores, decisões e não-decisões". I Congresso Ibérico de Comunicação, Málaga, Maio.
- Sousa, Helena; Santos, Luís** (2003). "RTP e Serviço Público. Um percurso de inultrapassável dependência e contradição". In Pinto, Manuel (dir.) *Televisão e Cidadania: contributos para o debate sobre serviço público*. Col. "Comunicação e Sociedade", Universidade do Minho.
- Sousa, Judite** (2002). *Olá Mariana: O Poder da Pergunta*. Oficina do Livro.

- Tarde**, Gabriel (1991). *A Opinião e a Multidão*. Publicações Europa-América.
- Terribas i Sala**, Monica (1997). “*Televisión, Identidad Nacional y Esfera Pública: un estudio etnográfico aplicado a la investigación de dos programas de debate televisivo en Escocia y Cataluña*”. Revista “*Formats*”, n.º 1, Universitat Pompeu Fabra. (<http://www.iua.upf.es/formats/formats1/a08et.htm>)
- Tétu**, J. F. (1993). “*L’Actualité ou l’Impasse du Temps*”. In D. Bougnoux (dir). *Sciences de l’Information et de la Communication*. Paris: Larousse.
- Teves**, Vasco Hogan (1998). *História da Televisão em Portugal: 1955/1979*. Ed. TV Guia Editora.
- Tisseron**, Serge (2002). *L’Intimité Surexposée*. Ed. Ramsay.
- Todorov**, Tzvetan (1976). *Introduction à la Littérature Fantastique*. Paris: Points Seuil.
- Todorov**, Tzvetan (1978). *Teoria da Literatura*. Lisboa: Edições 70.
- Todorov**, Tzvetan (1988). “*El origen de los géneros*”. In *Teoría de los géneros literarios*. Todorov, T. et al. Ed. Arco, Libros.
- Torres**, Eduardo Cintra (2002). *Reality Shows: ritos de passagem da sociedade do espectáculo*. Coimbra: Minerva.
- Torres**, Eduardo Cintra (2003). “*A Tragédia Televisiva: o caso limite da dramatização na informação audiovisual*”. Dissertação de Mestrado, apresentada no ISCTE. (Trabalho policopiado)
- Touraine**, Alain (1998). *Pourrons-nous vivre ensemble? Égaux et Différents*. Paris: Fayard.
- Traquina**, Nelson (1993). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja.
- Traquina**, Nelson (1995). “*O paradigma do ‘Agenda-Setting’: Redescoberta do poder do jornalismo*”. Revista “*Comunicação e Linguagens*”, nº21-22, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, Ed.Cosmos.
- Traquina**, Nelson (2002). *Jornalismo*. Quimera.
- Vala**, Jorge (1989). “*A análise de conteúdo*”. In Santos Silva, Augusto (org). *Metodologia das Ciências Sociais*. Ed. Afrontamento, 3ª Ed.
- van Dijk**, Teun (1996). *La Noticia como Discurso: comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós.
- Velázquez**, Teresa (1992). *Los Políticos y la Televisión: aportaciones de la teoría del discurso televisivo*. Ariel Comunicación.
- Vernier**, Jean-Marc (1993). “*Mises en scène télévisuelles*”. In Sfez, Lucien (dir) *Dictionnaire Critique de la Communication*. Vol. 2, Paris: Presses Universitaires de France.
- Veron**, Eliseo (1981). *Construire l’Événement*. Paris: Editions de Minuit.
- Veron**, Eliseo (1983). “*Il est là, je le vois, il me parle*”. Rev. “*Communications*”. nº 38.
- Veron**, Eliseo (2001). “*Les publics entre production et réception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance*”. Conferências da Arrábida, 27 a 31 de Agosto (texto policopiado).

Vieira, Toni André Scharlau (s/d). “*A divisão por géneros: uma história de equívocos*”. Banco de Papers da INTERCOM. (www.intercom.org.br/papers/xxiii-ci/gt22/art-gt22.html)

Vilches, Lorenzo (1989). *Manipulación de la Información Televisiva*. Madrid: Paidós.

Vilches, Lorenzo (1993). *La Televisión: los efectos del bien y del mal*. Madrid: Paidós.

Virilio, Paul (1988). *La Machine de Vision*. Paris: Ed. Galilée.

Wasko, Janet (2005). “*Studying the Political Economy of Media Information*”. Rev. “*Comunicação e Sociedade*”. Universidade do Minho.

Wellek, René; **Warren**, Austin (s/d). *Teoria da Literatura*. Publicações Europa-América, 5ª edição.

Whitaker, Reg (1999). *El Fin de la Privacidad: cómo la vigilancia total se está convirtiendo en realidad*. Paidós Comunicación.

White, David Manning (1993). “*O ‘gatekeeper’. Uma análise de casos na selecção de notícias*”. In Nelson Traquina (org) *Jornalismo: Questões, Teorias e “Estórias”*. Lisboa: Veja.

Williams, Raymond (1975). *Television, Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.

Wolf, Mauro (1994). *Teorias da Comunicação*. Editorial Presença.

Wolton, Dominique (1994). *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*. Edições ASA.

Wolton, Dominique (1997). *Penser la Communication*. Flammarion.

Wunenburger, Jean-Jacques (2000). *L’Homme à l’Âge de la Télévision*. PUF.

Zelizer, Barbie (1993). “*Journalists as Interpretative Communities*”. In Dan Berkowitz (ed).(1997). *Social Meanings of News*. Ed. Sage.

Revistas

“*Le Monde de l’Éducation*”, nº 287, Dezembro de 2000: entrevista com Paul Virilio

<http://www.lemonde.fr/mde/ete2001/virilio.html>

“*ETCetera*”, revista da Universidade de Playa Ancha, Chile: entrevista com Paul Virilio, nº 4, 2000

[http://www.upa.cl/etcetera/5/ETC.%20paul%20virilio\(10\).pdf](http://www.upa.cl/etcetera/5/ETC.%20paul%20virilio(10).pdf)

Legislação e Contratos

Contratos de Concessão do Serviço Público de Televisão celebrados em 1993, 1996 e 2003

Lei da Televisão:

Lei nº.58/90, de 7 de Setembro

Lei nº.31-A/98, de 14 de Julho

Lei n.º 30/2003, de 22 de Agosto

Estatuto do Jornalista:

Lei nº 1/99, de 13 de Janeiro

Edições citadas de Jornais e Revistas

Se7e

30 de Setembro de 1993

Público

31 de Julho de 1992; 13 de Setembro de 1992; 24 de Setembro de 1992; 6 de Outubro de 1992; 6 de Dezembro de 1992;

20 de Fevereiro de 1993; 30 de Janeiro de 1993; 31 de Julho de 1993;

13 de Julho de 1995; 1 de Outubro de 1995; 19 de Outubro de 1995; 21 de Novembro de 1995;

23 de Março de 1995; 29 de Março de 1995;

20 de Abril de 1996; 2 de Maio de 1996; 7 de Maio de 1996; 26 de Maio de 1996;

28 de Junho de 1996; 4 de Julho de 1996; 10 de Setembro de 1996; 24 de Setembro de 1996;

22 de Março de 1997; 30 de Maio de 1997; 18 de Outubro de 1997; 17 de Outubro de 1997;

21 de Outubro de 1997; 23 de Outubro de 1997;

16 de Janeiro de 1998; 11 de Março de 1998; 18 de Março de 1998; 14 de Abril de 1998; 13 de Maio de 1998;

11 de Março de 1998; 5 de Agosto de 1998; 2 de Setembro de 1998;

5 de Março de 1999; 17 de Março de 1999; 10 de Abril de 1999; 14 de Agosto de 1999;

29 de Agosto de 1999; 16 de Novembro de 1999;

13 de Setembro de 2000;

25 de Fevereiro de 2001; 22 de Julho de 2001; 21 de Setembro de 2001; 29 de Novembro de 2001;

28 de Janeiro de 2002; 6 de Fevereiro de 2002; 8 de Abril de 2002; 29 de Dezembro de 2002;

5 de Fevereiro de 2003; 6 de Fevereiro de 2003; 20 de Fevereiro de 2003; 21 de Março de 2003; 22 de Março de 2003;

25 de Setembro de 2003; 9 de Outubro de 2003; 11 de Outubro de 2003; 19 de Dezembro de 2003;

10 de Fevereiro de 2005.

Diário de Notícias

4 de Outubro de 1993;

18 de Outubro de 1997;

10 de Março de 1998; 19 de Setembro de 1998; 4 de Outubro de 1998;

14 de Março de 1999; 4 de Abril de 1999; 29 de Abril de 1999; 27 de Agosto de 1999;

23 de Setembro de 1999; 6 de Novembro de 1999;

11 de Outubro de 2000;

26 de Abril de 2001; 28 de Abril de 2001; 10 de Junho de 2001; 20 de Julho de 2001; 27 de Outubro de 2001;

4 de Março de 2002; 27 de Março de 2002;

25 de Janeiro de 2003; 29 de Janeiro de 2003.

Jornal de Notícias

6 de Janeiro de 2001;
5 de Fevereiro de 2002.

Expresso

24 de Julho de 1993; 30 de Setembro de 1993;
27 de Janeiro de 1996; 13 de Abril de 1996;
15 de Março de 1997; 26 de Julho de 1997; 15 de Novembro de 1997;
7 de Março de 1998; 4 de Abril de 1998; 10 de Abril de 1998; 1 de Maio de 1998;
21 de Agosto de 1999;
20 de Janeiro de 2001; 2 de Junho de 2001.

O Independente

7 de Junho de 1996.

Visão

12 de Fevereiro de 1998.

TV Guia

n.º 731, Fevereiro de 1993; n.º 732, Fevereiro de 1993; n.º 743, Maio de 1993; n.º 744, Maio de 1993;
n.º 747, Maio de 1993; n.º 748, Junho de 1993; n.º 752, Julho de 1993; n.º 762, Setembro de 1993;
n.º 766, Outubro de 1993; n.º 767, Outubro de 1993; n.º 770, Novembro de 1993;
n.º 785, Fevereiro de 1994; n.º 795, Maio de 1994; n.º 802, Junho de 1994;
n.º 807, Julho de 1994; n.º 815, Setembro de 1994; n.º 820, Outubro de 1994;
n.º 834, Janeiro de 1995; n.º 875, Novembro de 1995; n.º 879, Dezembro de 1995;
16 de Março de 1996; 23 de Março de 1996; 15 de Junho de 1996;
n.º 922, Outubro de 1996; n.º 924, Outubro de 1996; n.º 925, Outubro de 1996; 5 de Outubro de 1996;
18 de Janeiro de 1997; 26 de Setembro de 1997; 18 de Outubro de 1997;
n.º 1007, 23 de Maio de 1998; n.º 1027, Outubro 1998;
26 de Junho de 1999; 31 de Julho de 1999; 6 de Novembro de 1999;
n.º 1202, Fevereiro de 2002; n.º 1235, Outubro de 2002;
n.º 1250, Janeiro de 2003; n.º 1251, Janeiro de 2003.

