



Comunicação e Sociedade

REVISTA 15 | 2009 | OS 50 ANOS DO TELEJORNAL

**Os 50 anos do Telejornal:
estudos sobre a informação televisiva**



Universidade do Minho
Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade



Título: COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE 15

Director: Moisés de Lemos Martins

Director-adjunto: Manuel Pinto

Conselho Consultivo

Paul Beaud (revista *Réseaux*, Universidade de Lausana), André Berten (Universidade Católica de Lovaina), Daniel Bougnoux (*Cahiers de Médiologie*/Universidade Stendhal de Grenoble), Manuel Chaparro (Universidade de São Paulo), Paolo Fabbri (Universidade de Bolonha), António Fidalgo (Universidade da Beira Interior, Covilhã), Xosé López García (Universidade de Santiago de Compostela), Jill Hills (International Institute for Regulators of Telecommunications/Centre for Communication and Information Studies, Universidade de Westminster, Londres), Michel Maffesoli (Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien/Universidade de Paris V, Sorbonne), Denis McQuail (Universidade de Amesterdão), José Bragança de Miranda (*Revista de Comunicação e Linguagens*/Universidade Nova de Lisboa), Vincent Mosco (School of Journalism and Communication, Universidade Carleton, Otava), José Augusto Mourão (Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens/Universidade Nova de Lisboa), Marcial Murciano (Universidade Autónoma de Barcelona), José Manuel Paquete de Oliveira (ISCTE, Lisboa), Colin Sparks (Centre for Communication and Information Studies, Universidade de Westminster, Londres), Teun van Dijk (Universidade Pompeu Fabra, Barcelona)

Conselho Científico

Albertino Gonçalves, Alexandra Lázaro, Anabela Carvalho, Aníbal Alves, Bernardo Pinto de Almeida, Felisbela Lopes, Helena Pires, Helena Sousa, Jean Martin Rabot, Joaquim Fidalgo, José Pinheiro Neves, Madalena Oliveira, Manuel Pinto, Moisés de Lemos Martins (Presidente), Nelson Zagalo, Rosa Cabecinhas, Sara Pereira, Zara Pinto Coelho

Conselho de Redacção

Alberto Sá, Ana Melo, Elsa Costa e Silva, Gabriela Gama, Helena Gonçalves, Luísa Magalhães, Luís António Santos, Maria da Luz Abreu, Pedro Portela, Sandra Marinho, Sara Moutinho, Sara Balonas, Silvana Mota Ribeiro, Teresa Ruão

Coordenação do volume: Felisbela Lopes

Apoios: A edição deste número foi apoiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia.

Edição: *Comunicação e Sociedade* é editada semestralmente (2 números/ano ou 1 número duplo) pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS), Universidade do Minho, 4710-057 Braga, em colaboração com as Edições Húmus, Lda., Rua de Paradas, 139 – Vilarinho das Cambas, Apartado 7097 – 4764-908 Ribeirão. Tel. 252 301 382/ Fax. 252 317 555/ *E-mail:* humus@sapo.pt

Assinatura anual: Portugal, países de expressão portuguesa e Espanha: 20 euros. Outros países: 25 euros. Preço deste número: 12 euros.

Artigos e recensões: Os autores que desejem publicar artigos ou recensões devem enviar os originais em formato electrónico para cecs@ics.uminho.pt. Deverão ainda enviar três cópias em papel para CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 4710-057 Braga. Ver normas para publicação no final desta revista.

Grafismo: António Modesto

Tiragem: 750 exemplares

Redacção e Administração: CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, 4710-057 Braga. Tels. 253 60 42 14 / 253 60 42 80. Fax 253 67 88 50 / 253 67 69 66

Impressão: Papelmunde SMG, Lda.

ISSN: 1645-2089

Depósito legal: 166740/01

Solicita-se permuta. Echange wanted. On prie l'échange. Sollicitamo scambio.

Índice

Nota introdutória <i>Manuel Pinto e Felisbela Lopes</i>	5
Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas <i>Felisbela Lopes</i>	7
Vie et mort du citoyen cathodique <i>Guy Lochard e Jean-Claude Soulages</i>	29
Between display and deliberation: analyzing TV news as communicative architecture <i>Simon Cottle e Mugdha Rai</i>	43
Un monde familial. Petite histoire du journal télévisé français <i>François Jost</i>	65
Noticiarios televisivos en España: mayor oferta, menor diversidad <i>Miguel Vicente Mariño e Belén Monclús</i>	77
A notícia de abertura do TJ ao longo de 50 anos (1959-2009) <i>Felisbela Lopes, Manuel Pinto, Madalena Oliveira, Helena Sousa</i>	103
A evolução da grelha programática pré- e pós- <i>Telejornal</i> (1959-2009) <i>Nilza Mouzinho de Sena</i>	127
O <i>Telejornal</i> sob o olhar da cenografia: Da experimentação à imagem de marca <i>Maria do Rosário Saraiva, Luciana Fernandes e José Azevedo</i>	149
O meu <i>Telejornal</i> já não é o nosso: Questões que o determinismo tecnológico coloca ao dispositivo televisivo <i>Luís Miguel Loureiro</i>	163
Jornalismo e cidadãos em interação: Estudo de caso da rubrica ‘Nós por Cá’ (SIC) <i>Rui Couceiro</i>	173
A cobertura jornalística da imigração: para uma teoria da notícia televisiva <i>Isabel Ferin</i>	214
«Onde quer que se encontre... o mundo português.» Representações de Portugal e da emigração na informação da RTP Internacional <i>Manuel Antunes da Cunha</i>	215

Ensaio

Mais do mesmo ou a noite em que a TVI
ofereceu a mesma coisa duas vezes seguidas 233
Adelino Gomes

Leituras

Gabriela Borges e Vítor Reia-Baptista (orgs.) (2008), 241
Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão, Lisboa, Livros Horizonte
Eduardo Cintra Torres

Nota introdutória

Manuel Pinto*

Felisbela Lopes**

O *Telejornal* completa em 2009 exactamente 50 anos de vida, grande parte dos quais actuando sozinho como fornecedor quotidiano de uma perspectiva do país e do mundo a boa parte da população. Este facto merece, *de per si*, uma evocação que apele a uma maior atenção sobre o que foi o seu papel, para que se reforce o positivo, se descubram novos caminhos e se aprenda com os erros cometidos.

Reflectir sobre o papel do *Telejornal* é ter em conta pelo menos três dimensões, a saber: *i)* como vemos esse programa diário, no seu modo de se conceber e apresentar; *ii)* que mundo é que o *Telejornal* nos dá a ver; *iii)* como é que o *Telejornal* nos vê a nós espectadores e à sociedade em que opera e que serve ou deve servir.

Olhar para cada uma destas direcções de um ponto de vista diacrónico, tendo presentes os desafios e encruzilhadas do nosso hoje, corresponde a abrir outras tantas frentes de análise e de debate. Com a especificidade – que é também uma responsabilidade acrescida – de estarmos perante um programa que se inscreve e se destaca num serviço público de televisão. O que para alguns equivale a ser porta-voz e correia de transmissão de quem o sistema democrático colocou, em cada momento, a dirigir os assuntos do Estado, ao passo que, para outros, equivale a uma atenção permanente e profissional à pluralidade de assuntos e de vozes da sociedade e do Estado.

Por estas e outras razões o *Telejornal* em raras alturas deixou de ser motivo de controvérsia. E não foi o regime democrático, instaurado depois de Abril de 1974, que alterou esta característica – *et pour cause!* Certamente que deixámos de assistir aos editoriais e notas de abertura que, antes mesmo das notícias que os censores deixavam passar, nos pretendiam meter na forma da ideologia dominante. Mas as novas formas de censura e de manipulação não precisam de recorrer, nos dias que passam, a vias tão toscas: o que se elege como notícia e o que se deixa em silêncio; o que se enfatiza ou subalterniza; o que se reitera e o que se torna matéria de alusão esporádica; o modo

* Director do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade.

** Investigadora do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade (felisbela@ics.uminho.pt).

como se exerce a acutilância ou a subserviência no tratamento de um assunto ou de um protagonista da notícia – tudo isso são recursos que deixam campo aberto para modos e estilos muito distintos de exercer a função jornalística, nomeadamente num meio televisivo pago pelos contribuintes.

Este número da revista *Comunicação e Sociedade* associa-se, com todo o gosto e empenho, à evocação dos 50 anos do *Telejornal*. E fá-lo da única forma que faria sentido no órgão de um centro de investigação: através da publicação de textos que procuram uma tríplice meta: *i)* dar a conhecer alguma da investigação existente entre nós sobre o programa em causa, quer na comunidade académica quer junto dos agentes mais directamente ligados ao jornalismo e aos *media* e dos cidadãos em geral; *ii)* divulgar investigações sobre a informação televisiva realizada noutros países, nomeadamente em alguns daqueles que celebraram já o cinquentenário do seu telejornal; *iii)* suscitar um maior interesse dos investigadores e dos centros de investigação nacionais das áreas das ciências sociais e humanas e, em particular, dos das ciências da comunicação por um território ainda pouco estudado e, todavia, de enorme relevância cultural e política (dado o facto de continuar a ser o veículo predominante da informação sobre a actualidade de grande parte da população).

A pesquisa sobre o passado, o presente e o futuro do *Telejornal* e dos outros espaços de informação televisiva – diários e não diários – carece de um gigantesco esforço, que urge incrementar na próxima década. Os formatos e conteúdos deste tipo de programas proporcionam, por si sós, abundante e relevante matéria de estudo. Mas é necessário alargar os horizontes às lógicas e estratégias de programação; aos fluxos transnacionais e às novas plataformas digitais de circulação e distribuição de informação de actualidade; à reconfiguração das redacções em grupos multimédia e à redefinição das tarefas e competências dos profissionais; aos complexos jogos estratégico-tácticos entre as redacções televisivas e as sedes dos poderes (onde se desenvolvem e cultivam as fontes organizadas e profissionalizadas); aos modos como as tecnologias digitais e os novos suportes de distribuição estão a reconfigurar a produção e o consumo de informação; aos processos de acesso, uso, apropriação e produção de informação por parte dos utilizadores dos novos serviços e dos cidadãos em geral.

Um cenário desta envergadura representa um grande desafio, mas do qual a sociedade vitalmente carece. O Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS) da Universidade do Minho desenvolve, desde há mais de uma década, uma vertente de investigação centrada precisamente no *Telejornal* e, mais geralmente na informação televisiva. Tal vertente representa um âmbito estruturante do Centro, com várias obras publicadas, de que este número constitui igualmente um resultado. Mas torna-se necessário, a nosso ver, perspectivar uma articulação de projectos oriundos de investigadores de diferentes centros, nacionais e estrangeiros, para conferir uma escala e ambição maiores a iniciativas científicas que importa lançar futuramente. Para tal, a recente constituição do grupo de Estudos Televisivos, no âmbito da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (SOPCOM), pode vir a ter um papel fundamental em iniciativas que projectem para outro patamar a investigação que se faz em Portugal sobre o meio televisivo e, particularmente, sobre a informação *na* e *da* televisão.

Estudos televisivos: perspectivas diacrónicas

Felisbela Lopes*

Resumo

Que caminhos têm trilhado os estudos televisivos ao longo dos anos, nomeadamente ao nível da informação? Uns vão isolando fases distintas que caracterizam a TV em determinado momento, outros vão procurando sinais de continuidade num percurso com pouco mais de meio século; outros ainda têm ido no encaço de uma espécie de terceira via que pense de forma não dogmática essas variações. Serão em número significativo aqueles que estudam a televisão numa perspectiva diacrónica e poderemos, entre eles, salientar metodologias que se integram em cada um destes vectores. Este artigo propõe fazer uma síntese destes percursos.

Palavras-chave: TV, perspectivas teóricas, paleo-TV, neo-TV, hiper-TV.

Estudar a televisão ao longo do tempo implica escolher caminhos. Porque a TV é complexa. Faz-se de múltiplas linguagens e códigos diversos que mudam ao longo do tempo. Integra um corpo profissional em permanente mutação. Relaciona-se com vários campos exteriores (político, social, cultural, económico...) em reconfigurações contínuas. Neste contexto, John Corner (2003) abre possíveis vias de investigação, que podem perspectivar a TV como...

- *instituição*. A TV é, a este nível, encarada enquanto indústria com organizações particulares, condicionada fundamentalmente pela política governamental. Discursos políticos, legislação, relatórios de contas e actividades são fontes fulcrais;
- *programação/realização*. Interessam aqui a cultura e as práticas profissionais que adquirem novos contornos ao longo do tempo. Essa mutação poderá ser percebida através, por exemplo, de relatos autobiográficos, análise de grelhas de programação e de programas;

* Investigadora do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade (felisbela@ics.uminho.pt).