TV Mais

1 de Fevereiro de 1993; 8 de Fevereiro de 1993; 15 de Março de 1993; 19 de Abril de 1993;
22 de Maio de 1993; 29 de Julho de 1993; 25 de Setembro de 1993; 2 de Outubro de 1993; 4 de Dezembro de 1993;
11 de Fevereiro de 1994; 16 de Setembro de 1994;
16 de Junho de 1995; 24 de Novembro de 1995; 30 de Novembro de 1995;
24 de Maio de 1996; 31 de Maio de 1996; 13 de Setembro de 1996; 4 de Outubro de 1996;
21 de Janeiro de 1997; 21 de Fevereiro de 1997; 24 de Abril de 1997; 26 de Setembro de 1997; 24 de Outubro de 1997;
8 de Agosto de 1998;
8 de Janeiro de 1999; 14 de Maio de 1999; 26 de Junho de 1999.

TV 7 Dias

n.º 303, Janeiro de 1993; n.º 304, Janeiro de 1993; n.º 338, Setembro de 1993;
n.º 340, Outubro de 1993; n.º 342, Outubro de 1993; n.º 343, Outubro de 1993;
n.º 381, Julho de 1994;
n.º 407, Janeiro de 1995; n.º 447, Outubro de 1995;
n.º 795, Junho de 2002; n.º 814, Outubro de 2002;
n.º 857, Agosto de 2003; n.º 863, de Outubro de 2003; n.º 870, Novembro de 2003.

Cronologias

1993

26 de Janeiro: estreia, no Canal 1, *Marcha do Tempo*.

27 de Janeiro: estreia, na SIC, *Sexo Forte*, um programa feito com testemunhos de mulheres que contam na primeira pessoa histórias de sobrevivência e coragem, divertidas, trágicas, brilhantes ou aventureiras.

31 de Janeiro: estreia, na SIC, *A Viúva do Enforcado*, realizada por Walter Avancini e baseada na obra de Camilo Castelo Branco.

10 de Fevereiro: é eleita a nova Administração da RTP, constituída por Freitas Cruz, Dinis Gonçalves, Diniz de Abreu, Matias Fernandes e Rogério Serrasqueiro. Esta equipa sucede à de Monteiro Lemos, demitida na sequência do negócio celebrado entre a RTP e o Benfica para a transmissão de 21 jogos ao longo de três épocas e a consequente operação de compra do futebolista Futre pelo clube da Luz.

20 de Fevereiro: início das emissões da Quatro às 20h00 com um programa que encena uma família fictícia que, no ano 2003, decide ocupar os seus tempos livres a rever os momentos iniciais do canal. Segue-se o espaço publicitário, iniciado com um *spot* em que se vêem monges publicitando rebuçados peitorais. A estação começa com oito horas de emissão diária, de 2.^a a 6.^a feira; e 14 horas aos fins-de-semana. Na sua estrutura, conta com cerca de 230 funcionários.

17 de Março: assinatura do Contrato de Concessão de Serviço Público entre a RTP e o Estado. No final do ano, e com base em dois pareceres de Freitas do Amaral, a SIC recorre aos tribunais (português e europeu), solicitando a anulação do mesmo.

15 de Maio: a SIC promove, em directo de Évora, um debate sobre as mortes que ocorreram na Unidade de Hemodiálise do Hospital da cidade. Com o título *Morrer em Évora*, o debate foi moderado pelos jornalistas Miguel Sousa Tavares, Margarida Marante e José Alberto Carvalho. O Ministério da Saúde não se fez representar, mas, no dia seguinte, o ministro da Saúde revelava os resultados de um inquérito que responsabilizavam o hospital local pela tragédia.

15 de Setembro: a SIC promove um debate, em directo do Porto, intitulado *À Lei da Bomba* para debater o assassinato do Padre Max.

30 de Setembro: em entrevista ao “*Se7e*”, o presidente do Conselho de Administração da SIC acusa a RTP de receber dinheiro do Estado sem cumprir o serviço público para o qual estava vocacionada.

4 de Outubro: em entrevista ao “*Diário de Notícias*”, o presidente do Conselho de Administração da Quatro reitera que “*a prestação de um serviço público não tem que ser monopólio do operador de titularidade pública*”, acrescentando que “*competiria ao Estado elaborar um caderno de encargos ao qual deveriam concorrer em igualdade de circunstâncias todos os operadores*”.

6 de Outubro: o presidente do Conselho de Administração da SIC, no dia em a estação comemora o primeiro aniversário, declara ao “*Público*” o seguinte: “*antes de a SIC arrançar, afirmei que iria ser o facto político e cultural do ano. E foi*”. O director de Informação acrescenta que “*o mérito da SIC está no facto de ter sido capaz de perceber que a informação televisiva não tem que ter qualquer restrição*”. Nessa noite, o canal privado transmite a sua festa de aniversário em directo.

7 de Outubro: estreia, na SIC, *Casos de Polícia*, apresentado pelo jornalista Carlos Narciso que conta em estúdio com um painel fixo composto pelo sociólogo e professor universitário Paquete de Oliveira, o advogado Francisco Teixeira da Mota e o inspector da PJ Moita Flores.

15 de Outubro: estreia, na Quatro, *Artur Albarra*, um debate que é alvo de uma forte campanha publicitária.

1994

24 de Janeiro: o Canal 1 antecipa em dois dias a estreia da novela *Mandala* cujos primeiros episódios são exibidos colados aos últimos episódios de *O Dono do Mundo*.

31 de Janeiro: a SIC estreia a novela da Globo *Mulheres da Areia* e procede a um novo arranjo do horário nobre: o *Jornal da Noite* passa das 21h45 para as 20h00 e a novela da noite deixa de ser emitida às 19h45 para passar a ser exibida depois do noticiário. O Canal 1 coloca no segmento horário da novela da SIC os últimos episódios da novela brasileira do fim-de-semana *Despedida de Solteiro*.

5 de Fevereiro: terminada a novela de fim-de-semana *Despedida de Solteiro*, o Canal 1 exibe nesse horário a novela brasileira *Mandala*.

14 de Março: estreia, na SIC, *O Juiz Decide*.

1 de Abril: estreia, na SIC, *Sete à Sexta*, coordenado e apresentado por Margarida Marante.

26 de Abril: estreia, na SIC, *20 Anos, 20 Nomes*, coordenado e apresentado por Miguel Sousa Tavares.

26 de Abril: estreia, na SIC, *Cenas de um Casamento*.

27 de Abril: estreia, na SIC, o *reality show Perdoa-me*.

30 de Abril: estreia, na SIC, o concurso *Caça ao Tesouro*.

24 de Julho: bloqueio da Ponte 25 de Abril. Os três canais de televisão fazem uma grande cobertura mediática do acontecimento, principalmente a SIC.

7 de Setembro: estreia, na SIC, o *reality show All Need is Love*.

19 de Setembro: estreia, no Canal 2, *Acontece*, coordenado e apresentado por Carlos Pinto Coelho.

Estreia, na SIC, a rubrica *Insónias* que integra em cada dia da semana um programa diferente.

3 de Outubro: estreia, na Quatro, *Novo Jornal* apresentado por Artur Albarran acompanhado alternadamente por Sofia Carvalho e Bárbara Guimarães.

25 de Outubro: regresso de *Terça à Noite*, agora com um tema e um convidado por emissão. Os comentadores residentes passam a ser quatro, alternando dois a dois. São eles Maria José Nogueira Pinto, Luísa Costa Gomes, João Meneses Ferreira e Pedro Pais de Vasconcelos. A eles, junta-se um painel de oito pessoas.

28 de Outubro: estreia, na SIC, o *reality show Ponto de Encontro*, apresentado por Henrique Mendes. Esse programa é criado a partir de uma rubrica do programa *Casos de Polícia*.

1995

5 de Janeiro: estreia, no Canal 1, *Frou-Frou*.

27 de Janeiro: o presidente do Conselho de Administração da RTP revela ao “*Público*” que o défice acumulado na empresa, no fecho das contas de 1994 é de 25 milhões de contos, manifestando empenho em atingir o equilíbrio financeiro em 1998, com a condição de o Estado assumir os encargos com a TV2.

20 de Fevereiro: a TVI completa dois anos de emissões regulares. Inaugura um novo logótipo e uma nova grelha de programas, mais voltada para a informação e o cinema.

11 de Março: as entrevistas de Margarida Marante passam a integrar o *Jornal da Noite* de sábado.

12 de Março: Miguel Sousa Tavares passa a apresentar o *Jornal da Noite* de domingo que integra um debate.

30 de Março: estreia, na SIC, *A Máquina da Verdade*, um programa centrado num polígrafo. As audiências são elevadas. No dia seguinte, os partidos representados na Assembleia da República condenam o formato.

16 de Abril: estreia, na SIC, *Big Show SIC*, produzido por Ediberto Lima.

6 de Maio: estreia, na SIC, *Uma Noite de Sonho*, um programa de entretenimento apresentado por Catarina Furtado, emitido no mesmo segmento horário de *Parabéns*, apresentado por Herman José no Canal 1.

13 de Maio: casamento de D. Duarte com Isabel Herédia, cujas cerimónias são transmitidas na RTP.

15 de Maio: pela primeira vez, a SIC atinge um resultado histórico: dois anos e sete meses depois de ter iniciado as suas emissões, ultrapassa o *share* semanal do Canal 1 da RTP, apesar de continuar longe deste canal ao fim-de-semana.

10 de Junho: a RTP Internacional inicia as suas emissões num regime de 24 horas por dia.

7 de Agosto: a SIC alarga o seu horário de emissões, começando a programação às 9 horas, em vez de iniciar às 11h.

31 de Agosto: a SIC promove no CCB a *Festa da Democracia* para assinalar a *rentrée* política.

14 de Setembro: estreia, na TVI, *Primeira Fila*, um programa de arte, cultura e espectáculo, apresentado por Bárbara Guimarães.

26 de Setembro: estreia, na SIC, *Surprise Show*.

1 de Outubro: eleições legislativas ganhas pelo Partido Socialista que defende uma profunda revisão da Lei de Concessão do Serviço Público de Radiodifusão, uma nova Lei de Imprensa e uma recomposição da Alta Autoridade para a Comunicação Social, tornando esta mais independente do poder político.

31 de Outubro: Freitas Cruz demite-se de Presidente do Conselho de Administração da RTP.

27 de Novembro: Francisco Azevedo e Silva passa a ocupar o lugar de director de Informação da Quatro, substituindo José Ribeiro e Castro.

5 de Dezembro: a economista Manuela Morgado passa a presidir ao Conselho de Administração da RTP.

27 de Dezembro: Joaquim Furtado assume as funções de director-coordenador da Informação e Programação, secundado por José Solano de Almeida para a informação diária, Joaquim Vieira para a programação, Barata Feyo para as actualidades, Pinto Enes para o desporto e Carlos Noivo para as operações e meios.

1996

8 de Janeiro: estreia, no horário nobre do Canal1, a novela portuguesa *Roseira Brava*, produzida pela NBP.

10 de Janeiro: a SIC recusa um apelo de responsáveis de estações de rádio e televisão, para subscrever a decisão de não divulgar qualquer projecção dos resultados eleitorais das eleições para PR antes da hora de fecho das urnas.

15 de Janeiro: estreia, na SIC, a novela da Globo *Explode Coração*, que tem como tema forte a Internet. O enredo provocou polémica no Brasil pela representação que fazia das tradições do povo cigano aos níveis da sexualidade e do casamento.

18 de Janeiro: estreia, na RTP1, *Tudo Pelos Outros* (formato da Endemol) que substitui *Casados de Fresco* (também da Endemol).

19 de Janeiro: estreia, na SIC, a *sitcom* *Marina Dona de Revista*.

30 de Janeiro: estreia, na SIC, *Ai os Homens*, um formato que pertence à empresa australiana *Grundy*, produzido por *Teresa Guilherme Produções*.

2 de Fevereiro: termina, na SIC, *Praça Pública* que começou em Outubro de 1992, perfazendo cerca de 800 programas.

21 de Fevereiro: segundo a AGB, a SIC conseguiu pela primeira vez 50% de *share* na semana iniciada a 15 deste mês.

19 de Fevereiro: a TVI aumenta o espaço dedicado à informação, mediante a emissão de *flashes* informativos entre as 16h30 e as 19h30.

20 de Fevereiro: a TVI comemora três anos de emissões, com um *share* médio entre os 12 e os 14%.

28 de Fevereiro: é divulgado que a TVI terminou 1995 com prejuízos de cinco milhões de contos e uma dívida de 12 milhões.

11 de Março: o Conselho Geral da TVI elege Carlos Monjardino para a Direcção-Geral da estação que se manterá em funções até à realização de uma Assembleia-Geral.

21 de Março: a Direcção de Informação e Programação da RTP demite-se, por se recusar a aceitar uma ordem de serviço da Administração na qual se impunha a necessidade de autorizações prévias para gastos.

26 de Março: a presidente do Conselho de Administração da RTP, Manuela Morgado, apresenta a demissão do cargo.

28 de Março: a Assembleia-Geral da RTP nomeia Manuel Roque presidente do Conselho de Administração, transitando da anterior equipa, tal como mais três elementos.

30 de Março: Carlos Cruz é nomeado director de antena da TVI, presidida por Carlos Monjardino.

8 de Abril: espectáculo *Globos de Ouro* da SIC e da revista “*Caras*” atribui prémios no domínio do cinema, teatro, desporto, televisão, música e teatro.

13 de Abril: *Tostões e Milhões* regressa à SIC com novo formato e no novo horário das 13h30 de sábado.

18 de Abril: estreia, na SIC, *Verdes Anos*.

21 de Abril: estreia, na SIC, *Club Vip*, um programa dedicada a eventos do universo cor-de-rosa.

22 de Abril: a RTP2 inicia uma nova grelha de programação, com um novo logotipo. Estreia *O Dinheiro Não Dorme*.

24 de Abril: estreia, na SIC, *Ousadias*, apresentado e produzido por Teresa Guilherme. Trata-se de um formato que esteve no ar na TF1 com o título *Ousons*, mas foi retirado da grelha devido às polémicas que desencadeou.

27 de Abril: estreia, na RTP2, *Figuras de Estilo*, um programa de cultura apresentado por Vasco Graça Moura e Clara Ferreira Alves. A primeira emissão é dedicada à música com o Presidente da República Jorge Sampaio, a pianista Tânia Ashot e o advogado Vasco Vieira d’ Almeida.

28 de Abril: estreia, na SIC, o concurso *Sim ou Não?*, um formato da Endemol, apresentado por Jorge Gabriel.

29 de Abril: a RTP1 inicia uma nova grelha de programação, com um novo logótipo. Estreia *Contra Informação*, produzido pela Mandala.

2 de Maio: estreia, na RTP1, *Herman Total* que antecede a emissão *Maria Elisa*.

4 de Maio: é tornado público um conflito entre o dono do grupo Impala, Jacques Rodrigues, e o dono da Soincom, Pinto Balsemão, ambos parceiros no capital da SIC. Motivo: acusação do primeiro de que a estação de Carnaxide plagiou uma iniciativa da sua revista “*Nova Gente*” ao promover o espectáculo *Globos de Ouro*.

6 de Maio: estreia, na RTP1, ao final da tarde, *Canal Aberto*, um programa feito em directo a partir do rés-do-chão do edifício da RTP com vista para a Avenida 5 de Outubro e apresentado por Pedro Rolo Duarte.

7 de Maio: estreia, na SIC, *Escrita em Dia*, apresentado por Francisco José Viegas e patrocinado pelo Círculo de Leitores.

16 de Maio: estreia, na SIC, o programa *Grande Reportagem*” coordenado por Cândida Pinto.

17 de Maio: estreia, na SIC, a *sitcom Pensão Estrela*.

20 de Maio: estreia, na RTP1, *Todos ao Palco*, de Filipe La Féria.

26 de Maio: numa entrevista ao “*Público*”, Carlos Cruz, novo director de Antena da TVI, diz que, se não conseguir que o canal obtenha um *share* de 20% até Dezembro, se vai embora.

27 de Maio: estreia, na RTP1, em horário nobre, a novela *Primeiro Amor*, que é colada a *Roseira Brava* que termina a 8 de Junho. Este modelo “sanduíche” faz com que o resto da programação se inicie mais tarde.

8 de Junho: começa o Campeonato Europeu de Futebol.

10 de Junho: a TVI inicia alterações importantes na sua grelha de programas.

18 de Junho: a Assembleia-Geral da SIC decide por unanimidade o afastamento do sócio Jacques Rodrigues do Conselho de Administração da empresa.

1 de Julho: Artur Albarran apresenta pela última vez o *TVI Jornal* e muda-se para a SIC.

10 de Julho: o Governo anuncia a criação de um canal específico para os PALOP na abertura do Fórum das Comunicações a decorrer em Lisboa.

15 de Julho: estreia, na SIC, *Sai da Minha Vida*, que substitui *Camilo & Filho*. É uma adaptação da *sitcom* inglesa *Joking Apart*, com realização de João Canijo.

16 de Julho: estreia, na SIC, *As Viagens de Gulliver*, realizada por Charles Sturridye, com partes filmadas em Lisboa e com efeitos especiais espantosos.

19 de Julho: começam os Jogos Olímpicos de Atlanta.

28 de Julho: estreia, na RTP1, *Jet Set*, um programa dedicado a eventos *cor-de-rosa*.

31 de Julho: estreia, na SIC, *Cantigas da Rua*, produzido por *Teresa Guilherme Produções*. A primeira emissão é gravada no Padrão dos Descobrimentos, em Lisboa.

2 de Setembro: estreia, na SIC, a telenovela *O Rei do Gado*, que depressa se posiciona em primeiro lugar na tabela de audiências.

3 de Setembro: estreia, na RTP1, *De Par em Par*, um formato da Endemol.

4 de Setembro: a RTP inicia as comemorações dos 40 anos de emissões.

Estreia, na RTP1, *As Lições do Tonecas*, uma adaptação do sucesso radiofónico que, entre 1934 e os anos 60, preencheram largas horas no Rádio Clube Português. Criadas por José de Oliveira e Cosme as figuras de Tonecas e o Professor regressam agora numa produção da *Firmadois*.

18 de Setembro: a RTP e o Ministério da Cultura assinam um protocolo para co-financiamento de filmes e projectos de ficção e documentário.

19 de Setembro: regresso de *Casos de Polícia* à SIC, apresentado agora apenas pela jornalista Conceição Lino.

21 de Setembro: estreia, na SIC, a telenovela da Globo *O Fim do Mundo*.

Estreia, na TVI, *Docas*, espaço musical e humorístico produzido pela CCA.

22 de Setembro: estreia, na TVI, *Sim, Senhor Ministro*, uma *sitcom* produzida pela CCA e inspirada na homóloga britânica.

23 de Setembro: a TVI apresenta, a partir de hoje, uma nova imagem, um novo logótipo e uma nova grelha.

Estreia, na TVI, *7 Ponto 15*, magazine cultural de Bárbara Guimarães.

26 de Setembro: estreia, na SIC, uma série da BBC de 26 episódios sobre a história do século XX, intitulada *O Século do Povo*, a qual marca também a estreia de Mário Soares como comentador de televisão.

29 de Setembro: inicia-se a nova grelha de programas da RTP, a primeira da responsabilidade da equipa de Joaquim Furtado, no ano das comemorações dos 40 anos da empresa e da televisão em Portugal. Anunciam-se a redução do número de telenovelas e a intenção de abandono do confronto directo com a SIC.

29 de Setembro: o *Jornal da Noite* da SIC integra uma rubrica que intitulada *Referendo* para cuja estreia se escolhe o tema da pena de morte. Os telespectadores são estimulados a pronunciarem-se por telefone sobre se são ou não favoráveis ao recurso à pena de morte. Houve 101.431 chamadas em que 81.8% responderam positivamente à questão.

30 de Setembro: estreia, na RTP1, duas novelas: *O Campeão* (19h00), produzida pela TV Plus brasileira para a TV Bandeirantes e para a RTP; e *Vidas de Sal* (21h50), produzida pela NBP.

1 de Outubro: estreia, na RTP1, *Nós, os Ricos*, uma *sitcom* produzida pela CCA.

3 de Outubro: estreia, na RTP1, *Polícias*, uma série escrita por Moita Flores e produzida pela NBP.

5 de Outubro: estreia, na RTP1, *Serviço de Urgência*, série escrita por Michael Crichton e produzida por Steven Spielberg.

6 de Outubro: estreia, na RTP1, *Os Principais*, apresentado por Humberto Bernardo.

15 de Outubro: a SIC inicia a difusão de uma mini-série sobre o ex-corretor da Bolsa de Lisboa, Pedro Caldeira, na véspera do seu julgamento, facto que desencadeia numerosas críticas.

18 de Outubro: demite-se a Direcção de Informação da TVI presidida por Francisco Azevedo Almeida, alegando pressões por parte de um dos administradores da empresa.

19 de Outubro: estreia, na RTP1, *Superbebés*, produzida pela MMM e apresentado pela actriz Alexandra Lencastre.

20 de Outubro: estreia, na RTP1, *Avós e Netos*, com apresentação de Manuel Luís Goucha.

29 de Outubro: o presidente do Conselho de Administração da RTP rejeita a criação de uma *holding* e a concentração do serviço público num só canal, posições defendidas pela Comissão de Reflexão sobre o Futuro da TV.

8 de Novembro: estreia, na SIC, *Agora ou Nunca* apresentado por Jorge Gabriel.

11 de Novembro: a RTP e a Parque Expo-98 assinam um contrato de associação com vista aos meios de produção e difusão audiovisual da Expo-98. Nasce assim a *Tele Expo*.

11 de Novembro: “*Meninos de Angola*”, grande-reportagem da jornalista da SIC Cândida Pinto ganha o prémio Direitos Humanos no Festival Internacional da Grande Reportagem e do Documento de Actualidade, em Le Touquet (França).

13 de Novembro: a apresentadora Clara de Sousa deixa a TVI e ingressa na RTP.

30 de Novembro: a TVI anuncia na imprensa, através de publicidade, a redução do seu capital social de 17.750 milhões de contos para 9.762 milhões de contos.

15 de Dezembro: estreia, no horário nobre da TVI, a novela *Xica da Silva*, realizada por Walter Avancini para a Rede Manchete, marcando a inversão da lógica de programação da TV de inspiração cristã (que apostava, até então, em séries de qualidade neste espaço).

16 de Dezembro: iniciam-se as emissões experimentais de teletexto na RTP, o primeiro serviço deste género no país. Apenas 20% dos lares estariam preparados para o receber.