- *fenómeno sociocultural*. A TV é entendida como um “facto social” estruturante e estruturada em relação à rede social. É, pois, neste binómio televisão-sociedade que se desenvolve uma reflexão que será sempre articulada em diálogo permanente entre essas duas esferas: a televisiva e o espaço público/privado;
- *representação e forma*. A forma em TV também é conteúdo e está em permanente evolução. Programas de um passado recente depressa se tornam anacrónicos. Este vector dificilmente poderá ser considerado sem o recurso à visualização de certas emissões, uma tarefa apenas possível a partir do momento em que as televisões começaram a preservar em arquivo aquilo que emitiam;
- *tecnologia*. A evolução do audiovisual é, a este nível, pensada em função das inovações tecnológicas que impõem outras formas de dizer e mostrar a realidade. Trata-se de uma via que retoma a corrente do determinismo tecnológico, inaugurada por Harold Innis e seguida por tantos outros. Mesmo os críticos destas teses reconhecem a sua importância. Como Neil Postman (1994: 25), que tentou 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”).

De entre a multiplicidade de caminhos a percorrer, emerge uma questão de fundo: como estudar a TV, nomeadamente a informação televisiva, ao longo dos anos? Isolando fases distintas que a caracterizem em determinado momento ou procurando sinais de continuidade num percurso com pouco mais de meio século? Ou, então, indo no encalço de uma espécie de terceira via que pense de forma não dogmática essas variações? Serão em número significativo aqueles que estudam a televisão numa perspectiva diacrónica e poderemos, entre eles, salientar metodologias que se integram em cada um dos três vectores. Uma linha com produtividade tem sido aquela que encontra períodos distintos no seu desenvolvimento, sem, no entanto, apresentar uma terminologia comum. Contudo, há variáveis que se revelam pertinentes para delimitar fronteiras, tais como:

- *as políticas de comunicação e o relacionamento do poder político com o audiovisual*, destacando-se a decisão de colocar ponto final ao monopólio televisivo e a consequente abertura do espectro televisivo ao sector privado. Situam-se a este nível os trabalhos, por exemplo, de Missika e Wolton (1983), de Umberto Eco (1985) e de Francesco Casetti e Roger Odin (1990);
- *as inovações tecnológicas* (novos modos de mostrar a realidade). Poderemos integrar aqui os trabalhos de Hervé Brusini e Francis James (1982), mais centrados nos primeiros anos da televisão, sublinhando o impacto que a criação dos estúdios teve na concepção dos noticiários, ou, mais recentemente, a investigação de Jean-Marc Vernier (1999) que distingue três modalidades do ver que as imagens televisivas foram criando ao longo dos anos;
- *o surgimento e reformulação de formatos/géneros televisivos* (que implicam outro relacionamento com as audiências). Sobressaem aqui as investigações de Noël Nel

sobre os debates televisivos e as de Dominique Mehl sobre *talk shows* e *reality shows*.

Há uma outra linha que insiste em procurar na TV traços mais estruturais e trans-históricos. As investigações situadas a este nível não ambicionam ser “históricas”. Chega-lhes conseguir percorrer linhas genealógicas de determinados momentos, géneros ou públicos televisivos. Há autores que preferem o conceito de “arqueologia” ao de “genealogia” para interrogar as condições de emergência da TV, como é o caso de William Uricchio. A noção de “génese” parece não levantar problemas a muitos investigadores que orientam os seus trabalhos para explicar a formação de certos géneros televisivos, como Caughie (2000), Jacobs (2000), Godinho (2005), ou a recepção televisiva de certos programas, como Spigel (1992). Em França, François Jost é um dos partidários mais conhecidos desta escola contestatária de divisões rígidas. Na introdução do livro *La Télévision du quotidien* (2001), o investigador escreve isto: “será mais produtivo recuar à origem do fluxo televisivo para encontrar na nascente desse rio tranquilo que leva tudo consigo os seus múltiplos afluentes que o transformaram naquilo que ele é, aí onde o vemos correr” (2001: 7). Mais à frente, há-de lembrar que os títulos de programas da TV dos anos 50 e 60 se faziam com verbos na segunda pessoa do singular, traço que pensamos distintivo da TV dos anos 80/90 (2001: 112)¹. Encontramos o mesmo quadro noutros países europeus, nomeadamente se as nossas referências temporais forem os primeiros anos da TV.

Entre aqueles que propõem etapas/períodos definidos e aqueles que defendem estudos de natureza genealógica mais atentos a traços estruturais da TV, abre-se espaço para uma espécie de terceira via. Neste nível, Guy Lochard (2002), apoiado em Jean-Claude Soulages, com quem desenvolve investigação no campo dos estudos televisivos, propõe uma nova atitude metodológica e epistemológica assente na noção de “configuração”, tal como a definiu Norbert Elias. A proposta deste investigador parte de dois conceitos-chave: *constrangimento* (“contrainte”) *situacional* e *imaginário comunicacional*. O primeiro – que sai dos seus trabalhos de análise de discurso centrados na palavra televisiva – remete para situações televisivas específicas (de um género televisivo, de uma franja horária, de um determinado período, de uma forma de transmissão...) e exige a ponderação de factores diversos (políticos, tecnológicos, sociais, económicos, espaço-temporais...). O segundo permite pensar de forma mais flexível as mutações por que passa a comunicação televisiva, ligando as instâncias de produção às de recepção. Esta linha de trabalho afasta-se de sistemas explicativos holísticos desenvolvidos numa concepção linear do tempo histórico. Aqui, “somente” interessa o processo de *con-figuração* que determinadas emissões vão ganhando ao longo do tempo, podendo esse processo obedecer a uma lógica circular ou de zigzag.

¹ 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).

I. A TV ao longo do tempo...

O entendimento daquilo que a informação televisiva tem sido é favorecido pelo conhecimento acerca do percurso trilhado pela TV. Como instituição com idiossincrasias internas que vão sendo metamorfoseadas, com uma programação que evolui por continuidade, conferindo-se assim à televisão que consumimos sentidos em permanente configuração. A esse nível, as investigações tomam caminhos diversos. Porque ambicionam metas diferentes e seguem metodologias próprias.

A(s) história(s) da televisão

Não é fácil constituir a historiografia do meio audiovisual. Circunscrevendo-se à realidade espanhola, Rafael Gómez Alonso, num artigo intitulado “Investigar la Historia de la television en España: algunos problemas documentales y metodológicos”, defende que os estudos longitudinais deste campo se configurarão sempre como uma área multidisciplinar para onde confluem análises estéticas, sociológicas, económicas, políticas..., mas essa diversidade de caminhos não anula uma dificuldade de partida: a ausência de importantes fontes primárias (acesso à emissão), nomeadamente num período que remonta à fase de criação e solidificação deste meio de comunicação social. De facto, a constituição histórica do percurso da televisão colide com a fragilidade de arquivos que, numa fase inicial, eram praticamente inexistentes. Na sua “pré-história”, as empresas televisivas não gravavam programas e, mesmo depois do uso generalizado do videogravador, muito material ou era desgravado para reutilização de fitas ou perdia-se em centros de documentação ainda pouco organizados. Significa isso que, à falta de fontes visuais televisivas, a investigação que procura reconstituir a arqueologia/genealogia da TV é muitas vezes obrigada a recorrer a fontes escritas (jornais, revistas da especialidade, dados estatísticos, anuários...) e fontes orais (testemunhos soltos, entrevistas guiadas...), originando estudos diversos com metodologias distintas.

Na literatura sobre os estudos televisivos, encontramos várias obras que, em título, declaram ser a “história da televisão” de determinado país. Na maioria dos casos, trata-se de livros escritos por pessoas que trabalharam nessas empresas de TV e que, por isso, viveram muitos dos momentos que retratam. Num registo essencialmente descritivo e não raro salpicado de apreciações pessoais, esses títulos destacam datas particulares, recorrendo à reconstituição das memórias dos protagonistas de determinadas emissões, à citação de documentos internos das próprias empresas ou à visualização de certos programas que se distinguiram na grelha por motivos variados. Usando metodologias de pesquisa semelhantes, a arrumação de conteúdos confere às diferentes obras desenhos particulares.

Numa extensa obra de mais de mil páginas, Asa Briggs (1995) acompanha a evolução da TV britânica desde a sua génese até finais do século XX, procurando agarrar a respectiva arqueologia, explorando o significado de certos programas e as audiências reunidas por determinados formatos, problematizando a influência de descobertas tecnológicas. Trata-se aqui de uma abordagem de enfoque plural que explora fontes variadas (leis, estudos académicos, relatórios da BBC e da entidade reguladora do audiovisual...), conforme o ângulo privilegiado em dado momento. Em Itália, o crítico televisivo e

professor da Universidade Católica de Milão, Aldo Grasso (2004), num livro com quase mil páginas, lembra os programas mais significativos da televisão italiana entre 1954 e o ano de 2000. Isolando cada ano num capítulo específico, este investigador recorda, através da revitalização das grelhas televisivas, profissionais da televisão, formatos que se popularizaram, figuras que as emissões consagraram, programas que reconfiguraram géneros, fazendo na parte final de cada capítulo uma cronologia dos momentos mais significativos e três ou quatro apontamentos bibliográficos. Em Espanha e em França encontramos obras semelhantes da autoria de Lorenzo Díaz (2006) e de Brochand e Mousseau (1982), respectivamente. Em Portugal, a obra que faz um retrato mais completo daquilo que foram os primeiros 50 anos da RTP é da autoria de Vasco Teves (2007), um jornalista que ocupou cargos de chefia nos primeiros anos de actividade da empresa de serviço público de televisão. Ao longo de quase quinhentas páginas, ilustradas com muitas fotografias da RTP, recordam-se emissões de referência, contam-se episódios caricatos, apresentam-se depoimentos pessoais de muitos profissionais que, mais ou menos conhecidos, fizeram a televisão ao longo de meio século. Não poderemos ler estas obras de acordo com o protocolo de leitura que o título impõe: *História de...* Faltam-lhes rigor na pesquisa documental, diversidade e cruzamento ao nível das fontes que se impõem em estudos de natureza histórica, neutralidade no registo. Todavia, todos estes livros constituem um acervo importantíssimo daquilo que as várias empresas de audiovisual foram ao longo do tempo. Qualquer estudo que se queira científico dificilmente poderá ignorar estes livros que reúnem informações que não estão em mais lado nenhum, grande parte dos quais editados por altura de aniversários importantes das empresas de serviço público, como se essas obras se constituíssem como uma espécie de repositório a partir do qual poderemos iniciar um qualquer projecto de investigação.

A programação televisiva ao longo dos anos...

A programação televisiva é um dos vectores explorados por vários investigadores que se dedicam a essa linha de estudo de forma autónoma ou complementar. Nem sempre com uma perspectiva diacrónica, mas mesmo os trabalhos que se centram em determinado período não ignoram aquilo que foi a oferta televisiva que pretendem analisar. Por isso, cada uma destas investigações se reveste de muito interesse, quando se pretende criar um fio temporal em matéria de programação televisiva qualquer que seja o género que nos ocupe.

A literatura oferece aqui caminhos nem sempre coincidentes. Os trabalhos de Raymond Williams, de enfoque sociológico, são pioneiros a este nível, nomeadamente o seu livro *Television, Technology and Cultural Form*, publicado em 1974. 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. Na sua perspectiva, 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. Por ter uma realidade mais próxima da nossa, é na Europa que encontramos estudos que suscitam mais a nossa atenção. Em Itália, as investigações de Umberto Eco, nomeadamente as que incidem nos conceitos de “paleotelevisão” e de “neotelevisão”, serão de menção obrigatória. Também é importante o trabalho de análise de grelhas e de entrevistas a programadores de canais televisivos feito por Nora Rizza (1990: 17-55) e a sua proposta do termo de “palimpsesto” para falar da programação televisiva como a disposição sucessória de programas que, num certo período temporal, são determinados por certos factores (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). 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. Esta proposta deve ser complementada com as de Casetti e Odin (1990) que 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) que se desenvolve por “hiperfragmentação” (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). Em Espanha, Mariano Cebrián 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 1978. Esta problemática vem sendo retomada nos sucessivos livros que tem publicado. 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. No entanto, essa ideia de unidade seria sempre construída com base em aparentes micro-descontinuidades. A 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 hiperfragmentação” (1996: 63).

A este nível Ib Bondebjerg (2002) sublinha um ponto importante: o estudo da evolução do macrodiscurso televisivo devolve-nos importantes elementos para pensar a história da TV em termos macro-estruturais, mas convém não excluir dessa análise aquilo que organiza uma grelha: os programas. A oferta televisiva como uma realidade composta por elementos específicos inseridos num macrodiscurso global é uma perspectiva adoptada por outros investigadores. Por exemplo, por Guy Lochard e Henri Boyer

(1995). Em Portugal, há poucos estudos desenvolvidos de forma sistemática em torno da programação televisiva, ao contrário da nossa vizinha Espanha, onde se acumulam trabalhos: Cortès (1999), Contreras e Palácio (2001). No nosso país, destacam-se duas teses de doutoramento: a de Hália Santos Costa, 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; e a de Nilza Moutinho de Sena defendida em 2007 e intitulada “A Televisão Portuguesa: caracterização da oferta televisiva em Portugal (1990/2005)”. Esta última investigação procura caracterizar a oferta televisiva dos operadores generalistas e aferir as principais funções subjacentes aos conteúdos emitidos num intervalo de tempo de década e meia, analisando várias dimensões da programação televisiva: tempos de emissão global do período em estudo; tempos de emissão em horário nocturno por áreas de programação e géneros televisivos; programação da RTP, SIC e TVI ano a ano (tempos totais de emissão, tempos de emissão por grupos de programas e por franjas horárias; tempos de emissão segundo a origem e idioma dos programas emitidos nos três canais); oferta televisiva em épocas festivas; tempos de emissão do mesmo produto televisivo no mesmo horário (*timing* do arranque do primeiro intervalo do horário nobre); programas de formato igual/semelhante; grelhas-tipo; audiências, *shares* e investimento publicitário.

Existem trabalhos que, não se centrando na programação, passam por essa análise quando desenvolvem o estudo de determinadas problemáticas. É o exemplo dos estudos de programação infantil de Cristina Ponte (1998) e de Sara Pereira (2004) e de programação informativa de Felisbela Lopes (2005). Ambos de natureza longitudinal que se estendeu por um período de mais de uma década.

Da paleo à hiper TV...

O estudo da programação televisiva permite-nos alargar o nosso conhecimento daquilo que tem sido a televisão ao longo do tempo. Estamos aqui ao nível semântico não-sígnico da enunciação que pode ser agarrado essencialmente por dois caminhos: pela ligação do audiovisual aos poderes que a tutelam (em território europeu esse papel circunscreveu-se, em regime de monopólio, aos sucessivos governos), explorando-se aqui o sistema político vigente e o quadro legislativo que foi sendo construído; pela significação das emissões, seguindo-se aqui vias emprestadas à semiótica e à sociologia. Qualquer um deles oferece um conhecimento profícuo a quem procura perceber os caminhos que a informação televisiva percorreu ao longo dos anos. Neste contexto, poderemos afirmar que são essencialmente três as fases da TV: a da *paleotelevisão*, a da *neotelevisão* e a da *hipertelevisão*, nascendo cada uma num certo contexto de época e estruturando, por seu lado, uma determinada realidade social.

À TV dos primeiros tempos, que vingou em regime de monopólio (uma realidade vivida em terreno europeu), poderemos associar um Estado-Providência muito zeloso (talvez até manipulador) dos conteúdos emitidos. À TV que surgiu na era da desregulamentação, poderemos juntar a força de grupos mediáticos que viam no audiovisual uma oportunidade para conquistar substanciais lucros à custa da atracção de audiên-

cias que se pretendia reunir em massa em torno de determinada emissão. À TV que emerge com as promessas do digital, poderemos agregar as potencialidades oferecidas por tecnologias que permitem transformar as audiências/públicos em produtores ou, pelo menos, em parceiros activos da programação televisiva. Os estudos que se centram nos primeiros anos de actividade da TV em território europeu interrogam essencialmente a sua natureza de serviço público e a sua ligação a um Estado-Providência que se caracterizou, durante um determinado tempo, por um regime ditatorial. Nos primeiros tempos, a televisão na Europa é, acima de tudo, a voz do Estado, um cenário que difere substancialmente daquilo que acontece nos Estados Unidos, onde a actividade televisiva dá os primeiros passos ligada ao sector privado². 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 caminho traçado pelo operador público português, Manuel Pinto nota que a RTP não teve a preocupação de motivar formas de participação dos cidadãos no seu seio (2003: 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”. Estas anotações poderiam referir-se aos primeiros anos

² 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).

da TV pública de vários países europeus. 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 destina³. 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, nos primeiros anos, fizeram dela uma janela aberta para um meio ainda imune a pressões políticas. Referimo-nos quer à chamada “televisão dos engenheiros”, cujas preocupações se focalizavam na capacidade para transmitir uma imagem à distância, descurando-se conseqüentemente qualquer apuramento dos conteúdos; quer à “televisão dos realizadores”⁴, preocupada em dar ao público programas de géneros diversificados. 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 os políticos se aperceberam do poder deste novo meio de comunicação. E foi assim que, na Europa, a TV passou a ser controlada pelo Estado.

A abertura do espectro televisivo ao sector privado veio alterar a essência da televisão. Adoptando uma perspectiva sócio-semiótica, 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). 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 permanente-

³ Circunscrevendo-se aos textos audiovisuais, Gianfranco Bettetini (1996: 110) identifica cinco sujeitos activos no circuito enunciativo: o sujeito transmissor empírico (o produtor), o sujeito enunciativo (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.

⁴ A esta fase que a televisão atravessou na Europa corresponde nos Estados Unidos a “era dos produtores”.

mente em se conectar com o maior número de espectadores, a *neotelevisão* acentua essa dimensão sintáctica. A designação de “neotelevisão” é retomada por vários teóricos, principalmente em Itália, com os trabalhos de Francesco Casetti e Roger Odin⁵ (1990), de Sandra Cavicchioli e Isabella Pezzini (1993) ou de Maria Pia Pozzato (1995), que também se dividem por campos da sociologia e da semiótica. 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, Williams, que seguia um enfoque sociológico, lembrava que a TV se convertia progressivamente no tópicio 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. A vida do cidadão comum é um eixo importante para a *neotelevisão* e, por extensão, para os estudos que se centram nesta fase do audiovisual. 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 contada 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. E são alvo de apurada atenção nos estudos televisivos centrados neste período. É o caso dos trabalhos de Eliseo Veron (1983), Casetti e Odin (1990), Lochard e Boyer (1995), Dominique Mehl (1996), François Jost (2001).

A terceira fase da televisão, que chega com as potencialidades do universo do digital e as promessas de interactividade, poderia fechar os estudos televisivos nas teses de determinismos tecnológicos. No entanto, os trabalhos que procuram caminhos para aquela que se vai tornando conhecida como *post-television* (Piscitelli, 1995) (Ramonet, 2002) (Missika, 2006) ou *hipertelevisão* (Scolari, 2006) cruzam o campo da tecnologia com a sociologia, a estética, a semiótica (Lopes, Loureiro, 2008). É também o caso das investigações do canadiano Lafrance (1999), do espanhol Castells (2004) ou do português Cardoso (2006). Paralelamente a uma linha de relativa confiança das virtua-

⁵ 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.

lidades da tecnologia, abre-se uma via alternativa de crítica oriunda principalmente de quem se situa noutros campos. Num artigo escrito para a revista *The New Atlantis*, a especialista norte-americana em Bioética Christine Rosen propôs no início de 2005 o conceito de “egocasting” para falar de “um mundo onde exercemos um controlo sem precedentes sobre o que vemos e o que ouvimos” (2005: 67). O que nem sempre é positivo, porque, ao “evitar conscientemente ideias, sons e imagens com as quais não concordamos ou de que não gostamos”, poderemos estar a amputar uma parte importante do espaço público democrático: o confronto de diferentes ideias/realidades. Esta será uma posição bem cara a Dominique Wolton, um defensor da TV generalista como garante da coesão social que não vê, na passagem para o universo do digital, benefícios que potenciem a comunicação televisiva. Pelo contrário (Wolton, 2000). Seguindo os caminhos da semiótica, Eliseo Veron (2001) afirma que as etapas da TV são diferenciadas pelos “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”. Na segunda fase, a televisão torna-se 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-mediaticizado 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.

Reconhecendo que a televisão generalista está em crise, catorze investigadores de diferentes países (Brasil, Singapura, França, Suíça, Espanha, Canadá...), inscritos em diferentes correntes de investigação (economia política, políticas da comunicação, estudos de recepção...), editaram um livro (Moeglin e Trembly, 2005) para reflectirem em conjunto, sob diferentes perspectivas, acerca do futuro deste tipo de canais. Não conseguindo definir a actual televisão generalista que, neste início do século XXI, todos acreditam estar a virar a página, os investigadores apresentam a sua proposta colectiva nas primeiras páginas desta obra (2005: 13):

A TV generalista encontra a sua especificidade na conjugação de várias características cuja tradução se altera de acordo com os contextos e as circunstâncias: é uma televisão mais ou

menos de massa, mais ou menos gratuita de acordo com as respectivas formas de difusão, dirige-se a um cidadão médio, cujo perfil varia com o tempo e o lugar, pretende chegar ao grande público, mas nem sempre ao mesmo tempo.

Deste posicionamento sobrai um contributo importante para os estudos televisivos: o imperativo de se atender à natureza do meio de comunicação que se pretende analisar, sem perder de vista elementos que gravitam à volta do campo televisivo e campos que, embora distantes, exercem também uma grande influência sobre aquilo que o pequeno ecrã é.

II. Do noticiário televisivo feito ao ritmo diário à informação semanal

A informação televisiva pode dividir-se em dois grandes grupos: a que é feita a um ritmo diário, sendo os noticiários o género dominante; e a que é feita ao ritmo semanal e que integra programas de grande entrevista, de reportagem ou de debate. Não se trata propriamente de áreas estanques. O conhecimento de uma implica uma melhor compreensão da outra. E muitos dos estudos longitudinais não ignoram essa extensão do saber.

São numerosos os trabalhos que elegem o noticiário televisivo, nomeadamente aquele que é emitido ao início da noite, como objecto de estudo numa perspectiva diacrónica. Destacamos aqui os estudos desenvolvidos em território francês, onde foi emitido o primeiro noticiário europeu, poucos dias depois da estreia do CBS-TV News, um formato diário com quinze minutos que viria depois a integrar o nome do seu apresentador: “Douglas Edwards with the news”. A 29 de Junho de 1949 estreia, então, na TV pública francesa (RTF), o “Journal Télévisé” (JT), que será emitido três vezes por semana até 14 de Julho, altura em que o canal suspende a sua programação durante seis semanas por causa das férias. Benoit d’Aiguillon (2001) reconstitui, numa tese académica, momentos significativos do mais antigo noticiário francês. Recuperando textos políticos que enquadravam (limitavam?) a informação televisiva, sublinhando as possibilidades abertas por sucessivas descobertas tecnológicas, evocando a constituição de grelhas televisivas por onde o JT foi errando e recordando algumas figuras que mais se salientaram na apresentação do noticiário, a investigadora constitui um trabalho de metodologia heteróclita, mas que consegue alguma unidade por não se desviar do objecto de estudo central do seu trabalho: o JT da TV pública francesa ao longo dos seus 50 anos. “Produto não pensado no seus primórdios” (2001:26), o noticiário cedo suscitou a atenção do poder político, que controlava conteúdos e apurava a apresentação do poder em cena:

Depois da sua nomeação como chefe de Estado, o general De Gaulle utiliza a TV para a sua primeira intervenção na Primavera de 1958. Aparece por detrás de uma quantidade de micros, com óculos grossos e pronuncia um discurso de tom solene, supostamente dirigido a milhões de franceses. Aconselhado pelo publicitário Marcel Bleustein Blanchet, corrige rapidamente esse erro de partida. Suprime a quantidade de micros, separa-se dos óculos,

aprende de cor o seu texto e personaliza o seu discurso dirigindo-se a cada francês. O General apercebe-se rapidamente da importância da TV e do noticiário como meio de comunicação. (Aiguillon, 2001, 106-7)

A criação de um estúdio a 1 de Novembro de 1954⁶, a chegada do magnetoscópio profissional e do teleponto nos anos 60, o aparecimento da cor em 1967, o surgimento da câmara Bétacam no início dos anos 80⁷ e da infografia no começo dos anos 90 são elementos que possibilitam perceber melhor as mudanças estéticas e de estrutura por que foi passando o noticiário.

Arnaud Mercier, que prefacia a obra de Aiguillon, havia publicado quinze anos antes um livro que intitulou precisamente *Journal télévisé* (1996). Não é tão pormenorizado na história do noticiário como a sua discípula (embora apresente sucintamente alguns dos momentos-chave desse programa entre 1949 e 1988), mas o seu trabalho faz uma interessante ponte com a sociologia das profissões que o leva a problematizar o trabalho dos jornalistas da TV (2001: 56-105); com a sociologia da comunicação que lhe permite interrogar a influência do jornalismo televisivo no espaço público (2001: 108-140); e com a semiótica discursiva que abre portas à discussão acerca da ligação e tratamento da política no noticiário televisivo (144-300). Retira-se assim o *Journal Télévisé* de um universo autotélico, para o colocar em diálogo com o meio envolvente, privilegiando-se aqui o campo político, aquele com o qual a informação televisiva terá construído uma relação quase umbilical desde os seus primórdios, como Mercier bem documenta.