19 de Dezembro: acordado entre o Governo e os três operadores de TV que, a partir de Janeiro de 1997, a RTP1 passaria a ter um máximo de 7,5 minutos de publicidade por hora e a RTP2 ficaria sem anúncios comerciais.

28 de Dezembro: em declarações ao “*Expresso*”, o director de Informação da RTP considera as medidas acordadas no dia 19 “*uma medida administrativa para resolver a má gestão dos [canais] privados*”.

31 de Dezembro: assinatura do novo Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, segundo o qual a RTP receberá do Estado anualmente a diferença entre as receitas publicitárias e o custo da programação. O caderno de encargos estipula as obrigações do concessionário do canal público.

1997

1 de Janeiro: a SIC inicia 1997 com um *share* de 70.2%, obtido no *réveillon* da passagem de ano, depois de ter acabado de alcançar no último dia de 1996 o seu maior *share* de sempre: 60.2%.

Início do teletexto na RTP.

7 de Janeiro: os operadores privados de televisão reagem negativamente ao Contrato de Concessão de Serviço Público.

30 de Janeiro: estreia, na SIC, *Vida de Casal*, coordenado e apresentado pela jornalista Inês Pedrosa.

19 de Fevereiro: inicia-se, na SIC, o programa de Artur Albarran *A Cadeira do Poder*, que desencadeia enorme polémica no mundo da política e dos media.

7 de Março: a RTP comemora 40 anos de emissões regulares. A data fica assinalada pelo início das emissões regionais simultâneas através de um serviço de noticiários regional em *prime-time*.

Inauguração da RTP-África.

13 de Março: o segundo maior accionista individual da TVI, João Vanzeller, envia uma carta aos accionistas a criticar a estratégia de Carlos Monjardino, acusando-o de beneficiar credores como Stanley Ho.

19 de Março: na Assembleia-Geral da TVI, a SOCI, proprietária de “*O Independente*”, passa a deter, em aliança com o grupo escandinavo SBS, parte do capital da estação e Miguel Paes do Amaral substitui, assim, Carlos Monjardino.

3 de Abril: o novo Presidente do Conselho de Administração da TVI, Paes do Amaral, anuncia a intenção de vender os 51% da RETI, como primeiro passo para o saneamento do canal.

28 de Abril: a TVI inicia uma mudança na grelha de programação: em horário nobre, antecipa a novela brasileira *Xica da Silva* e coloca o noticiário às 21h30.

5 de Junho: a Assembleia da República aprova mudanças à Lei de Televisão, abrindo a possibilidade de os operadores de TV por cabo transmitirem emissões próprias.

23 de Julho: a Assembleia de accionistas da TVI aprova contas de 1996 com um prejuízo de 16.9 milhões de contos.

23 de Setembro: estreia, na RTP1, a novela portuguesa *A Grande Aposta* produzida pela NBP.

29 de Setembro: inicia-se na RTP a emissão de *O Jardim da Celeste*, um programa educativo com 90 episódios de meia hora, direccionado para o público dos 2 aos 6 anos.

4 de Outubro: estreia, na RTP, a série juvenil *Riscos*, que aborda problemas das jovens gerações.

21 de Outubro: estreia, na SIC, *Filhos da Nação*, um programa que mistura acontecimentos reais e fabricados pelo canal. Nessa noite, o canal franco-alemão ARTE passa o documentário “*Cette télévision c'est la vôtre*”, no qual se evidenciam as práticas internas da SIC de corrida às audiências a qualquer preço.

1 de Novembro: estreia, na SIC, *SOS SIC*.

3 de Novembro: a TVI começa a emitir, em substituição de *Xica da Silva*, a novela *As Pupilas do Senhor Reitor*, apresentada como “*a mais portuguesa das novelas brasileiras*”.

5 de Novembro: a SIC assina com a Santa Casa da Misericórdia de Lisboa um protocolo para a transmissão dos sorteios do Totoloto e da Lotaria.

10 de Novembro: a SIC transmite, em horário tardio, o documentário “*Cette télévision c'est la votre*”, sobre si própria, da autoria de Mariana Otero e originariamente produzido para o canal franco-alemão ARTE.

20 de Dezembro: o *Jornal da Noite* da SIC promove um debate sobre o Natal com crianças em estúdio.

1998

7 de Janeiro: entra em funcionamento a RTP-África, um investimento de mais de dois milhões e meio de contos.

8 de Janeiro: o ministro Jorge Coelho deixa a tutela da comunicação social, a qual passa para o Ministério da Juventude, Desporto e Toxicoddependência, tutelado por José Sócrates.

20 de Janeiro: estreia, na SIC, *Médico de Família*.

2 de Fevereiro: a SIC passa a emitir, durante um mês, o seu noticiário da hora do almoço a partir do Porto.

16 de Fevereiro: estreia, na SIC, no segmento da tarde, o *talk show Fátima Lopes*.

19 de Fevereiro: o Conselho de Ministros aprova a proposta de uma nova Lei da Televisão, a submeter à Assembleia da República.

20 de Fevereiro: a TVI comemora cinco anos. O acontecimento mais importante, nesta altura, é a concentração de todos os departamentos do canal em Queluz de Baixo.

9 de Março: demissão de Joaquim Furtado e da restante equipa directiva da Informação e Programação da RTP.

10 de Março: nomeação de Maria Elisa e de Grego Esteves para directores de Programação e Informação da RTP, respectivamente.

13 de Março: a Assembleia-Geral de accionistas da SIC aprova o Relatório de Contas de 1997 com um resultado líquido de 3.025 milhões de contos (um acréscimo de 58.8% em relação a 1997). As receitas publicitárias da estação representaram 55% dos investimentos em publicidade televisiva.

17 de Março: estreia, na RTP1, *Obrigado por Tudo*, um formato produzido pela Videomedia, baseado em *Gracias por Todo*, transmitido no canal espanhol Antena 3.

19 de Abril: o programa da RTP *Domingo Desportivo* passa a ter duas edições.

23 de Abril: o jornal “*Público*” noticia que a Direcção de Programas da RTP suspendeu *Obrigado por Tudo* por falta de qualidade da versão portuguesa deste formato espanhol.

27 de Abril: a SIC emite, durante duas semanas, o *Primeiro Jornal* a partir da cidade de Braga.

30 de Abril: a Assembleia da República aprova na generalidade a nova Lei da Televisão.

2 de Maio: a RTP atinge, no seu *share* médio relativo a Abril, o valor mais baixo de sempre (30.8%).

3 de Maio: estreia, na RTP1, *Assalto à Televisão* um programa que se estrutura por um *casting* que submete 160 potenciais talentos televisivos a uma bateria de provas diversificadas com vista a eleger um apresentador de televisão.

5 de Maio: a Sonae adquire créditos de 2.3 milhões de contos a credores da TVI, tornando-se, assim, o maior credor desta estação.

19 de Maio: a RTP1 começa a emitir *Herman-98*, o novo *talk show* de Herman José.

21 de Maio: abertura oficial da Expo 98.

1 de Junho: a Assembleia de credores da TVI vota por esmagadora maioria a passagem do controlo do canal para a Sonae e a Lusomundo, esta associada ao grupo venezuelano Cisneros.

2 de Julho: assinado um protocolo entre a SIC e o Ministério da Cultura, para divulgação de *spots* informativos de actividades do MC, em troca da cedência de espaços da alçada do Ministério.

19 de Julho: A RTP atinge o *share* de 28.7%, o seu valor mais baixo de sempre.

20 de Julho: estreia, na SIC, a novela *Torre de Babel*, que, no Brasil, originou viva polémica, nomeadamente por cenas entre homossexuais, e que levou a Globo a alterar bastante o guião inicial.

22 de Julho: a nova Lei da Televisão é publicada em “*Diário da República*”.

21 de Setembro: estreia, na RTP1, a série *Ballet Rose*, inspirada no escândalo sexual que abalou o Estado Novo na década de 60.

23 de Setembro: José Eduardo Moniz passa a ser o novo director-geral da TVI, com responsabilidades na área editorial, de programação e técnica.

29 de Setembro: Manuel Roque anuncia, em carta ao primeiro-ministro, a sua intenção de deixar a Presidência da RTP.

1 de Outubro: a SIC e o Ministério da Cultura assinam um protocolo que prevê que a estação, a troco de 600 mil contos, produza 30 telefilmes até 2001.

Governo propõe o nome de José Maria Brandão Brito para novo Presidente da RTP.

8 de Outubro: Um grupo de accionistas da TVI entrega em tribunal uma providência cautelar contra as contas da empresa, aprovadas anteriormente na assembleia de credores.

28 de Outubro: segundo o “*Público*”, a RTP e a SIC foram condenadas a pagar, respectivamente 950 e 750 mil escudos de multa por divulgarem publicidade durante alguns dos seus programas.

7 de Novembro: no *Big Show SIC*, Miguel Simões interpreta uma rábula intitulada “*Santana Copos*”. O visado, Pedro Santana Lopes, na altura presidente da autarquia da Figueira da Foz, reage violentamente contra o *sketch*, anunciando que, em consequência disso, abandonará a política. Queixa-se ainda ao Presidente da República, ao Provedor de Justiça e à Alta Autoridade para a Comunicação Social.

9 de Novembro: o grupo Media Capital volta ao controlo da TVI, ao adquirir 94% do capital da estação.

Estreia, na RTP1, antes do *Telejornal* a novela *Os Lobos*, produzida pela NBP.

25 de Novembro: estreia, na RTP1, a série *Diário de Maria*.

1999

14 de Janeiro: reinicia-se o programa de Margarida Marante *Esta Semana*, na SIC, com três temas e três géneros jornalísticos diferentes (debate, entrevista e grande reportagem).

18 de Janeiro: a SIC e o Ministério da Cultura assinam protocolo para a produção e emissão de 260 programas diários de três minutos dedicados a livros.

1 de Fevereiro: segundo o “*Público*”, ao fim de cinco anos de existência, o *reality show* da SIC *Ponto de Encontro*, apresentado por Henrique Mendes, tem uma lista de espera de 25 mil pedidos.

2 de Fevereiro: estreia, na RTP1, *Cromos de Portugal*.

3 de Fevereiro: a Comissão Europeia envia a vários governos da UE, incluindo o português, cartas a pedir explicações sobre o financiamento das TV's públicas.

12 de Fevereiro: no *ranking* dos 100 programas mais vistos em 1998 na TV portuguesa, 67 são da SIC (o 1º e o 3º são novelas e o 2º é a série *Médico de Família*) e 33 da RTP (destes, 24 são relativos a jogos de futebol). O 1º mais visto na RTP figura na 23ª posição.

17 de Fevereiro: estreia, na TVI, *Quero Justiça*.

18 de Fevereiro: a milésima edição do programa cultural *Acontece* da RTP2 é pretexto para uma festa/programa especial no Convento do Beato.

22 de Fevereiro: inicia-se, com Júlia Pinheiro, o programa *SIC Onze Horas*, misto de *talk show* e informação, para ombrear com o *Praça da Alegria*, da RTP1.

Três meses depois de iniciar nova grelha, a RTP procede a reajustamentos de programação.

25 de Fevereiro: estreia, na SIC, a série portuguesa (adaptação de um formato espanhol) *Jornalistas*, sobre o quotidiano de um jornal e dos seus repórteres.

26 de Fevereiro: estreia, na RTP, a série *Conversas de Mário Soares*, no meio de uma polémica suscitada pelos partidos de oposição por Soares ser candidato do PS ao Parlamento Europeu.

1 de Março: estreia, na SIC, *Duetos Imprevistos*, com apresentação de António Vitorino de Almeida e Bárbara Guimarães; e de *No Sofá Vermelho*, conduzido por Catarina Portas.

4 de Março: a Comissão da Carteira Profissional de Jornalistas adverte que a participação de jornalistas em programas que envolvem televotações os faz incorrer em incompatibilidade profissional.

6 de Março: estreia, na RTP1, *Já que falamos de sexo*, apresentado pelo médico Allen Gomes.

7 de Março: estreia, na RTP1, *Atlântico*, um programa que junta Portugal e Brasil.

10 de Março: o programa de informação regional da RTP1 *País, País* passa a ser emitido de diferentes localidades, debruçando-se sobre a região de onde é emitido.

12 de Março: a SIC decide acabar com o polémico programa *Os Donos da Bola*.

16 de Março: a SIC anuncia, em Assembleia-Geral, lucros de 5.3 milhões de contos em 1998 e 55% do investimento publicitário em televisão.

25 de Março: numa entrevista ao programa de Margarida Marante *Esta Semana*, Paulo Portas faz declarações que levam ao fim da Alternativa Democrática e à demissão de Marcelo Rebelo de Sousa de Presidente do PSD.

2 de Abril: estreia, na TVI, *Reis da Música Nacional*, feito em parceria com a Rádio Nacional.

26 de Abril: a SIC antecipa para as 10h o programa de Júlia Pinheiro e inicia ao meio-dia uma novela com Fernanda Montenegro.

29 de Abril: o programa *Contra-Informação* completa três anos de vida, mantendo-se como o de maior *share* da RTP1.

29 de Abril: Miguel Sousa Tavares regressa à televisão, desta vez à TVI com o programa *Em Legítima Defesa*, onde participam também Paula Teixeira da Cruz e Pedro Rolo Duarte.

1 de Maio: estreia, na SIC, *Pequenos e Terríveis*, apresentado por Catarina Furtado, onde diversas personalidades públicas respondem às perguntas dos mais pequenos.

4 de Maio: Maria Elisa, directora de Programas da RTP, deixa o cargo de directora do serviço de comunicação da Gulbenkian (em que se encontrava em regime de licença sem vencimento).

12 de Maio: estreia, no acesso ao horário nobre da TVI, *Gente Nossa*, com reportagens e conversas em estúdio sobre casos reais de gente anónima.

26 de Maio: a AACS aprova um pedido da TVI de alteração do seu projecto inicial, embora considere que essa solicitação “*questiona as condições em que o concurso de licenciamento de canais hertzianos de televisão foi realizado*”.

5 de Junho: o “*Expresso*” noticia que a RTP deve 5 milhões de contos de IVA ao Estado, relativos às indemnizações compensatórias recebidas entre 1992 e 1998.

12 de Junho: estreia, na TVI, *O Segredo das Estrelas*, um *talk show* feito com pessoas conhecidas do grande público.

19 de Junho: estreia, na RTP, *Sexto Sentido* um magazine semanal de moda, apresentado pela modelo Sofia Aparício.

24 de Junho: estreia, na RTP1, a série *Ballet Rose*.

27 de Junho: estreia, na RTP1, *Saídos da Casca*, um programa com participantes com idades compreendidas entre os 3 e os 6 anos que interpretam sucesso populares.

6 de Julho: a TVI emite uma alegada reportagem, intitulada “*O Brasil aos seus pés*”, que constitui pretexto para divulgar em Portugal “exemplos” do que é, no Brasil, o *Programa de Ratinho*, transmitido no canal SBT.

11 de Julho: estreia, na RTP1, *Destinos de Sofia*, uma série de 13 programas dedicados ao lazer internacional.

28 de Julho: a SIC assinala o arranque da travessia ferroviária do Tejo com uma edição do *Jornal da Noite* emitida a partir da Ponte 25 de Abril.

3 de Agosto: a TVI exhibe um *Especial Informação* dedicado à Tiazinha, um fenómeno da Rede Bandeirantes.

6 de Agosto: estreia, na RTP1, *Noites de Verão*, um programa de música e de jogos variados, transmitido em directo do parque de diversões aquáticas Zoomarine, em Albufeira. No início de Setembro, o director da RTP, João Grego Esteves suspende essas emissões, porque concluiu que os custos globais não justificavam o programa.

7 de Agosto: estreia, na TVI, de *Caras Lindas*, um *talk show* com histórias reais de solidariedade, apelando à participação telefónica dos telespectadores.

14 de Agosto: a TVI bate pela primeira vez o *share* diário da RTP1 e, durante a transmissão de um jogo de futebol em *prime time*, ultrapassa também a SIC.

19 de Agosto: o jornalista Júlio Magalhães deixa a RTP-Porto e passa a dirigir a Delegação da TVI naquela cidade.

Estreia, na TVI, *A Bola é Nossa*, um programa de debate desportivo, com os comentadores António Tavares Telles (FCP), Henrique Viana (Benfica) e João Braga (Sporting). Antes emite-se um *Especial Informação*, intitulado “*Crianças com Cancro*”.

20 de Agosto: a TVI anuncia uma redução de prejuízos de um pouco mais de quatro milhões de contos em 1997 para 1.7 milhões em 1998.

Pinto Balsemão responde às movimentações com vista à tomada de posição no capital da SIC, adquirindo o controlo da maioria do capital desta estação, através da aquisição das participações de várias instituições bancárias.

Estreia, na SIC, o sucedâneo de *Os Donos da Bola* chamado *Jogo Limpo*, com os comentadores Lourenço Pinto (FCP), Cinha Jardim (Benfica), e Eduardo Barroso (Sporting).

22 de Agosto: o “*Público*” dedica quatro páginas ao tema “*RTP: o gigante em estado de coma*”.

23 de Agosto: a SIC inicia a sua “*operação legislativas*”, convidando um líder partidário por dia para o confrontar com reportagens sobre problemas do país.

Jogo Falado transfere-se da RTP2 para a RTP1, contando com os comentadores Pôncio Monteiro (FCP), Fernando Seara (Benfica) e Pedro Santana Lopes (Sporting).

24 de Agosto: a TVI emite “*A Feiticeira*”, uma reportagem sobre a apresentadora do *Programa H*, que rivaliza com as novelas da Globo e que é um novo fenómeno de popularidade brasileira na TV Bandeirantes.

27 de Agosto: Maria Elisa é demitida do cargo de directora de Programas da RTP.

10 de Setembro: o programa *Praça da Alegria*, da RTP1 apresentado por Manuel Luís Goucha, chega à milésima emissão.

13 de Setembro: estreia, na RTP1, a telenovela *Lenda da Garça* e a série policial *Esquadra de Polícia*.

15 de Setembro: arranque das emissões regulares do Canal de Notícias Lisboa.

16 de Setembro: inicia-se na SIC uma série de debates entre pares de líderes dos quatro principais partidos concorrentes às eleições legislativas de 10 de Outubro.

23 de Setembro: debate, na RTP1, entre os quatro líderes dos maiores partidos.

29 de Setembro: a direcção de Programas da RTP anuncia, em conferência de imprensa, o regresso, a partir de 4 de Outubro, da novela portuguesa ao horário nobre.

2 de Outubro: estreia, na TVI, *Todo o Tempo do Mundo*, com Eunice Muñoz e Ruy de Carvalho, com a produção da NBP. Concebido para inicialmente para uma série de 26 episódios, haverá depois de se transformar numa novela.

4 de Outubro: a RTP1 introduz alterações na sua grelha de programação: telenovela em horário nobre, um espaço infantil reforçado nas tardes dos dias úteis e remodelação da informação regional.

7 de Outubro: estreia, na TVI, *Um por Todos*, concurso produzido pela Endemol. É a primeira vez que esta produtora trabalha para a TVI e essa estreia faz-se com um formato internacional que registou, em vários países, *records* de audiência pelas propostas ousadas feitas aos concorrentes. A versão portuguesa é menos arrojada.

13 de Outubro: estreia, na TVI, *Ri-te, Ri-te*.

14 de Outubro: a TVI, com um *Especial Informação* sobre troca de sexos, bate o *share* da SIC em *prime time*.

21 de Outubro: anunciada a transferência de Herman José (bem como de Maria Rueff) da RTP para a SIC, com efeitos a partir de 1 de Janeiro de 2000.

A Administração da RTP apresenta a Formas e Conteúdos-Produção Audiovisual SA, a nova empresa da RTP constituída a partir do Centro de Produção de Lisboa.

11 de Novembro: a fim de abordar os problemas com que se debate o Jardim Zoológico de Lisboa, o “*Jornal da Noite*” da SIC leva para o estúdio papagaios, cobras e um leão.

14 de Novembro: estreia, na SIC, a série *O Tempo dos Dinossauros*, produzida por Tim Haines para a BBC, tendo o primeiro episódio, emitido em horário nobre, sido visto por perto de dois milhões de espectadores.

15 de Novembro: estreia, na RTP1, em horário nobre, a *Crónica do Século*, uma série documental que conta a história de Portugal nos últimos cem anos. Estreia também *Primeira Página*, em que Francisco José Viegas antecipa e discute com um convidado as manchetes dos jornais do dia seguinte.

16 de Novembro: estreia, na TVI, *República & Bananas*, apresentado por Joaquim Letria. Mistura de entretenimento e ficção

18 de Novembro: estreia, na SIC, a novela da Globo *Terra Nostra* que retrata a aventura épica dos italianos no Brasil.

19 de Novembro: estreia, na SIC, *Residencial Tejo*, um formato espanhol produzida pela Endemol e gravada com público ao vivo, o que a aproxima do teatro.

23 de Novembro: Pinto Balsemão torna-se formalmente o accionista maioritário da SIC, com 51%, depois de a Impresa, *holding* que concentra os seus negócios na comunicação social, ter adquirido 26% da Soincom por 26 milhões de contos.

25 de Novembro: a Comissão de Trabalhadores da RTP reúne com o ministro da tutela, Armando Vara, para debater a anunciada redução de 600 trabalhadores na empresa.

26 de Novembro: Grego Esteves apresenta o pedido de demissão de director interino de Programas, cargo que ocupara depois de Maria Elisa ter sido demitida no Verão.

30 de Novembro: João Grego Esteves é designado director-geral da RTP.

30 de Novembro: o programa infantil da TVI *Batatoon* assinala o seu primeiro aniversário a liderar as audiências no período da tarde nos dias úteis.

10 de Dezembro: numa reunião do Conselho de Administração com directores da RTP, fica-se a saber da intenção de criar uma *holding* com três empresas, separando os canais nacionais dos internacionais e ainda o arquivo.

14 de Dezembro: a TVI atinge o seu maior *share* de sempre (25.4%) com o espectáculo “*Há Festa no Hospital*”.

26 de Dezembro: estreia, na RTP1, o programa de Luís Osório *Loja do Cidadão*, dedicado a histórias do cidadão comum.