Outros trabalhos, desenvolvidos noutros países, também privilegiam a ligação ao campo político como um vector fundamental de análise dos noticiários televisivos. Porque, na sua génese, a TV, enquanto serviço público, construiu uma relação demasiado estreita com os Governos dos respectivos países, alguns dos quais a viverem regimes ditatoriais. Um dos primeiros estudos feitos em Espanha sobre o “Telediario” é da autoria de Miguel de Aguilera (1985). Num capítulo de abertura, intitulado “A televisão como meio dominante”, percorrem-se as etapas por que passou o audiovisual até aos anos 80, especificando-se o caso da TVE do ponto de vista do enquadramento jurídico e da estruturação interna (organização da empresa, receitas, despesas...). Explica-se a “instituição” para perceber melhor o jornalismo que foi sendo possível fazer, uma matéria que ocupa um segundo capítulo, onde se destacam o relacionamento do poder político com a informação televisiva, as potencialidades abertas pelas novas tecnologias e a programação informativa construída ao longo dos anos, vectores considerados estruturantes na construção diária dos noticiários. Feitos os enquadramentos que se consideram fundamentais, abre-se, então, um terceiro e último capítulo para a análise sócio-histórica dos “telediarios” da TVE emitidos entre 1956 e 1982, a matéria central da investigação de Aguilera. A perspectiva diacrónica dos informativos da TVE é feita através de sete etapas que compreendem períodos de duração diferente. Cada uma das quais encontra a sua natureza distinta em traços de natureza variável: mudança de gre-

⁶ A construção do estúdio permite o jogo entre o directo do *plateau* e o diferido das reportagens e possibilita a emergência de uma nova figura no formato do JT: o *pivot*.

⁷ A Bétacam veio dar origem ao aparecimento de uma nova categoria de profissionais: o repórter de imagem.

lhas, criação de novos formatos noticiosos, novo enquadramento jurídico, passagem de um regime de ditadura para um regime democrático...

Em Portugal, os noticiários televisivos perspectivados numa linha diacrónica têm sido objecto de uma crescente investigação académica. Destacam-se, a este nível, os trabalhos de Cádima (1996), Lopes (1999) e Brandão (2002). Pertence a Francisco Rui Cádima o estudo que apresenta uma linha temporal mais extensa. Publicado em livro com o título *Salazar, Caetano e a Televisão*, esse trabalho 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 TV dava os seus primeiros passos. Mais do que o desenho da programação, esta publicação (que resulta de uma tese de doutoramento) explora, com bastante pormenor, o tipo de jornalismo que se fazia sob a censura. Sem ter tido a possibilidade de visualizar os noticiários da RTP (que apenas começam a ser gravados na sua totalidade nos anos 80), ao investigador restou-lhe visualizar peças avulsas, percorrer centenas de folhas impressas dos alinhamentos, consultar documentos internos da TV pública e pesquisar bibliografia que cruzasse com a informação televisiva da época. O confronto destas fontes permitiu a Rui Cádima perceber que o TJ do Estado Novo integrava não aquilo que acontecia de mais importante, mas aquilo que o poder político pretendia que as pessoas soubessem. Neste livro, Cádima apresenta, de forma algo aleatória, muitos destes alinhamentos, vários documentos internos que se constituíam como uma espécie de prontuários ou normas de actuação e alguns extractos de publicações de âmbito político que nos ajudam a entender melhor o que a RTP (não) fazia. Em vésperas de eleições para a Assembleia Nacional, em Outubro de 1965, a RTP, através do seu director, fazia saber o seguinte: “cabe ao jornalista esperar que a informação lhe caia na secretária em vez de ir ao seu encontro” (Cádima, 1996: 161).

Em 1999, é publicado outro trabalho da autoria de Felisbela Lopes que também elege o principal noticiário da RTP como objecto de estudo, adoptando, no entanto, metodologias diferentes para um material algo semelhante àquele manuseado por Cádima. Procurando saber que tipo de serviço público prestou a RTP através do seu principal programa de informação diária, a investigadora criou uma amostra de seis meses referente aos anos de 1988 (o último em que a RTP operou em regime de monopólio absoluto) e de 1992 (o ano em que entrou em funcionamento o primeiro canal privado de TV), desenvolvendo uma análise de conteúdo assente nas seguintes variáveis: ordenação das notícias, duração, tema, lugar, género (reportagem, entrevista, comentário), forma em que a peça vai para o ar (directo, diferido). 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. Em ambas as publicações se reconhece que a evolução da linha temporal (nomeadamente no tempo das privadas) introduziu no alinhamento dos noticiários novas categorias temáticas, embora a política (governamental) e o desporto (o futebol) continuassem a ser temas com elevada frequência de peças. Todavia, nota-se uma crescente apetência do noticiário da noite por realidades que cruzam o dia-a-dia do cidadão comum, muitas delas ganhando um estatuto tal que lhes garante até mesmo o lugar de abertura.

Situando a sua análise no período de monopólio televisivo, a investigação de Lopes demonstra que algumas das características tidas como inovações da TV privada estão em gérmen no serviço público em tempo de monopólio (finais dos anos 80). Como os assuntos relacionados com os casos de polícia ou com os protestos sociais, temas amplamente mediatizados ao longo dos anos 90, altura em que a agenda mediática se tornou bem mais pró-activa.

A compreensão daquilo que os noticiários foram em determinado momento será tanto maior quanto maior for o conhecimento do campo da informação televisiva na sua globalidade, revitalizando-se assim a noção de “estrutura circular da informação”, de que fala Pierre Bourdieu (1997). Um exemplo: a investigação em torno dos alinhamentos dos telejornais dos canais generalistas portugueses da segunda metade dos anos 90 documenta um aumento substancial da mediatização dos “casos de polícia”. Também nesse período, RTP1, SIC e TVI alargaram a sua informação semanal a programas de reportagem e debate em torno dessa temática. Tal implica uma assinalável mobilização dos jornalistas para este tipo de tematização, embora essa selecção nem sempre coincida com um aumento de índices de criminalidade registados no Instituto Nacional de Estatística. Por outro lado, os estudos televisivos que elegem a informação semanal como objecto de análise salientam frequentemente aspectos de uma redacção nem sempre visíveis na informação diária, mas de importância fulcral para melhor conhecer a linha editorial de determinada estação de TV. Informação diária e informação semanal dependem, ambas, da mesma direcção de informação que pensa o canal de forma integrada. O surgimento de um formato numa área específica significa a valorização de certas temáticas ou perfis de convidados. Fazer o percurso da informação semanal é uma forma de ir perscrutando as prioridades que um canal adopta em determinado momento.

Concebida como um “macrodiscurso”, principalmente nas fases da *paleo* e da *neo* TV, a programação televisiva é frequentemente entendida como um todo, ora porque os canais (ainda) operam num *continuum* de emissões, ora porque a grelha constitui uma espécie de malha que confere a cada programa um sentido para lá daquilo que intrinsecamente significa. Nos seus livros sobre programação televisiva, José Ángel Cortès (1999), José Miguel Contreras e Manuel Palacio (2001) falam da “filosofia de programação” e da “linha editorial” como vectores estruturantes de um canal de TV. 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 desenvolve uma oferta mais pormenorizada.

Muitos daqueles que estudam a televisão têm sublinhado as vantagens de metodologias de análise que, central ou transversalmente, atendem à grelha de determinado canal para (melhor) explicar micro-realidades televisivas. Raymond Williams (1975) salienta que, em TV, tudo é colocado no ar numa lógica de “fluxo contínuo” de sentido comum. Nora Rizza (1990) cria o conceito de “palimpsesto” para explicar que a construção da oferta televisiva começa a ser pensada como um todo que evolui em

continuidade. Casetti e Odin apontam a “contaminação e o sincretismo” como o princípio organizador de uma grelha em que a “estrutura sintagmática tende para o fluxo contínuo” (1990: 16-17). Em Espanha, Mariano Cebrián Herreros, um dos primeiros académicos a estudar este campo, defende que um programador desenvolve o seu trabalho, seguindo uma espécie de “engenharia de programação” (1998: 429) em que o todo prevalece sobre as partes. Jesús González Requena (1995) defende que a programação é 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. Estas linhas consubstanciam a informação semanal como parte essencial dos estudos que elegem a informação diária como eixo central de análise. Tal não implica que o investigador desencadeie duas linhas paralelas de trabalho, mas é fundamental que uma não perca de vista o sentido da outra. Por isso, abrimos um espaço para sublinhar algumas investigações que, incidindo na informação semanal, se constituem como importantes contributos para pensar o campo da informação televisiva.

Em finais dos anos 80, Noël Nel (1988) publicou um trabalho que traçava o percurso dos debates em França, procurando assinalar as mutações por que estes passaram entre 1960 e 1986. Nessa obra, o investigador propôs uma periodização para este género de programas, marcada pelo domínio de um determinado tipo de dispositivo e por um certo modo de gestão da palavra televisiva. Nel faz todo esse caminho inscrito numa linha essencialmente semiótica. Num livro intitulado *Le Débat télévisé* (1990), precisa os conceitos que usa e explica as áreas disciplinares que lhe servem como ponto de partida: a linguística, “disciplina indispensável no nosso projecto” (1990: 10), e, no seu seio, a pragmática, “instrumento privilegiado para a análise do debate televisivo” (1990: 11). É a partir daqui que o investigador pensa o “dispositivo” televisivo e a palavra em cena deste género de programas, dos quais resultam contratos de visibilidade e de credibilidade, respectivamente. Que mudam ao longo do tempo.

Os debates televisivos constituem o objecto de análise de Sébastien Rouquette (2001) que os coloca num eixo temporal mais dilatado (1958-2000) e os inscreve numa linha de trabalho de natureza predominantemente sociológica. Partindo do pressuposto de que “a composição social dos *plateaux* fornece um rascunho preciso da face valorizada, da parte da sociedade que conta, pelo menos simbolicamente” (2001: 16), o investigador preocupa-se em conhecer os convidados dos debates televisivos ou, por outras palavras, o “espaço social televisivo”, que, pela diversidade de temas, ultrapassa, na sua perspectiva, “os debates do espaço público político clássico” (2001: 12). Na sua perspectiva, este trabalho permite elaborar “um rascunho da face valorizada da sociedade que conta simbolicamente” (2001: 16). Nas quatro décadas em estudo, Rouquette constatou que houve alterações significativas no modo de organização dessas emissões e nos papéis esperados dos convidados, mas notou igualmente que o tipo de interlocutores escolhidos para esses programas não sofreu alterações de fundo:

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. (2001: 296)

Estudo idêntico foi desenvolvido em Portugal por Felisbela Lopes (2007). Tendo como referência os programas de debate e de grande entrevista emitidos pelos canais generalistas entre 1993 e 2005, a autora procurou perceber “quem fala do quê” nesses programas de informação a fim de esboçar um desenho da esfera televisiva construída na TV portuguesa ao longo desses anos. As referências deste trabalho são predominantemente sociológicas. Retomam-se alguns conceitos de Jürgen Habermas e segue-se com atenção propostas de algumas investigadores que, críticos da arqueologia do espaço público habermasiano, vêem na TV um importante espaço público da sociedade contemporânea. Por exemplo: Joseph Isaac, Sonia Livingstone, Jean-Marc Ferry, Joshua Meyrowitz, Nancy Fraser, Isabel Veyrat Masson e Daniel Dayan. A informação semanal da TV generalista, nomeadamente os programas estruturados pela conversação em estúdio, desenhou, entre 1993 e 2005, 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. 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. No período em estudo, 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. Uma realidade muito próxima daquela encontrada por Sébastien Rouquette em França.

Não são sociológicas as referências de Nilza Mouzinho de Sena. A investigadora interessa-se mais pelas leituras que derivam da Ciência Política e pelos instrumentos proporcionados pela Análise do Discurso, mas o seu trabalho constitui-se igualmente como um importante contributo para os Estudos Televisivos. *A Interpretação Política do Debate Televisivo* (2002) procura perceber a evolução no modo de discutir política através da televisão em momentos fulcrais, os de eleições, num período compreendido entre 1974 e 1999, deixando igualmente importantes pistas para conhecer o jornalismo televisivo feito em Portugal no período pós-25 de Abril. No que diz respeito ao papel do moderador, verifica-se que o modo de este questionar os convidados evoluiu: tende a ser “mais breve e assente em perguntas directas” (pp. 138-139). De 1975 a 1999, os jornalistas aumentaram o número de perguntas, sendo “mais interventivos nos debates legislativos do que nos presidenciais” (p. 210). A autora afirma ainda que, “quando o

debate é apenas moderado por um jornalista, os políticos têm maior liberdade e mais tempo de intervenção” (p. 133). Relativamente à tematização, verifica-se a passagem do “debate puramente ideológico” para a discussão de “assuntos mais pragmáticos” (p. 147) ou para “problemas concretos da vida do cidadão” (p. 211), tendendo a conversa a centrar-se em questões mais sectoriais. Nilza Mouzinho de Sena enfatiza aqui a existência de uma “tematização francamente conjuntural” (p. 211), ou seja, é “a actualidade do momento” que tem condicionado, nos últimos tempos, grande parte das questões colocadas pelos jornalistas. Quanto ao comportamento dos convidados, há também mudanças: no modo de relacionamento com os restantes convidados (maior número de interrupções, p. 155), no argumento utilizado (“crescente utilização de argumentários políticos emocional e sugestivo ou subliminar”, p. 159) e na postura (“crescente teatralidade”, p. 211). Este trabalho terá continuidade numa tese de doutoramento de Estrela Serrano (2006) que analisou os debates políticos emitidos na TV portuguesa entre 1976 e 2001, um período que permite já integrar as emissões promovidas pelos canais privados. O enfoque político foi também aquele escolhido por Sandra Sá Couto que, numa tese de mestrado, estudou a cobertura das eleições presidenciais de 2006 por parte dos canais generalistas (2006).

É da reportagem, da grande reportagem, que fala um aturado trabalho de Jacinto Godinho (2005), que indagou o percurso que o género fez na televisão portuguesa, detendo-se com mais atenção num programa de referência do canal generalista de serviço público, “Grande Reportagem”, que, nos anos 80, se constituiu como uma espécie de lugar de referência do jornalismo televisivo. Intitulada “Genealogias da reportagem: do conceito de reportagem ao caso Grande Reportagem, programa da RTP (1981-1984)”, esta investigação académica tem filiações disciplinares várias (literatura, cinema, filosofia...) que lhe permitem ir rasgando o campo dos estudos televisivos por entre saberes nem sempre óbvios para quem estuda a televisão. Sublinhe-se que parte da literatura citada neste trabalho deriva de trabalhos vocacionados para fazer a “história da TV” e de estudos desenvolvidos no campo da informação televisiva feita ao ritmo diário. Porque, de facto, estas áreas constituem importantes fontes de informação umas para as outras.

Este artigo assume-se como uma tentativa de começar a fazer o mapeamento dos estudos televisivos. Trata-se forçosamente de um “paper in progress”. Que necessita de ser mais desenvolvido e complementado com outras abordagens que aqui não exploramos. Por exemplo, não tivemos em devida conta os estudos de recepção que, em Portugal, contam com um importante trabalho de Manuel Pinto (2000) que, numa tese de doutoramento, procurou analisar o modo como as crianças se relacionam com a TV. É verdade que, no nosso país, esta área das ciências da comunicação está ainda numa fase muito incipiente. Porque a academia não se tem interessado em fazer estudos que tomem a TV como objecto de análise e porque as televisões insistem em dificultar o acesso dos seus arquivos aos investigadores. Mas este é um caminho que se vai fazendo...

Bibliografia

- Aguilera, Miguel de (1985). *El Telediario: un proceso informativo*. Ed. Mitre.
- Aiguillon, Benoit d' (2001). *Un demi-siècle de Journal Télévisé*. L'Harmattan.
- Bettetini, Gianfranco (1996). *La Conversación Audiovisual*. Madrid: Catedra.
- Blumler, Jay (ed.) (1992). *Television and the Public Interest*. London: Sage Publications.
- Bondebjerg, Ib (2002). "Scandinavian media histories. A comparative study: institutions, genres and culture in a national and global perspective". *Nordicom Review*, vol. 23, n.º 12, pp. 61-79. http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/42_061-080.pdf
- Bourdon, Jérôme, (1994). *Histoire de la télévision française sous de Gaulle*. Paris, INA-La Documentation française.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Sobre a Televisão*. Oeiras: Celta.
- Briggs, Asa (1995). *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. 5 vols. Oxford University Press, London. http://books.google.pt/books?id=0pRGjVGtUvwC&dq=the+history+of+broadcasting+in+the+united+kingdom&pg=PP1&ots=f7dzZ_vUpq&sig=QTAYh8kKnSnldeTgnhg7gBTjZfl&hl=pt-PT&prev=http://www.google.pt/search%3Fhl%3Dpt-PT%26q%3DThe%2BHistory%2Bof%2BBroadcasting%2Bin%2Bthe%2BUnited%2BKingdom&sa=X&oi=print&ct=title&cad=one-book-with-thumbnail#PPR11,M1
- Brandão, Nuno (2002). *O Espectáculo das Notícias: A televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Editorial Notícias.
- Brusini, Hervé; James, Francis (1982). *Voir la vérité*. Paris, PUF.
- Brochand, Christian; Mousseau, Jacques (1982). *Histoire de la télévision française*. Nathan, Paris.
- Cádima, Francisco Rui (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença.
- Cardoso, Gustavo (2006). *Os Media na Sociedade em Rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Casetti, Francesco; Odin, Roger (1990). "De la paléo à la neotélévision. Approche sémio-pragmatique". *Rev. Communications*, n.º 51, Paris: Le Seuil.
- Castells, Manuel (2004). *A Galáxia Internet*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cavicchioli, Sandra; Pezzini, Isabella (1993). *La TV Verità. Da finestra sul mondo a panopticon*. Torino: Nuova Eri.
- Caughie, John (2000). *Television Drama: Realism, Modernism, and British Culture*. Oxford Television Studies.
- Cebrian Herreros, Mariano (1978). *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Cebrian Herreros, Mariano (1998). *Información Televisiva: Mediaciones, Contenidos, Expresión y Programación*. Madrid: Ed. Síntesis.
- Contreras, José Miguel; Palacio, Manuel (2001). *La Programación de Televisión*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Cortés, José Angel (1999). *La Estrategia de la Seducción. La Programación en la Neotelevisión*. Eunsa.
- Corner, John (2003). "Finding data, reading patterns, telling Stories: issues in the historiography of television". *Media, Culture & Society*, vol. 25, pp. 273-280.
- Costa, Hália Santos (2003). *Policy making in the Portuguese television and its effects on programming*. Faculdade de Ciências Sociais da Universidade de Leicester, Reino Unido. Tese de doutoramento.
- Couto, Sandra Sá (2006). *Televisão, Campanha Eleitoral e Pluralismo*. Universidade do Porto (Tese de Mestrado).
- Díaz, Lorenzo (2006). *50 años de TVE*, Alianza Editorial, Madrid, 1994.
- Eco, Umberto (1985). *La Guerre du faux*. Grasset.
- Eco, Umberto (1993). *Viagens na Irrealidade Quotidiana*. Difel.
- Esquenazi, Jean-Pierre. (1996). *Le Pouvoir d'un média : TF1 et son discours*. Paris: L'Harmattan.
- Esquenazi, Jean-Pierre (2002). *L'Écriture de l'actualité: Pour une sociologie du discours médiatique*. Presses Universitaires de Grenoble.
- 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.
- Godinho, Jacinto (2005). *Genealogias da reportagem: do conceito de reportagem ao caso Grande Reportagem, programa da RTP (1981-1984)*. Universidade Nova de Lisboa (Tese de Doutoramento).
- Gómez Alonso, Rafael (2004). "Investigar la historia de la televisión en España: algunos problemas documentales y metodológicos", *Area Abierta*, n.º 7, Enero.

- Gómez-Escalonilla, Gloria (2003). *Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Universidad Rey Juan Carlos, Madrid.
- González Requena, Jesus (1988). *El Discurso Televisivo: Espectáculo de la Postmodernidade*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- Grasso, Aldo (2004). *Storia della televisione italiana*. Ed. Garzanti, Milano.
- Jacobs, Jason (2000). *The Intimate Screen: Early British Television Drama*. Oxford University Press.
- Jost, François (2001). *La Télévision du quotidien: Entre réalité et fiction*. Bruxelles: Ed. De Boeck Université.
- Lafrance, Jean Paul (1999). “La Télévision del siglo XXI será digital o no será!”. In Bustamante, E. & Monzoncillo, J. M. A. (orgs.). *Presente Y Futuro de la Televisión Digital*. Madrid: Édipo.
- Lochard, Guy; Boyer, Henry (1995). *Notre écran quotidien*. Paris: Dunod.
- Lochard, Guy (2002). “Penser autrement l’histoire de la communication télévisuelle”, *L’Année sociologique*, Volume 51-2, PUF. http://www.cairn.info/article_p.php?ID_ARTICLE=ANSO_012_0440
- Lopes, Felisbela (2005) *Uma Década de Televisão em Portugal (1993-2003). Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas*. Universidade do Minho (Tese de Doutoramento).
- Lopes, Felisbela, Loureiro, Luís Miguel (2008). *Da Paleo à Hipertelevisão* (no prelo)
- Lopes, Felisbela (2007). *A TV das Elites*. Campo das Letras.
- Lopes, Felisbela (1999). *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Ed. Minerva.
- Mehl, Dominique (1996). *La Télévision de l’intimité*. Essai Politique, Seuil.
- Mercier, Arnaud (1996). *Le Journal Télévisé*. Presses de Sciences PO.
- Missika, Jean-Louis; Wolton, Dominique (1983). *La Folle du logis: La télévision dans les sociétés démocratiques*. Paris: Gallimard.
- Missika, Jean-Louis (2006). *La Fin de la télévision*. Seuil.
- Moeglin, Pierre ; Tremblay, Gaëtan (eds.) (2005). *L’Avenir de la télévision généraliste*. L’Harmattan.
- 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 (1988). *À fleurs mouchetés, 25 ans de débats télévisés*. INA.
- Nel, Noël (1990). *Le Débat télévisé*. Ed. Armand Colin.
- Pereira, Sara. (2004). *Televisão para Crianças em Portugal: Um estudo das ofertas e dos critérios de programação dos canais generalistas (1992-2002)*. Universidade do Minho (Tese de Doutoramento).
- Pinto, Manuel (dir.) (2003). “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*. Universidade do Minho: Coleção Comunicação e Sociedade.
- Pinto, Manuel (2000). *A Televisão no Quotidiano das Crianças*. Edições Afrontamento.
- Piscitelli, Alejandro (1995). “Paleo-, Neo- y Post-televisión. Del contrato Pedagógico a la Interactividad Generalizada”. In Gomez Mont, Carmen (org.). *La Metamorfosis de la TV*. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, Cidade do México: Universidad Iberoamericana.
- Ponte, Cristina. (1998). *Televisão para Crianças: O Direito à Diferença*. Lisboa: Escola Superior João de Deus.
- Postman, Neil (1994). *Tecnopolis: Quando a cultura se rende à tecnologia*. Difusão Cultural.
- Pozzato, Maria Pia (1995). *Lo spettatore senza qualità. Competenze e modelli di pubblico rappresentati*. TV Torino: Nuova Eri.
- Ramonet, Ignacio (ed). *La Post-television*. Ed. Icaria.
- Richeri, Giuseppe (1994). *La Transición di la Televisión: análisis del audiovisual como empresa de comunicación*. Barcelona: Col. Bosch Comunicación.
- Rizza, Nora (1990). “Construire des palimpsestes”. *Réseaux*, 44/45, 17-54.
- Rosen, Christine (2005). “The Age of Egocasting”. In *The New Atlantis – Journal of Technology and Society*, n.º 7 (2005), Washington: Ethics and Public Policy Center.
- Rouquette, Sébastien (2001). *L’Impopulaire télévision populaire: Logiques sociales, professionnelles et normatives des palabres télévisés*. Paris: L’Harmattan.
- Scolari, Carlos (2006), *La Estética Posthipertextual*, Facultat d’Empresa i Comunicació, Universitat de Vic, consultado em 31/03/2008: http://www.uvic.cat/fec/_fitxers/archivos_scolari/Scolari_Hiperliteratura2006.pdf
- Sena, Nilza Mouzinho (2002). *A Interpretação Política do Debate Televisivo: 1974/1999*. Universidade Técnica de Lisboa.

- Sena, Nilza Mouzinho de (2007). *A Televisão Portuguesa: caracterização da oferta televisiva em Portugal (1990/2005)*. Universidade Técnica de Lisboa (Tese Doutoramento).
- Serrano, Estrela (2006). *Para um estudo do jornalismo em Portugal, 1976-2001. Padrões jornalísticos na cobertura de eleições presidenciais*. ISCTE (Tese de Doutoramento).
- Spigel, Lynn; Mann, Denise (eds.) (1992). *Private Screenings: Television and the Female Consumer*. University Of Minnesota Press.
- 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*. Universidade do Minho: Coleção *Comunicação e Sociedade*.
- Teves, Vasco (2007). *RTP, 50 anos de História*. Ed. Rádio Televisão Portuguesa.
- Veron, Eliseo (1983). “Il est là, je le vois, il me parle”. *Rev. Communications*, n.º 38.
- Veron, Eliseo (2001). “Les publics entre production et réception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance”. *Cursos da Arrábida 2001 – Públicos, Televisão* (texto policopiado).
- Vernier, Jean-Marc (1999). “Pour une typologie des images télévisuelles”, *Quaderni*, n.º 38, Éditions Sapientia, pp. 99-102.
- Williams, Raymond (1990). *Television, Technology and Cultural Form*. London: Routledge.
- Wolton, Dominique (2000). *E Depois da Internet? Para uma Teoria Crítica dos Novos Médias*. Alges: Difel.