27 de Dezembro: a TVI passa a ter apenas uma edição do informativo *Directo XXI*, colocando-a às 19h30.

31 de Dezembro: Herman José apresenta *A Última Noite* num espectáculo de fim de ano em que convida muitas das figuras dos seus programas dos últimos 20 anos, e que marca a sua despedida da RTP.

2000

11 de Janeiro: estreia, na SIC, *Amo-te Teresa*, o primeiro de uma série de 30 telefilmes a exhibir no canal de Carnaxide ao longo dos próximos três anos. Este telefilme soma 26.8% de audiência média e 70.9% de *share*, constituindo-se como o filme mais visto na televisão portuguesa desde que há TV privada.

24 de Janeiro: arranque uma nova grelha na RTP. Da RTP2 para a RTP1 passa, no horário da manhã, *Hora Viva: Segurança em Directo*; à noite, estreia, na RTP1, o concurso *Quem Quer Ser Milionário?* e a *sitcom* *Senhora Ministra*.

25 de Janeiro: o Conselho de Opinião da RTP elege António-Pedro Vasconcelos para presidente.

27 de Janeiro: estreia, na RTP1, *Senadores*, um programa de entrevista conduzido por Carlos Cruz.

6 de Fevereiro: estreia, na SIC, *Herman SIC*, escrito pelas Produções Fictícias, e com um formato praticamente igual ao de *Herman 99* (*share* de 69.7%). A RTP1 estreia à mesma hora o programa de Júlio Isidro *Agora é que são Elas* (*share* de 13,4%). Em horário mais tardio, o canal público estreia *Prazeres*, um programa conduzido por Francisco José Viegas.

11 de Fevereiro: estreia, na RTP1, *A Raia dos Medos*, uma série em 13 episódios, que foca a Guerra Civil de Espanha e as suas consequências na vida das populações da raia alentejana, uma co-produção da RTP e da produtora Multicena.

14 de Fevereiro: a TVI promove *Noite Romântica*, um programa de música, emitido em directo do Convento do Beato, dedicado ao dia dos Namorados.

15 de Fevereiro: depois de meio ano de ausência dos ecrãs da RTP, *Maria Elisa* regressa sem alterações de fundo.

A SIC exhibe o seu segundo telefilme: *Monsanto*.

17 de Fevereiro: a TVI emite um *Especial* com uma reportagem intitulada “*A Colina do Sol*”, uma praia brasileira de nudistas, em que o jornalista se deixa filmar também sem roupa.

24 de Fevereiro: o Conselho de Ministro aprova a criação da *holding* *Portugal Global SGPS*, que reunirá sob a mesma tutela os três órgãos de comunicação estatais (RTP, RDP e Lusa) e que será presidida por João Carlos Silva.

20 de Março: o Conselho de Opinião da RTP aprova o novo Conselho de Administração da RTP, presidido por João Carlos Silva, que preside também à *holding* *Portugal Global*.

29 de Fevereiro: assembleia-geral da SIC onde se aprova o Relatório de Contas relativo a 1999, ano em que a SIC registou 3.9 milhões de lucros.

13 de Março: estreia, na SIC, a *sitcom* brasileira *Sai de Baixo* que vai para o ar todos os dias às 12h00.

- 14 de Março:** a SIC exhibe o seu terceiro telefilme: *Facas e Anjos*.
- 21 de Março:** estreia *Investigação TVI*, um programa de informação que surgirá sempre que houver trabalhos jornalísticos de fundo. O tema de estreia é dedicado à instituição de acolhimento de crianças seropositivas “SOL”.
- 31 de Março:** a TVI emite *Bem-Vinda Marina*, um programa de recepção a Marina Mota que vai fazer, na TVI, *Bora lá Marina*.
- 8 de Abril:** estreia, na TVI, a novela *Jardins Proibidos*.
- 12 de Abril:** estreia, na TVI, *Bora lá Marina*.
- 16 de Abril:** estreia, na SIC, *A Muralha*, uma produção da Globo sobre o Brasil do século XVII.
- 18 de Abril:** a SIC exhibe o seu quarto telefilme: *Mustang*.
- 22 de Abril:** a RTP e a SIC transmitem em directo do Brasil os seus noticiários, assinalando os 500 anos da descoberta do Brasil.
- 4 de Maio:** com excepção do PP, a proposta do PSD para privatizar a RTP1 é chumbada na Assembleia da República com os votos contra dos restantes partidos.
- 14 de Maio:** Marcelo Rebelo de Sousa inicia o seu comentário semanal (ao domingo) no *Jornal Nacional* da TVI.
- 14 de Maio:** estreia, na TVI, *Lux*, magazine dedicado a eventos sociais.
- 15 de Maio:** estreia, na TVI, *SOS Crianças*, série de ficção que retrata as urgências pediátricas, produzida pela Fealmar.
- 16 de Maio:** a TVI exhibe um *docudrama* sobre o formato *Big Brother*.
- 17 de Maio:** estreia, na SIC, *Capitão Roby*, versão ficcionada da vida de um dos galãs burlões mais famosos das últimas décadas. No final de cada episódio, relembra-se que qualquer semelhança com a realidade é pura coincidência.
- 19 de Maio:** tomada de posse da Administração da Portugal Global.
- 21 de Maio:** a transmissão do Final da Taça de Portugal, (Sporting e FC Porto, no Jamor) faz com que, pela primeira vez, a TVI ultrapasse, por um dia, as audiências da SIC e da RTP (TVI = 38.2%; SIC = 37.8%, RTP = 18.8%).
- 22 de Maio:** estreia, na RTP1, *Garret*, uma série de ficção histórica de quatro episódios.
- 25 de Maio:** a TVI transmite a Finalíssima da Taça de Portugal entre o Sporting e o FC Porto, tendo pago pelos direitos exclusivos de transmissão 112 mil contos. Esse desafio reúne 25,6% de audiência e um “*hare* de 58.6%.
- 29 de Maio:** estreia, na RTP1, o concurso *Só Números*, um formato da Endemol.
- 30 de Maio:** a SIC exhibe o seu quinto telefilme: *O Lampião da Estrela*.
- 1 de Junho:** estreia, na TVI, a *sitcom* *Marido e Mulher*, um formato protagonizada por José Raposo e Maria João Abreu e produzido por FirmaDois.
- 2 de Junho:** estreia, na RTP1, o *talk show* *João Nicolau Breyner*, tendo como convidados o Presidente da República e o cardeal D. José Policarpo.
- 16 de Junho:** o Conselho de Administração da RTP anuncia a demissão dos elementos da Direcção de Informação e Programação.
- 21 de Junho:** o Conselho de Administração anuncia o nome de José Rodrigues dos Santos para director de Informação da RTP.
- 27 de Junho:** a SIC exhibe o seu sexto telefilme: *A Noiva*.
- 30 de Junho:** arranque a SIC Gold.
- 10 de Julho:** estreia, na SIC, a novela da Globo *Laços de Família*.
- O Director-Geral da TVI anuncia, em conferência de imprensa, Teresa Guilherme como apresentadora de *Big Brother*.
- 22 de Julho:** estreia, na SIC, *O Maior Cabaré do Mundo*, uma série de 13 programas sobre a magia do espectáculo de cabaret, gravado no Moulin Rouge e apresentado por Bárbara Guimarães.
- 2 de Agosto:** a Alta Autoridade para a Comunicação Social considera ilegal a acumulação de cargos de Direcção de Antena e de director de Programas, por parte do presidente da RTP, João Carlos Silva.
- 29 de Agosto:** termina *Médico de Família*, uma série que a SIC exhibia desde Janeiro de 1998.
- 30 de Agosto:** a RTP transmite os seus noticiários da hora do almoço e da noite em directo de Timor-Leste.
- 3 de Setembro:** ante-estreia, na TVI, do *Big Brother* que regista 42.4% de *share*.
- 4 de Setembro:** acompanhando a estreia do *Big Brother*, a TVI renova-se graficamente e apresenta, a partir de hoje, uma nova informação diária às 13h00 e às 20h00. No acesso ao *prime-time*, estreia *Tic Tac Milionário* e, ao serão, surge *Dinheiro à Vista*.
- Estreia, na SIC, *A Febre do Dinheiro*. Nesse dia, esta estação relança o DOT.

3 e 4 de Setembro: a SIC exhibe, em horário nocturno, uma série de reportagens sobre a saúde, inseridas numa emissão especial intitulada *Isto é um Escândalo!*.

11 de Setembro: A Alta Autoridade para a Comunicação Social recusa pronunciar-se sobre a indigitação dos directores de Programas da RTP1 e RTP2, por considerar errado o modelo proposto para a área da programação do operador público. Este é o teor de uma deliberação aprovada por unanimidade e que é inédita na história daquele órgão.

12 de Setembro: a SIC exhibe o telefilme *Um Passeio no Parque*.

15 de Setembro: estreia, na SIC, *Sexappeal*, um programa apresentado por Elsa Raposo que mostra o que sabem/pensam os portugueses sobre sexo.

18 de Setembro: regresso à RTP1 de *Quem Quer Ser Milionário?*, apresentado pela jornalista Maria Elisa.

3 de Outubro: estreia, na RTP1, *O Conde de Abranhos*, série de ficção nacional.

7 de Outubro: estreia, na RTP1, a novela portuguesa *Ajuste de Contas*, emitida ao fim-de-semana.

10 de Outubro: a saída de um concorrente do *Big Brother* proporcionou à TVI o seu terceiro melhor *share* de sempre, depois dos dois jogos de futebol da final da Taça de Portugal.

19 de Outubro: um concorrente do *Big Brother* agride fisicamente uma colega com um pontapé. O caso é notícia de abertura dos noticiários da hora do almoço e da noite da TVI que reúnem, nesse dia, índices de audiência superiores ao costume. Pela segunda vez, a TVI é líder de audiências durante todo o dia. TVI = 40.7%, SIC = 36.7%, RTP = 17.2%.

16 de Outubro: os noticiários da RTP apresentam um novo cenário e uma nova imagem gráfica. O renovado *Telejornal* dá espaço a uma rubrica de informação económica, com as novidades da Bolsa da Lisboa.

19 de Outubro: estreia, na RTP1, *Histórias da Noite*, um programa de jornalismo policial.

26 de Outubro: a Alta Autoridade para a Comunicação Social recomenda à TVI que garanta nas emissões do programa *Big Brother* o respeito pela privacidade, “*constituente da dignidade humana*”.

26 de Dezembro: o *Big Brother* atinge o maior índice de audiências desde o início das emissões, a 3 de Setembro último: 30,2% de audiência média (cerca de 3 milhões de telespectadores), e 72.4% de *share* televisivo.

30 de Dezembro: termina a 1ª edição do *Big Brother*, dando à TVI um *share* de 75%.

2001

8 de Janeiro: arranque das emissões do canal SIC Notícias.

20 de Janeiro: estreia, na SIC, o *reality show* *Acorrentados*. A primeira emissão regista um *share* de 31.3%. A TVI contrapõe *Jardins Proibidos* que reúne um *share* de 48.8%. A TVI promove *O Anel de Marta* cujo *share* ultrapassa *Herman José* (SIC), emitido em sobreposição.