Vie et mort du citoyen cathodique

Guy Lochard*

Jean-Claude Soulages**

Resumé

Il est devenu légitime aujourd'hui de poser une question incongrue il y a peu encore : celle de la mort, dans un avenir relativement proche, du journal télévisé. Ou plutôt de l'extinction de son format canonique. On peut tenter de justifier cette perspective en évoquant deux scénarios. Soit le journal télévisé va perdre son public de façon purement mécanique du fait de la multiplication des canaux et des médias¹. Soit ce genre, du moins tel qu'il existe depuis les années 50, va tout simplement disparaître car l'image du public sur laquelle il s'est construit est devenue anachronique. L'explication sur laquelle on peut s'accorder est, pour faire court et imagé que ce genre, du moins dans sa version nationale, s'est considérablement « ringardisé ». Opinion partagée par beaucoup sur laquelle d'autres viennent surenchérir en affirmant que c'est plus généralement tout un pan de la télévision qui est amené à disparaître². Un retour en arrière s'impose pour comprendre cette transformation diachronique qui, de même que les variations nationales de ce format, peuvent être analysées par le biais d'outils conceptuels et méthodologiques.

Mots-clé: Journal télévisé, citoyen cathodique, avenir.

* Professeur à l'Université Paris 3-Sorbonne Nouvelle (CIM-Credam).

** Professeur à l'Université Louis Lumière de Lyon II (ELICO).

1 Pour la première fois, les études démontrent que, chez les jeunes générations, la pratique télévisuelle est en recul spectaculaire et que pour beaucoup elle est devenue une pratique quasi-résiduelle, laminée par l'usage massif d'Internet et des technologies nomades. Ce qui augure d'ici peu des lendemains funestes pour la pratique télévisuelle dans son ensemble.

² Missika, Jean-Louis, *La fin de la télévision*, Paris, La République des idées, Seuil, 2006.

Deux grands systèmes de médiation

L'information télévisée telle qu'elle s'est institutionnalisée durant près d'un demi-siècle est la résultante d'un réseau complexe de déterminations. Pour les désintriquer, une citation de Pierre Schaeffer peut nous aider.

Il n'y a pas d'images sans support, ni véhicule. Isoler ainsi des images en suspens dans le tissu social, c'est vouloir considérer l'image sur une rétine, sans souci d'un système nerveux. Qu'on nous permette donc d'articuler les images sur leurs systèmes, et de préférer une approche plus globale. Les systèmes sont donc réputés dépendants, assujettis, fonction de l'homme. Et si l'homme était fonction de ses propres systèmes ? Il a beau les avoir inventés, il n'en reste pas moins leur prisonnier.³

On peut donc tenter, en reprenant les termes mêmes de Pierre Schaeffer, de décomposer la machinerie de l'information télévisée, en deux grands systèmes de médiation :

- Le premier, c'est évidemment la part du média télévisuel lui-même, autrement dit sa dimension purement technologique qui requiert l'existence d'un dispositif de médiation précis : un circuit de diffusion et un cadre de consommation, soit une interface mettant en relation une masse d'usagers avec une tête de réseau qui a pour fonction de diffuser en direct des discours ou certains événements. C'est ce dispositif central et monolucitif dont le terminal domestique (le « petit écran ») constitue la seule face visible, qui, sur le plan de « la rétine » pour paraphraser Schaeffer, va donner forme à l'actualité en configurant le matériel sémiotique dévolu à ses récits pour toute une communauté nationale. Ce premier système définit, en un sens, le cadre d'usage et la matérialité du message. Il concrétise et cristallise ce que Philippe Marion a défini comme la « composante médiagénique »⁴ propre à toute technologie médiatique et regroupant tout à la fois sa capacité d'expression et de transmission. En d'autres termes, le cadre pragmatique et la mécanique d'interaction sur lesquels repose chacune d'entre elles. Pour simplifier, le dispositif télévisuel fonctionne du centre vers la périphérie. Or, aujourd'hui, la télévision généraliste est confrontée à un univers médiatique fortement concurrentiel, intégrant de plus en plus de dispositifs alternatifs et transversaux et à l'intérieur duquel elle est train de perdre sa place de leader auprès d'une fraction de son public de plus en plus conséquente.
- Le second système de médiation demeure totalement invisible et relève d'un réseau complexe de déterminations d'ordre socioculturel. Il alimente le premier système en s'édifiant sur les pratiques des professionnels et les usages des publics. Ces différentes interactions se trouvent elles-mêmes enchâssées dans un réseau externe, un cadre législatif, culturel, politique donnant le jour à un jeu d'attentes réciproques quant à la définition de l'Actualité, qui correspond, du côté de la réception, aux cartes interpré-

³ Schaeffer, Pierre, « Pathologie des systèmes de communication », Mourier Maurice (éd.), *Comment vivre avec l'image ?*, Paris, PUF, 1989.

⁴ Marion, Philippe, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n° 7, Louvain, Université Catholique de Louvain, pp. 61-89, 1997.

tatives de chaque collectivité nationale face au surgissement des événements⁵. C'est ce second système qui alimente et fournit ses contenus au journal télévisé en donnant une texture effective aux nouvelles du jour. En effet, celui-ci, depuis ses origines, est avant tout une machine qui vise la captation du réel mais tout autant l'arrondissement d'un public. Il joue d'ailleurs constamment sur ces deux dimensions : rendre compte d'une réalité, informer, mais aussi séduire, c'est-à-dire séduire et agréger un public autour de sa propre **thématisation** de l'actualité. Cette double visée du journal télévisé explique le statut quasi performatif de l'actualité télévisée nationale sur chaque collectivité, donnant parfois le jour à une forme de populisme cathodique dénoncé par Daniel Bougnoux⁶ lorsqu'il relève « cet indépassable chauvinisme de l'information » attestant la prégnance irréductible d'une « loi de proximité » dans le traitement informatif. En définitive, n'existe et ne prend la forme d'une *information* que la *nouvelle* qui parvient à passer le filtre de l'écran. En amont celui de la rédaction mais surtout en aval, le filtre que constituent les attentes supposées de son public.

Il faut en convenir : ce genre télévisuel est resté arrimé à cette représentation d'un public de téléspectateurs captif à la recherche de son reflet, mais en fait, derrière celui-ci, à celle de son *mentor*. Pour reprendre la terminologie utilisée par Umberto Eco, le journal télévisé demeure un pur produit de la « paléo-télévision » car il doit apporter des certitudes et incarner la voix de l'Etat. La formule a manifestement réussi puisque l'information télévisée, produit du recouvrement de ces deux systèmes de médiation, s'est cristallisée, autour d'un *genre*, très rapidement stabilisé et ritualisé : le journal national en studio qui constitue une forme quasi universelle. Fondé sur un **dispositif de plateau**, il est le support de traitement d'un certain nombre de rubriques qui prennent forme à travers un certain nombre de **genres rédactionnels** correspondant à autant de **formes textuelles** spécifiques.

« Hall de gare » en plein cœur du *prime-time* et à la vocation polyvalente (puisque tour à tour aiguilleur, fédérateur ou bien encore prescripteur de programmes), le journal télévisé n'est paradoxalement pas tout à fait un « produit maison » car il s'inscrit dans une filiation historique et sociale. Il représente en effet l'aboutissement, et peut-être un des derniers avatars, d'un procès continu et « cannibale », très courant dans la vie des médias, fait de transpositions et d'assimilations multiples (en provenance de la presse écrite, de la radio, des actualités cinématographiques, etc.). En effet, il est redevable pour une grande part à la rémanence d'un « transgenre »⁷, le journal national d'information, successivement, imprimé, radiodiffusé, filmé et télévisé qui a été historiquement structuré et adossé à la constitution, typique du creuset idéologique des États-Nations d'une même « communauté imaginée », pour reprendre les termes de Benedict Anderson⁸. Une carapace identitaire héritée, dont le téléspectateur du journal télévisé est à son tour, pour reprendre l'expression de Schaeffer, resté « prisonnier ».

⁵ Arquembourg, Jocelyne, *Le Temps des événements médiatiques*, Bruxelles, De Boeck, Collection Média Recherches, 2003.

⁶ Bougnoux, Daniel, « Indépassable chauvinisme de l'information », Rasse Paul, Midol Nancy, Triki Fathi (éd.) *Unité-diversité, les identités culturelles dans le jeu de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, 2002.

⁷ Steimberg, Oscar, « Des genres populaires à la télévision: étude d'une transposition », *Réseaux* n°81, Paris, CNET, 1997, pp. 47-61.

⁸ Anderson, Benedict, *L'imaginaire national, réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*, Paris, La Découverte, 1996.

Naissance du citoyen cathodique

Cette « communauté imaginée » constitutive d'une *citoyenneté cathodique* est la résultante de toute une économie discursive et culturelle engendrée par les producteurs eux-mêmes et sous-tendue par un certain nombre de « normes subjectives et fictives »⁹ qui définissent progressivement des standards à l'intérieur de la profession. Elles sont à l'origine de la configuration de « grammaires de production » auxquelles correspondent des « grammaires de reconnaissance » des publics pour emprunter là aussi des notions à Eliséo Veron¹⁰. Traduction programmatique de ce jeu d'interaction, le grand public attend donc tous les soirs « sa grand messe » située à un moment stratégique de la programmation quotidienne... et il ne s'agit en aucun cas de le décevoir. Ainsi, toute nouvelle se trouve être le résultat d'une opération complexe de reconstruction puisque c'est tout autant l'acte de sélection et de focalisation (car anticipant sur les attentes de la communauté nationale « imaginée ») que le type de regard porté sur le fait événementiel lui-même qui vont concourir à sa naissance. Et c'est bien cette capacité effective de congruence et d'empathie qui va lui permettre de rencontrer un public le plus large possible en neutralisant le caractère volatil voire anodin de la plupart des informations quotidiennes.

Ce dispositif à deux étages impose donc au discours informatif un véritable formatage dont le moteur est alimenté par cette tension inhérente au fonctionnement même de la sphère médiatique et à laquelle sont assujetties les chaînes généralistes. En effet, ces dernières ne peuvent cantonner le journal télévisé à n'être que le réceptacle du « fil » des grandes agences d'information ou du *continuum* scriptovisuel de Bloomberg TV. Plus encore que son contenu et sa teneur informative, c'est la charge attractive de la nouvelle qui va imposer celle-ci, autrement dit la chaîne des procédés de mise en discours et toute l'activité rhétorique et narrative d'incarnation qui l'accompagne. Chaque rédaction doit ainsi élaborer des stratégies d'empathie et de connivence avec son audience et, pour ce faire, afficher un style singulier, une façon propre de parler, commenter et montrer l'événement. Cette recherche de captation d'un public et de ses attentes finit par se sédimenter dans une sorte de surmoi prescriptif encadrant les routines de production et configurant une offre univoque d'événements.

Cet horizon d'attentes préconstruit repose en conséquence sur des pratiques de mise en discours et en images antérieures qui ont été, petit à petit, naturalisées par la télévision. De ce point de vue, le média télévisuel reste essentiellement redevable au cinéma (fictionnel majoritairement) et à son legs inestimable quant aux innombrables procédés de figuration et d'identification qu'il a su patiemment développer¹¹, l'information télévisée multipliant des récits factuels dont les protagonistes sont des anonymes à l'image du téléspectateur lui-même. En puisant dans ce vaste répertoire, le journal télévisé s'est donc attaché à s'inventer son héros et son porte-voix, ce citoyen cathodique, artefact

⁹ Houdebine, Anne-Marie, "L'imaginaire linguistique", Charaudeau Patrick (dir.), *Média et enseignement*, Paris, Didier Érudition 1986.

¹⁰ Veron Eliséo, "Presse écrite et théorie des discours sociaux: production, réception, régulation", in Charaudeau (P.), *La Presse, Produit, Production, Réception*, Paris, Didier-Érudition, 1988.

¹¹ Soulages Jean-Claude, *Les Rhétoriques télévisuelles ou le formatage du regard*, Media Recherches, Paris, Bruxelles, INA De Boeck Université, 2007.

hybride de citoyen-consommateur, à la fois témoin et destinataire de sa propre vision imagée et incarnée de l'actualité.

Des procédés langagiers

Développant une activité d'*ensembliser*, le journalisme de télévision fait appel à un certain nombre de *procédés langagiers* pour traiter et organiser des matériaux aussi disparates que des images, des sons, des paroles et les habiller d'une texture énonciative singulière.

On peut en lister les principaux :

- La place qu'occupe le journaliste médiateur dans le récit et sur le plateau, ses **rôles communicationnels** mais surtout sa dynamique de « contact indiciel »¹² avec le destinataire,
- L'affectation de **statuts médiatiques** aux protagonistes invités sur le plateau,
- Le choix et la distribution d'**identités narratives** et de **rôles actantiels** aux sujets-personnages filmés de l'événement et concourant ainsi à l'épaisseur diégétique des reportages construits comme des récits et sujets à des logiques de **scénarisation** télé-guidées par le présent vécu du téléspectateur,
- Différents paliers d'accès à la réalité montrée, producteurs d'« effets de réel » : les blocs d'images /sons bruts, le commentaire en surplomb, la musique, etc, avec un privilège de plus en plus accentué accordé à la multiplication des effets d'*implication*.

Ainsi, c'est toute une dramaturgie avec ses valeurs, ses imaginaires, son socle culturel et historique que s'est attaché à mettre en scène le journal télévisé tout au long de son histoire. Progressivement, ces multiples procédés de reconstruction de l'actualité se sont accompagnés d'un élargissement du territoire de l'événement. Le média télévisuel est donc parvenu en produisant ses propres téléspectateurs, à inventer à la fois le *citoyen cathodique* mais aussi son paysage événementiel.

Le filtre et le poids de l'individu

Si l'on observe l'évolution des formes de mise en récit depuis le début du journal télévisé, c'est-à-dire les transformations qu'ont connues ces divers procédés, ceux-ci ont cependant été marqués par deux dynamiques conjointes :

- La première correspond à une montée en puissance de la figure de l'individu à travers des procédés d'implication et d'incarnation de plus en plus perceptibles dans les formes et les contenus des récits événementiels ;
- La seconde qui en découle mécaniquement repose sur un recentrement progressif du spectre de l'actualité qui va puiser sa matière nourricière au cœur de la vie ordinaire du citoyen *lambda* et non plus, majoritairement, dans des événements de crises.

¹² Veron, Eliséo, « Le séjour et ses doubles : architectures du petit écran », *Temps libre* n°11, Paris, hiver 1984, pp. 67-78.

Ces deux dynamiques – constitutives de l'hégémonie du média télévisuel –, se sont métamorphosées en une visée globalisante qui fait que, puisque la télévision fait désormais partie de la vie chacun, elle peut (et doit) sans doute tout dire à tous et à chacun. C'est donc bien aujourd'hui, un horizon fait essentiellement de proximité qu'elle affiche à travers sa prétention à se poser en véritable « miroir social »¹³ de nos sociétés impliquant que, sur les événements du monde, se greffe naturellement le regard du téléspectateur devenu le spectateur de sa propre actualité. Car, dans le but de pénétrer les univers complexes de celle-ci et de les construire en un monde tangible commun, c'est la figure de l'individu-citoyen qui sert désormais de cheval de Troie et de support dans la construction des récits de l'information des grandes chaînes généralistes. Ce citoyen cathodique incarne une forme de surmoi axiologique qui sous-tend le regard informatif télévisuel. Au monopole du commentaire sur le monde assuré par les voix anonymes des actualités d'antan, aux enquêtes distanciées et documentées, aux monologues d'experts ou de responsables, ont succédé progressivement la vision rapprochée des médiateurs et la rencontre de paroles profanes. Au verrouillage du « logocratisme » étatique des débuts du petit écran, a succédé la mise en scène et en images d'une nouvelle forme de démocratisation purement cathodique.

Ce changement d'orientation s'est accompagné d'un changement de focale, et d'un changement de perspective : le monde n'est plus vu d'en haut, mais d'en bas. Le journal télévisé se présente désormais comme une machine à engendrer ce regard, passant au filtre de l'individualisation et de l'identification le tissu événementiel. Le média télévisuel secrète ainsi son propre horizon incarné par ces procédés continus de *visagéification* de l'actualité. Ce sont désormais les *talking heads* des présentateurs qui interpellent quotidiennement le citoyen et toute la trame des mises en récit de l'actualité se trouve asservie à ces « images affection »¹⁴ que constituent les gros plans vecteurs de ces champs-contrechamps récurrents instituant le téléspectateur en partenaire privilégié des acteurs et des événements du monde. Ces procédés d'implication du destinataire sont accentués par ces innombrables séquences tournées à l'épaule qui propulsent le destinataire visuel dans le paysage même de l'événement et le transforment en un témoin privilégié, tel un drone invisible déambulant sur la planète tout entière. Or, ce balayage télévisuel des images du monde propose un face-à-face continu non seulement avec le monde de l'actualité mais surtout avec les visages d'autres individus, établissant la persistance des deux côtés du petit écran, de cette figure identique d'un « même » être individué. Toute cette mécanique scopique fait de cette image d'information une image adressée qui peut franchir les frontières et traverser tous les territoires et à laquelle on ouvre toutes grandes les portes de la vie commune. Dès lors, en défilant inlassablement, l'horizon de l'actualité active de nouvelles cases qui, les unes après les autres, remplissent la grille de cet universalisme démocratique revendiqué par le citoyen cathodique. Ont ainsi surgi depuis les années 60 dans notre actualité de nouveaux espaces de thématisation constitutifs désormais de ce regard, (l'écologie, la parité homme-femme, l'Europe, les identités

¹³ Charaudeau Patrick, *Le Discours d'information médiatique*, Paris, Ina/Nathan, 1997.

¹⁴ Deleuze, Gilles, *Cinéma 2, L'Image-temps*, Paris, éditions de Minuit, Paris, 1985.

culturelles ou sexuelles, les droits de l'homme etc.) qui ont contribué à élargir le spectre de l'information et à refondre profondément le point de vue des journalistes. Même si ce regard journalistique tend souvent à ne proposer que la vision nombriliste propre à chaque société et à chaque communauté nationale.

Vers un individualisme démocratique

Le traitement journalistique de l'actualité passe donc aujourd'hui par l'insertion obligée¹⁵ dans le récit de l'événement d'une mise en intrigue de cette figure de l'individu. Figure démultipliée et disséminée à travers des identités narratives et discursives qui témoignent d'un univers commun d'appartenance. Comme s'il s'agissait constamment à travers ces « images tremplin »¹⁶ d'atteindre un contre-champ virtuel : celui, habité derrière la vitre du petit écran par la figure du téléspectateur. Cette figure cathodique du citoyen « universel » correspond, en un certain sens, à l'utopie réalisée de la modernité dont les valeurs démocratiques se trouvent naturalisées à travers cette vision à la fois globale et individualisante du monde. Phénomène que soulignait déjà Norbert Elias lorsqu'il constatait que « l'établissement de la domination d'une nouvelle forme d'organisation humaine, plus étendue et plus complexe, va toujours de pair avec une nouvelle poussée et un nouveau mode d'individualisation »¹⁷. Le dispositif informatif télévisuel ne prend plus en compte les « masses » ni le « peuple », mais s'adresse à l'individu mondialisé. Il incarne non plus un des maillons de la société de surveillance et de contrôle, accouchant de la modernité décrite en son temps par Michel Foucault. Il joue plutôt le rôle de passeur pour une sphère du libre choix, assujettie à un dispositif de mise en visibilité, d'exposition et de formatage de l'expérience sociale réduite désormais à la somme des expériences individuelles. Et d'évidence, le terminal télévisuel ne représente que l'une des composantes de cette tendance lourde, propre aux sociétés contemporaines qui ont substitué au démocratisme autoritaire de l'âge moderne, « une société de responsabilité de soi »¹⁸.

Or, paradoxalement, le journal télévisé est devenu aujourd'hui la première victime de sa créature, car cette dernière qu'il a laborieusement contribué à façonner est désormais libre de choisir et de faire son marché, toute seule. Constat qui rejoint les réflexions de nombreux philosophes, dont Gilles Lipovetsky¹⁹ scrutant, immergé au cœur de la démocratie du libre choix, l'individualisme libéral²⁰ contemporain. En effet, délaissant le canal nourricier et consensuel qui lui a donné le jour, ce nouveau citoyen va désormais pouvoir exercer ces choix sur d'autres écrans. Subrepticement, les habitants de la périphérie se sont dépris et découplés progressivement de la centralité pour gagner leur autonomie. On

¹⁵ Tout à fait concrète en production, si l'on observe la pratique des JRI (journalistes reporter d'images) et leurs discours dans lesquels ils répètent à l'envi que, s'il n'y a pas de « sonore » ou de témoins à interviewer, le sujet offre peu d'intérêt.

¹⁶ Soulages, Jean-Claude, *Les mises en scènes visuelles de l'information*, Paris, INA-Nathan, Collection "Médias Recherches", 1998.

¹⁷ Elias Norbert, *La société des individus*, Paris, Agora, Pocket, p. 222.

¹⁸ Ehrenberg Alain, *L'individu incertain*, Collection Pluriel, Paris, Calmann-Lévy, 1995, p. 24.

¹⁹ Lipovetsky Gilles, *L'ère du vide, essais sur l'individualisme contemporain*, Paris, Les Essais, Gallimard, 1983.

²⁰ Le web 2.0 est l'aboutissement de ce mouvement horizontale et rhizomatique qui se passe explicitement de centre et de mentor.

perçoit bien alors tout ce qu'il peut y avoir de consubstantiel entre ce lent processus d'individuation et d'éducation du télé-citoyen et le fonctionnement des nouveaux médias qui se proposent non plus d'enchaîner ou de réunir les masses mais de mettre en réseaux des individualités²¹ en se proposant de multiplier les liens sociaux. Le citoyen cathodique peut désormais s'affranchir de son mentor et donc passer à l'acte en devenant télé-cide.

Une mort programmée

Certes, nombreux ont été ceux qui avaient anticipé sur ces reconfigurations possibles du système informatif, en pointant les failles et les faiblesses du journal télévisé classique. En effet, ce carrefour du *prime-time*, à l'intérieur des grilles de programmes, laisse peu de temps au développement analytique des nouvelles, la couverture d'un spectre événementiel étendu et éclectique exerçant une pression constante sur la durée des sujets (une minute vingt secondes pour parler de la crise sociale, de l'inflation, etc.). L'analyse et l'enquête n'ont jamais pu trouver leur place dans ce format, les documentaires ou les débats avec leur arsenal de pathos ou de logos²² oeuvrant à pallier ce manque dans d'autres créneaux horaires.

Plus inquiétant, sur le plan de son fonctionnement structurel, le journal télévisé s'est transformé aujourd'hui de plus en plus en une plate-forme de redistribution de flux d'information ou simplement de relais de nouvelles. À son corps défendant, du fait de son inertie et surtout de sa notoriété encombrante, la rédaction d'un journal télévisé, si elle ne peut que rarement produire du *scoop* ou bien de l'enquête, excelle par contre dans ce que l'on peut considérer comme des événements programmés : conférence de presse, inaugurations, spectacles, événements publics, etc. Du point de vue de son potentiel informatif, cette logique s'avère contre-productive puisqu'elle entre immédiatement en résonance avec l'agenda des acteurs sociaux, principalement celui des politiques, l'actualité télévisée se condamnant ainsi à n'être le plus souvent qu'une actualité programmée, quasi-prédictible.

Par ailleurs, d'autres pratiques et de nouveaux concurrents sont apparus. Ainsi, les chaînes d'information continue ont, depuis près de vingt ans maintenant, participé à un éclatement du modèle du rendez-vous immuable de la Nation. En opérant un *hold-up* permanent sur l'événement et souvent sur son commentaire, ces nouvelles venues ont en effet progressivement démonétisé la « grand messe » du journal télévisé national, certaines d'entre elles (CNN, Euronews, voire ARTE en France) contribuant à fortement « provincialiser » l'édition du journal télévisé national.

Enfin, la concurrence d'Internet oeuvre à la fragiliser encore plus. Sur le Web, tout peut se mélanger du côté des formats et des contenus mais aussi des formes de médiation, des types de sources et des modalités même d'accès aux sources. Le recueil d'information ne connaît pas ces « conditions a priori » qu'imposent les logiques du genre

²¹ À ce sujet, voir Castells Manuel, *La société en réseaux, L'ère de l'information*, Paris, Fayard, 1998.

²² Lochard, Guy et Soulages Jean-Claude, « La parole politique à la télévision : du logos à l'ethos », *Réseaux* n° 118 Paris, Hermès Editions, 2003.

télévisuel. La Toile peut tout aussi bien colporter des bribes d'information, des reportages, des analyses, voire même des encyclopédies. Ce point de vue transversal, parfois direct et quasi synoptique, qu'offre la navigation de site en site se situe aux antipodes du modèle institutionnel et monolucitif perpétué par la forme éditoriale et centralisatrice du journal télévisé classique, toujours séquentielle et pyramidale.

Tous ces éléments participent à fragiliser considérablement ce standard établi. Il convient d'ajouter que, probablement tout aussi décisif est ce qui se joue parallèlement du côté des revendications identitaires désormais plurielles ainsi que de nouvelles formes d'interaction. La conception positiviste et unanimiste de la communauté imaginée typique de la "modernité nationale" dont ont accouché les années soixante n'a pas résisté aux bouleversements de la fin du siècle et ses phénomènes concomitants de globalisation et de multiplication des technologies nomades. Tout le paysage médiatique et culturel s'en est trouvé transformé, accompagnant l'éclatement des identités sociales, sexuelles, culturelles. Manifestement, tous ces éléments entrent en opposition avec la machine à produire un consensus national univoque qu'a représenté le journal télévisé dès ses origines. Ce que l'on pourrait appeler, en reprenant les termes de Michel Callon²³, des « forums hybrides », – nouveaux lieux non institutionnels de circulation d'information et de débat symptomatiques du rejet de deux délégations, celle faite au politique et au savoir – sont bien à mille lieux de la logique institutionnelle qu'incarne toujours ce standard télévisuel. Face à une démocratie médiatique globalisée et à cette reconfiguration conflictuelle des identités sociétales, son dispositif asymétrique de « panoptique inversé »²⁴, n'est plus capable d'intégrer de telles revendications, partielles et minoritaires, mais aujourd'hui rendues visibles et actives du fait de l'existence de réseaux sociaux alternatifs.