21 de Janeiro: não é transmitido o *Jornal da Noite*. Às 19h00, há a transmissão do Benfica-FC Porto; a seguir aparece *Acorrentados* com o director-geral da estação, Emídio Rangel, a acorrentar a apresentadora Filipa Garnel.

Estreia, na TVI, o *Big Brother 2*.

30 de Janeiro: o *Especial Informação* intitulado *Agonia*, uma reportagem sobre os esforços de um jovem para deixar a toxicodependência, lidera audiências.

12 de Fevereiro: estreia, na SIC, *Noites Marcianas* cujo tema do primeiro programa é a pornografia em Portugal. Na TVI, o *Especial Informação* é dedicado ao erotismo.

24 de Fevereiro: aprovação em Conselhos de Ministros de um diploma que cria a holding *Portugal Global* para gerir a RTP, RDP e Lusa.

19 de Março: estreia, na SIC, a novela portuguesa *Ganância*, produzida pela NBP.

8 de Abril: estreia, na SIC, *Popstars*.

23 de Abril: arranque do canal SIC Radical.

13 de Maio: estreia, na SIC, o *reality show* *O Bar da TV*, produzido por Ediberto Lima, registando 28.9% de *share*.

15 de Maio: transmissão em directo da conversa da concorrente Margarida com os pais no *Bar da TV*, alegadamente sem autorização para tal por parte dos respectivos intervenientes.

20 de Maio: última emissão da 2ª edição do *Big Brother* que reuna 43.4% de *share*.

23 de Maio: a *SIC online* deixa a fase experimental e passa a funcionar em pleno.

30 de Maio: a TVI inaugura novas instalações no Porto.

O Conselho de Opinião da RTP critica o atraso e o irrealismo do Plano de Actividades e Orçamento da RTP para 2001 e a falta de objectivos na programação da estação, acusando ainda o Governo de não cumprir a promessa de sanear as contas da televisão pública.

19 de Junho: estreia, na RTP1, o *reality game O Crime Perfeito*.

8 de Julho: estreia, na RTP 1, *Planeta Azul*, uma série de 13 programas de informação dedicados a questões ecológicas e ambientais, surgindo na sequência de *Bombordo*.

12 de Agosto: o *Domingo Desportivo* passa a ter novo horário e novo formato. Com o início das emissões às 18h30, os telespectadores vêem os resumos dos jogos de domingo 30 minutos após o seu final.

16 de Agosto: Emídio Rangel assume o cargo de director-geral coordenador de conteúdos dos vários canais da SIC, deixando de ser director de Programação e de Informação.

20 de Agosto: estreia, na SIC, *Jerry Springer Show*.

2 de Setembro: começa, na TVI, o BB3 e, no acesso ao horário nobre, estreia a novela *Anjo Selvagem*.

3 de Setembro: estreia, na SIC, o *reality show Confiança Cega*, registando um *share* de 24.5%.

Estreia, na RTP1, a novela portuguesa *A Senhora das Águas*, produzida pela NBP e, na TVI, a novela *Filha do Mar*, da mesma produtora. Neste dia, a TVI lidera as audiências, o que sucede pelo segundo dia consecutivo.

6 de Setembro: estreia, na RTP1, a *sitcom* portuguesa *Paraíso Filmes*.

7 de Setembro: estreia, na RTP1, a série de ficção portuguesa *Segredo de Justiça*.

Emídio Rangel rescinde o contrato que o vinculava à SIC e abandona a estação.

9 de Setembro: estreia, na RTP1, o *reality game O Sabotador*, seguido de *Danza Café*, um concurso que percorre o país e em que os casais inscritos exibem os seus talentos na área da dança.

14 de Setembro: José Rodrigues dos Santos demite-se do cargo de director de Informação na sequência de notícias que anunciam Emídio Rangel para director-geral da RTP.

20 de Setembro: Emídio Rangel assina com a RTP um contrato para director-geral da empresa de serviço público de televisão, assegurando que, sob a sua responsabilidade, “*jamaís a estação de serviço público avançará para programação que choque com a dignidade humana, que mexa com direitos de cidadania*”.

21 de Setembro: a *Praça da Alegria* da RTP1 comemora 1500 emissões.

30 de Setembro: estreia, na TVI, a novela *Nunca Digas Adeus*.

2 de Outubro: José Alberto Carvalho deixa a SIC e assina contrato com a RTP.

3 de Outubro: a Alta Autoridade para a Comunicação Social dá parecer negativo à nomeação de Emídio Rangel para director-geral da RTP (sete contra Rangel, dois a favor). Este parecer não é vinculativo.

6 de Outubro: estreia, na TVI, *Survivor*.

A SIC renova a sua imagem gráfica no dia em que comemora nove anos.

11 de Outubro: Margarida Marante sai da SIC.

27 de Novembro: o magazine cultural *Acontece* comemora a 1600ª edição com um programa especial em directo na RTP1.

3 de Dezembro: a telenovela portuguesa da RTP *Senhora das Águas* passa do pós-telejornal – onde estreou em Setembro – para as 18h45. *Regiões* passa das 19h30 para a hora de almoço, às 13h50, a seguir ao *Jornal da Tarde*.

2002

1 de Janeiro: estreia, na RTP1, *Um Estranho em Casa*.

2 de Janeiro: estreia, na RTP1, a série *Sociedade Anónima*, com argumento de Jorge Paixão Costa e das Produções Fictícias.

7 de Janeiro: estreia, na SIC, a novela portuguesa *Fúria de Viver*, produzida pela Endemol.

8 de Janeiro: o *Jornal Nacional* (TVI) transmite uma reportagem sobre o 100º episódio da novela *Filha do Mar*. Em finais de Fevereiro, a Alta Autoridade para a Comunicação Social considera que isso poderá ter violado o acordo de auto-regulação da programação televisiva, assinado em Setembro último pelos três operadores. Por isso, a AACS pede a reunião da Comissão Arbitral, prevista no mesmo protocolo, mas que terá ainda que ser criada.

13 Janeiro: estreia, na TVI, *Domingo Fantástico*.

14 de Janeiro: *Crónica do Século* regressa à RTP1.

21 de Janeiro: estreia, na SIC, *Informação da Manhã*, apresentada pelo jornalista Bento Rodrigues.

22 de Janeiro: estreia, na SIC, a 3ª edição de *Ficheiros Clínicos*, com apresentação da jornalista Cláudia Borges.

23 de Janeiro: A Media Capital compra 45% do grupo Nicolau Breyner Produções (NBP).

24 de Janeiro: estreia, na SIC, *Hora Extra*, apresentado pela jornalista Conceição Lino.

28 de Janeiro: o *Primeiro Jornal* (SIC) é emitido a partir de Évora. Levar o estúdio do noticiário da hora do almoço para o exterior na última semana de cada mês repetir-se-á nos meses seguintes.

A RTP renova o grafismo e a cenografia, apresentando uma nova estratégia para a informação. Estreia, no segmento da manhã, *Bom Dia Portugal*, apresentado pela jornalista Alberta Marques Fernandes.

9 de Fevereiro: estreia, na TVI, *A Ilha da Tentação*, apresentado por Carlos Ribeiro.

10 de Fevereiro: estreia, na RTP1, *Operación Triunfo* (versão espanhola), produzido pela Gestmusic.

13 de Fevereiro: estreia, na RTP1 em horário nobre, o formato de origem britânica *O Jogo da Espera*, apresentado por Júlia Pinheiro que transitou da SIC para a RTP.

27 de Fevereiro: o Conselho de Opinião da RTP considera que a RTP1 “*tem uma programação que é o contrário do serviço público, representando uma tentativa de concorrência, no pior sentido, com os operadores privados*”.

4 de Março: com a apresentação de Marisa Cruz e Herman José, estreia, na SIC, o *reality show* da Endemol *Masterplan*, antecedido de outra estreia: *As Anedotas do Herman*, uma rubrica diária, com duração de um minuto. O *reality show* teve uma audiência de 9.7 %, metade do valor obtido por *Anjo Selvagem* (19.7%).

7 de Março: estreia, na RTP1, *Gregos e Troianos*, apresentado por Júlia Pinheiro – um *talk show* que se mantém em antena até 25 de Julho.

16 de Março: estreia, na SIC, *Super Sábado*, um programa de quatro horas produzido por Ediberto Lima que regressa, assim, àquela estação depois da polémica com o *Bar da TV*.

7 de Abril: em entrevista à Lusa, o presidente da Media Capital assume a “*informação tablóide*” da TVI e diz que *target* do canal “*são as donas de casa activas*”, afirmando ainda haver “*uma grande harmonia entre a informação da TVI, a sua ficção, o seu entretenimento*”.

22 de Abril: a SIC Radical estreia o *Nutícias*, um programa inspirado numa ideia russa em que a *pivot* se vai despidendo à medida que apresenta as notícias.

5 de Maio: regressa à RTP1 *O Planeta Azul*.

9 de Maio: o ministro da Presidência anuncia os nomes das novas administrações da Portugal Global, RTP e RDP. Para os lugares de João Carlos Silva (RTP), Brandão de Brito, José Manuel Nunes (RDP) e Conceição Leal (RTP) entram por essa via Almerindo Marques, Ponce Leão, Luís Marques e Armando Costa e Silva.

10 de Maio: o ministro Nuno Morais Sarmiento afirma, em entrevista ao programa *Grande Júri* (TSF), que a contratação de Emídio Rangel pela RTP, em Outubro de 2001, “*já não fazia sentido*”, sendo “*uma aposta errada*” que redundou numa “ *direcção disléxica*”.

16 de Maio: o Governo reage ao veto do Conselho de Opinião da RTP sobre a nomeação do Conselho de Administração, anunciando que vai mudar a Lei da Televisão.

29 de Maio: o ministro Morais Sarmento anuncia, na Assembleia da República, a designação e a composição da Comissão Independente nomeada para propor um “*modelo do novo serviço público de televisão*”.

31 de Maio: o Presidente da República envia a Lei da Televisão ao Tribunal Constitucional para apreciação. O TC considerá-la-á inconstitucional.

3 de Julho: a proposta do Governo de alteração à Lei da Televisão volta a ser discutida no Parlamento, com um novo texto que é aprovado pela maioria PSD/CDS.

17 de Julho: a Assembleia-Geral da TVI aprova o Relatório de Contas de 2001 que apresenta um lucro de 9.559.858 euros, ou seja, quase dois milhões de contos.

22 de Julho: presidido por Almerindo Marques, o novo Conselho de Administração da RTP entra em funções, substituindo a equipa dirigida por João Carlos Silva.

23 de Julho: última gala de *Academia de Estrelas* da TVI.

9 de Agosto: a RTP compra a quota de 75% que a PT Multimédia detinha na NTV, passando a controlar a totalidade do capital do canal regional do Norte.

29 de Agosto: Emídio Rangel aceita uma rescisão amigável do contrato que o ligava à RTP.

2 de Setembro: Manuel Luís Goucha, que até então apresentava o programa da manhã da RTP, assina um contrato com a TVI para apresentar um programa semelhante nas manhãs daquele canal.

5 de Setembro: o realizador Luís Andrade é o novo director de Programas da RTP e o jornalista José Rodrigues dos Santos o novo director de Informação.

8 de Setembro: começa, na TVI, o *Big Brother dos Famosos*, atingindo o *share* de 49.2%.

9 de Setembro: começa, na TVI, o *Olá Portugal* apresentado por Manuel Luís Goucha. Na RTP, Jorge Gabriel passa a apresentar, em conjunto com Sónia Araújo, a *Praça da Alegria*.

16 de Setembro: estreia, na TVI, *Vidas Reais*.

29 de Setembro: estreia, na TVI, a novela *A Jóia de África*, gravada em Moçambique.

30 de Setembro: estreia, na SIC, a novela portuguesa *O Olhar da Serpente*, escrita por Felícia Cabrita e Francisco Nicholson e produzida pela NBP.

A RTC, empresa que geria o espaço publicitário da RTP, é extinta.

4 de Outubro: o programa de informação infanto-juvenil *Caderno Diário* termina por falta de jornalistas, depois de uma dúzia de anos na antena da RTP.

6 de Outubro: a SIC renova o grafismo, o genérico e os cenários da informação. Estreia o concurso *Mentes Brilhantes*, apresentado por Bárbara Guimarães.

7 de Outubro: a SIC abre, no período da manhã, um espaço dedicado ao público infantil com o programa *Ió-Ió*, com apresentação de Marisa Cruz.

14 de Outubro: estreia, na RTP1, *Prós e Contras* na RTP1, apresentado por Fátima Campos Ferreira, que vem substituir *Gregos e Troianos*.

Júlia Pinheiro transfere-se da RTP para a TVI.

3 de Novembro: estreia, na TVI, a novela *Amanhecer* e decorre a final de *Big Brother dos Famosos*. A SIC contrapõe um *Especial 75 Horas de Hipnotismo*, uma iniciativa organizada pelo Herman SIC.

6 de Novembro: o ministro Morais Sarmento anuncia, no âmbito da discussão na especialidade do Orçamento do Estado para 2003, o aumento da taxa de radiodifusão de 10% a 15% e a transferência de 30% dessa facturação anual da RDP para a televisão pública.

18 de Novembro: a SIC acusa a produtora Endemol de “*desrespeitar*” o acordo que mantinha com a estação de Carnaxide, ao autorizar a participação de Gisela Serrano (participante do *Masterplan*) no *Big Brother dos Famosos*, transmitido na TVI.

20 de Novembro: sem poder concretizar o programa *A Casa da Gi* que seria apresentado por Gisela Serrano, a SIC apresenta, em conferência de imprensa, *O Meu Nome É Ágata*, um programa diário que resume o dia da cantora Ágata que será permanentemente acompanhada pelas câmaras da SIC.

19 de Dezembro: a RTP1 emite o *Natal dos Hospitais* um programa através do qual conseguirá liderar as audiências, o que de há quatro anos para cá só acontecera em dias de transmissão de importantes jogos de futebol.

2003

6 de Janeiro: estreia, na SIC, *Levanta-te e Ri*, uma emissão de *stand up comedy* feita em directo num ambiente de clube nocturno.

Estreia, na TVI, a novela *Saber Amar*.

10 de Janeiro: estreia, na SIC, *Bombástico*, apresentado por José Carlos Soares que, antes da primeira emissão, entrega a sua Carteira Profissional de Jornalista.

Vidas Reais, que surge nos ecrãs da TVI a 16 de Setembro de 2002 em período de acesso ao *prime time*, passa para os serões de 6.^a feira e de sábado.

21 de Janeiro: estreia, na SIC, *Escândalos e Boatos*, apresentado por Carlos Cruz e, posteriormente, por José Figueiras.

24 de Janeiro: ouvido pelo jornal “*Diário de Notícias*” a propósito das críticas feitas a um juiz no programa *Bombástico*, o presidente do Supremo Tribunal de Justiça afirma que “*é tempo de dizer basta*”.

25 de Janeiro: estreia, na TVI, *Eu Confesso*, apresentado por Júlia Pinheiro.

28 de Janeiro: estreia, na SIC, *O Crime não Compensa*, produzido por Ediberto Lima e apresentado por José Figueiras.

O Conselho Superior de Magistratura (CSM) defende, em sessão extraordinária, a adopção de legislação que “*consagre a indemnização punitiva nos casos de violação de direitos de personalidade cometida através da televisão*”. Uma posição que vem no seguimento da polémica suscitada pelo programa *Bombástico*.

1 de Fevereiro: segundo a Marktest, a RTP conseguiu em Janeiro o melhor resultado desde que o *Big Brother* chegou à televisão portuguesa: 22.8% de *share*. A SIC e TVI têm um empate técnico: 30.7%.

16 de Fevereiro: estreia, na RTP, a versão portuguesa de *Operação Triunfo*, produzida pela *Gestmusic* e apresentada por Catarina Furtado.

6 de Março: estreia, na SIC, *Do Outro Mundo* que explora temas esotéricos.

8 de Março: começam as emissões do canal SIC Mulher.

14 de Março: a directora da SIC Notícias, Cândida Pinto, demite-se do cargo.

15 de Março: Ricardo Costa, subdirector da SIC, é o novo director da SIC Notícias.

21 de Março: segundo a Marktest, os dois canais da RTP conseguem, no seu conjunto, um *share* que não registavam desde meados dos anos 90. A RTP1 regista 23.8% de *share*, mais uma décima que a SIC (23.7%), e o Canal 2 obtém 13.3%. Apesar disso, a TVI ganha o dia com 27.6%.

29 de Março: estreia, na SIC, *Sono da Verdade*, um programa que experimenta a hipnose com os convidados.

1 de Abril: segundo a Marktest, a RTP1 conseguiu em Março o seu melhor mês nas audiências desde meados de 2000. Por seu lado, a SIC não via um resultado tão baixo desde 1994: perdeu oito décimas, registando 29.2% de *share*, ficando a escassas cinco décimas da TVI (29.7%) que, por sua vez, também desceu 1.6 pontos em Março.

6 de Abril: estreia, na TVI, a série *Ana e os 7*, um formato comprada à RTVE.

15 de Abril: estreia, na RTP1, o primeiro dos cinco episódios de *Gente Feliz com Lágrimas*, a adaptação televisiva do romance homónimo de João de Melo.

1 de Maio: Maria São José assume funções de directora-adjunta de Programas da RTP e subdirectora de Produção Nacional.

5 de Maio: estreia, na RTP, *Passo a Palavra*, um concurso resultante de um formato inglês feito em colaboração com a Santa Casa da Misericórdia.

11 de Maio: estreia, na TVI, o formato da produtora holandesa *Eyeworks* *Quem é Mais Inteligente?*, apresentado por Teresa Guilherme e pelo jornalista Júlio Magalhães.

20 de Maio: o Governo aprova o projecto de Lei da Televisão que prevê que as receitas da publicidade da RTP se destinem a financiar a dívida e a novos investimentos, não podendo ser canalizada para a exploração corrente, assegurada pelas verbas transferidas do Orçamento do Estado e pela remanescente da taxa de radiodifusão, designada “*Contribuição para o Audiovisual*”.

16 de Junho: estreia, na TVI, os programas *Jogar para Ganhar* e *Quem quer Ganha*, dois novos concursos, produzidos pela Endemol, que vão preencher as manhãs e as tardes da TVI, de 2.^a a 6.^a feira.

26 de Junho: a Assembleia da República aprova, com os votos da maioria PSD/PP, os diplomas que alteram a Lei da Televisão, reestruturam o sector do audiovisual e avançam com novas regras de financiamento do serviço público de radiodifusão e de TV.

15 de Julho: a Assembleia da República aprova, com os votos da maioria PSD/PP, os diplomas relativos à remodelação do sector audiovisual do Estado e ao financiamento dos serviços públicos de comunicação social e o projecto de lei do CDS-PP sobre a classificação de programas televisivos.

22 de Julho: estreia, na SIC, *A Culpa é do Macaco*, apresentado por João Baião.

4 de Agosto: estreia, na TVI, a novela portuguesa *O Teu Olhar* que substitui *Amanhecer*.

6 de Agosto: o jornal “*Público*” noticia que o programa *Acontece*, editado e apresentado há quase 10 anos por Carlos Pinto Coelho, não vai regressar aos ecrãs da RTP2. “*Não haverá mais ‘Acontece’*. *O ‘Acontece’ morreu*”. Esta é a afirmação feita pelo jornalista àquele diário, após encontros com a Administração da RTP.

12 de Agosto: o jornal “*Público*” noticia que José Sócrates, deputado do PS, abandona os comentários políticos que fazia no *Telejornal* (RTP1) aos domingos à noite. A proposta da TV estatal foi apressada pela saída para a SIC, confirmada neste fim-de-semana, de Pedro Santana Lopes, presidente da Câmara Municipal de Lisboa eleito pelo PSD.

21 de Agosto: assinatura de um protocolo entre operadores públicos e privados, sob a coordenação do Governo, que estabelece, entre outras normas, a redução de publicidade na RTP para seis minutos e meio por hora a partir do próximo dia 1 de Setembro. Os operadores privados têm, por seu lado, três meses para começarem a emitir os programas a que se comprometeram.

22 de Agosto: publicação da nova Lei de Televisão (Lei n.º 31/2003, de 22 de Agosto).

31 de Agosto: estreia, na TVI, mais uma edição do *Big Brother*.

1 de Setembro: estreia, na TVI, a novela portuguesa *Morangos com Açúcar*, colocada no horário do final da tarde, que se assemelha às brasileiras *New Wave* ou *Malhação*.

5 de Setembro: estreia, na SIC, mais uma edição de *Ídolos*.

22 de Setembro: o Estado e a RTP assinam um novo Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão.

28 de Setembro: estreia, na RTP 1, a segunda edição da *Operação Triunfo*.

1 de Outubro: substituindo as produtoras Fo&Co e Edipim, entra em funcionamento a RTP Meios e Produção.

7 de Outubro: o programa das manhãs da RTP1 *Praça da Alegria* assinala duas mil emissões e celebra a data com uma gala em directo, à noite, a partir da praça D. João I dedicada à cidade do Porto.

22 de Outubro: ressurgue, na SIC, a *Grande Reportagem*, com um tempo de permanência em antena efémero. Desaparece como programa autónomo a 19 de Novembro, passando a integrar o *Jornal da Noite*.

27 de Outubro: estreia, na TVI, *Diário da Manhã*, um magazine que vai para o ar das 7h30 às 10h00, apresentado pelos subdirectores de Programação e de Informação, Júlia Pinheiro e Henrique Garcia, respectivamente.

29 de Outubro: estreia, na SIC, *País em Directo* que alterna com *Grande Reportagem*. Termina a 10 de Dezembro.

1 de Novembro: o canal SIC Notícias começa a ser visto em Angola. A Lisboa TV, proprietária do canal e detida pela Impresa, celebra um acordo para distribuição da SIC Notícias com o maior operador de televisão por satélite em África, a Multichoice.

24 de Novembro: a RTP Internacional inicia a transmissão de programas cedidos pelos operadores de televisão privados. A utilização destes conteúdos decorre de um protocolo assinado em Agosto entre a RTP, a SIC e a TVI.

12 de Dezembro: o jornal “*Público*” noticia que a RTP vai chegar ao fim deste ano com receitas de publicidade 20.5% superiores às de 2002, apesar da recente redução do limite máximo para seis minutos por hora. As receitas de 2003 ascendem a 47 milhões de euros, quando no ano anterior tinham sido de 39 milhões.