Aujourd'hui, la périphérie semble donc en mesure de pouvoir l'emporter sur le centre. Ce pionnier qu'a été Pierre Schaeffer pourrait constater que paradoxalement, l'utopie informationnelle semble technologiquement réalisée aujourd'hui avec la multiplication des *webcams*, scrutant avec une indifférence égale les affrontements à Gaza ou l'espace domestique de Monsieur X, nivelant les événements, au risque de vider de sa valeur et de sa pertinence le regard informatif. Or, il ne faut pas perdre de vue que ces énoncés discursifs sont, avant tout, des reconstructions et des représentations symboliques et qu'elles ne transmettent qu'un regard virtuel et fugitivement actualisé. Et que ces citoyens cathodiques, rêvés et uniformes, cohabitent et contrastent le plus souvent avec les citoyens réels, inégaux, dominés et qu'en définitive, cet idéal du moi d'un citoyen incarné par son ersatz cathodique, demeure encore, trop souvent, inaccessible. Or, ce sont bien ces tâches de gestion et d'ajustement des systèmes de médiation qui incombent originellement aux journalistes en les investissant de responsabilités éminemment civiques. Aujourd'hui, ils en sont de plus en plus dépossédés, alors que leur sort et leur place dans nos sociétés conditionnent pour une grande part la possibilité même de l'expression démocratique.

²³ Callon Michel, Lascoumes Pierre, Barthe Yannick, *Agir dans un monde incertain, essai sur la démocratie technique*, Paris, Seuil, 2001.

²⁴ Allemand Étienne, *Pouvoir et télévision, les machines d'organisation*, Paris, Éd. Anthropos, 1980.

ANNEXE: Outils conceptuels et repères méthodologiques

Comprendre les variations dans le temps et dans l'espace des formes effectives de ce genre universel qu'est le journal télévisé implique de disposer de certains instruments conceptuels.

Trois opérations liées et complémentaires

Le premier d'entre eux est celui de **dispositif**. Ce terme proliférant dans les études sur les médias et la communication recouvre de fait, pour les études télévisuelles, trois principaux types d'acceptions :

- Très générale (**dispositif de médiation**), la première se situe au niveau du média lui-même. Élaborée initialement pour le cinéma, elle renvoie à l'ensemble des contraintes du support, autrement dit des déterminations socio-techniques conditionnant le rapport de l'utilisateur aux systèmes de signes (verbaux, iconiques etc..) qui lui sont adressés. Ainsi, et en dépit du fait que la télévision peut être le véhicule de productions cinématographiques, celle-ci repose sur un dispositif tout autre que celui du cinéma en raison de ses conditions de production (la sérialité notamment) et de réception (la domesticité, la quotidienneté) et elle se différencie encore davantage de ce point de vue des dispositifs photographique, radiophonique, multimédia.
- La seconde acception se situe quant à elle au **niveau du programme** et renvoie à l'ensemble agencé des stratégies mises en œuvre et des moyens communicationnels mobilisés par une *instance de production* pour réaliser le projet de sens sous-tendant un programme, un journal télévisé en l'occurrence. À ce niveau d'emploi, cette notion invite donc à considérer qu'un programme ne prend forme qu'à travers un *dispositif* englobant qui lui donne cohérence et cohésion. Elle souligne que la production d'un programme obéit, à tous les niveaux, à des logiques institutionnelles et à des intentions communicatives qui s'imposent à l'instance de production, autrement dit l'ensemble des acteurs présents au pôle de la production. Elle met l'accent sur la dimension stratégique d'un acte de production télévisuelle toujours en quête d'efficacité sur le public visé et elle pointe enfin que les situations communicationnelles créées dans les émissions de direct comme les journaux télévisés restent irréductiblement « ouvertes » du fait des conditions de réalisation le plus souvent en direct et de l'intervention d'acteurs non professionnels dont les comportements, même encadrés, ne sont pas toujours prévisibles.
- Le troisième type d'usage renvoie aux paramètres spécifiques retenus par une instance de production pour atteindre ses objectifs stratégiques. Elle peut donc faire

référence à des éléments concrets comme l'organisation des plateaux (dispositif scénographique, dispositif de plateau, dispositif spatial) ou aux modalités pratiques de tournage (dispositif de tournage, dispositif de filmage) ou encore à des éléments discursifs (dispositif d'énonciation, dispositif interlocutif, dispositif narratif).

Si l'on se réfère à ces trois usages du terme dispositif, analyser une forme spécifique (car toujours socio-historiquement et socio-culturellement située) de journal télévisé implique trois opérations liées et complémentaires :

- L'analyse des propriétés du dispositif général de médiation télévisuelle qui n'est ni immuable ni invariable en fonction des contextes;
- L'analyse des règles structurantes du dispositif du programme lui-même qui s'insère dans le cadre d'une programmation dont il incarne les valeurs identitaires, repérables également dans l'orientation thématique retenue ;
- L'analyse des composants stratégiques et spécifiques de ce dispositif qui se configure à travers divers matériaux sémiotiques et par le biais de divers procédés langagiers.

I. L'analyse du dispositif de médiation

En dépit de sa singularité, le **dispositif de médiation** propre à la télévision n'est nullement intemporel. Il est sujet à certaines mutations de ses contraintes socio-techniques qui obligent à reconsidérer régulièrement ses propriétés. Ainsi, dans les années 80, le multi-équipement familial en postes ainsi que l'usage de la télé-commande ont transformé les conditions de réception de ce média dont les pratiques jusque-là essentiellement collectives et familiales ont connu des premières formes d'individualisation. De même la banalisation au début des années 90 des techniques de transmission satellitaire au plan international n'a pas été sans conséquence aux niveaux de la production et de la réception. L'offre considérablement enrichie qui en a résulté au plan mondial a introduit une situation radicalement nouvelle, notamment pour l'information puisqu'elle a contribué à autonomiser les publics à l'égard des programmes centrés sur les espaces nationaux. En les mettant au contact d'autres sociétés, d'autres discours, d'autres normes, la transnationalisation de l'information a contribué ainsi au même titre que le tourisme et les phénomènes migratoires à une *déterritorialisation* des imaginaires dont les conséquences sur les usages de ce média ne sont pas négligeables. Enfin, comme on l'a relevé dans l'article ci-dessus, le processus actuel de convergence numérique et la possibilité qu'il offre dorénavant de recevoir la télévision sur Internet et maintenant sur un téléphone portable vont considérablement modifier les pratiques de ce média. Toute analyse d'un journal télévisé nécessite en conséquence la prise en compte préalable du **dispositif de médiation** sous-jacent, surtout lorsqu'il s'agit d'un document renvoyant à une époque antérieure. L'analyse de ses propriétés participe de la nécessaire opération méthodologique de contextualisation, sous peine de céder à des formes d'anachronisme et de biais interprétatifs quant aux effets en réception.

II. L'analyse de la thématization et du dispositif du programme

L'analyse, proprement communicationnelle du dispositif d'une édition de journal télévisé ne peut faire abstraction, d'un autre facteur tout aussi stratégique : celui des orientations retenues dans la sélection et la hiérarchisation des sujets. Un journal télévisé ne déroge pas en effet à une règle observable pour les autres supports informatiques. Il se soumet à un critère de proximité géographique mais tout autant à de critères de proximité psychologique ou sociale qui participent de ces stratégies d'*implication* du destinataire évoquées ci avant.

Analyser un journal télévisé oblige donc à procéder à une analyse de sa logique de **thématisation** en dépassant les catégories professionnelles traditionnelles qui correspondent le plus souvent aux découpages en rubriques présents également en presse écrite et à la radio : international, politique nationale, société, culture etc... Des analyses comparatives et quantitatives des sujets privilégiés par tel ou tel journal télévisé à l'intérieur d'un même contexte étatique mettent ainsi en lumière que les modes de **thématisation** mais aussi de **scénarisation**²⁵ adoptés peuvent différer sensiblement. Ainsi un événement guerrier international va donner lieu dans tel journal télévisé à un traitement quantitativement important alors qu'il sera marginal dans tel autre. De plus, le second portera prioritairement son regard sur la *scène* civile en rendant compte des souffrances des victimes alors que le premier, plus conforme à une tradition plus noble de journalisme télévisuel, portera son regard sur la *scène* diplomatique. Les formes de « dosage » de ce type de *scènes* dans le traitement d'un même événement confèrent donc tout autant que l'aspect quantitatif des **orientations thématiques** assez différentes à plusieurs journaux télévisés simultanés, même si leur contenu événementiel est apparemment identique.

L'étude du **dispositif du programme** lui-même ne peut être déliée de celle de la politique de programmation de la chaîne elle-même. Bien au contraire. Elle implique de dépasser ce niveau pour prendre en considération son environnement car son insertion dans la grille quotidienne de programmes le place dans une relation de complémentarité et d'interdépendance avec les autres émissions qu'il contribue en retour à marquer de son empreinte. En dépit de son affaiblissement, il demeure en effet pour une chaîne un support d'affichage et d'entretien de son image de marque, autrement dit, un facteur d'*identité* permettant de se positionner vis-à-vis des concurrents. Repérer ces éléments constitutifs de cette stratégie identitaire et voir comme ils viennent se concrétiser dans les orientations générales du dispositif du journal télévisé concerné constitue donc une opération préalable à l'analyse des procédés spécifiques qui lui donnent forme. Une option stratégique est, par exemple, celle du *registre d'interprétation* qui peut aller dans le sens de la *personnalisation* ou au contraire de la *distanciation*. Dans le premier cas, observable principalement dans les chaînes à public populaire jouant sur un principe de fidélité à des personnalités de médiateurs, il donne lieu à une implication explicite du présentateur qui subjectivise son propos (réactions personnelles, emploi du je etc..).

²⁵ Pour cette notion voir: Leblanc, Gérard, « Scénarios du réel », Tomes 1 et 2, Paris l'Harmattan, 1997. Lochard, Guy et Soulages, Jean-Claude, « Les mises en scène visuelles », *La télévision et la guerre* (Patrick Charaudeau dir.), Paris, INA-De Boeck, 2001.

Le registre alternatif se traduit, au contraire, par une neutralisation de toute trace de subjectivité en prenant appui sur des modalités impersonnelles et des tonalités de voix non marquées affectivement.

Tout aussi déterminant pour comprendre la stratégie identitaire d'un opérateur est l'examen de l'*habillage* des images qui constitue un marqueur d'image survalorisé par les agences chargées de les réaliser mais qui constitue incontestablement un lieu essentiel de reconnaissance visuelle et sonore pour le téléspectateur. Procéder à une étude sémiologique du *logo* de la chaîne qui constitue un point d'ancrage du générique du JT ainsi que de son *générique* et du post-générique est à cet égard révélateur. Cette observation confirme que leurs motifs, leur chromatisme, leurs sonorités sont mis en concordance et en cohérence avec les autres éléments de l'habillage (les inter-programmes) et contribuent à distribuer des éléments de signification convergents.

III. L'analyse des dispositifs et procédés spécifiques

Cette troisième étape d'analyse invite en premier lieu à un examen des procédés langagiers mis en œuvre dans ce lieu de production de la vérité événementielle qu'est le studio. Au centre du plateau, siège le présentateur, face au téléspectateur à qui il s'adresse « les yeux dans les yeux »²⁶ garant qu'il est d'un contact avec le téléspectateur dont il se présente comme un double inversé. Ce **dispositif énonciatif** consacre, comme on l'a vu dans l'article ci-dessus, le studio dans une fonction de « tête de réseau », exhibant continuellement à travers une technologie sophistiquée un pouvoir d'ubiquité et d'omniscience sur le monde en mouvement. À noter toutefois que ce procédé constitutif des effets de croyance dont bénéficie le journal télévisé s'articule avec l'intervention d'autres types de paroles, convoquées sur le plateau. Afin de comprendre les modes d'organisation de la scène interlocutive à laquelle elles donnent lieu, il est nécessaire de s'intéresser tout d'abord aux propriétés du *cadre situationnel*, i.e aux caractéristiques de l'espace physique dans lequel ces protagonistes sont conduits à interagir. Les paramètres *topologiques* (configuration du lieu) et *proxémiques* (distances induites entre participants) de ce **dispositif scénographique** interviennent en effet pour orienter leurs comportements.

Tout aussi déterminant est la prise en compte de la place et la fonction de ces protagonistes complémentaires des journaux télévisés qui peuvent être des journalistes spécialisés ou des acteurs publics convoqués à des titres divers en raison des diverses fonctions endossées progressivement par ce genre. Plusieurs notions complémentaires peuvent être mises à profit pour comprendre le déroulement et les enjeux des interactions verbales :

- celle d'**identité sociale**²⁷ qui fonde la présence sur le plateau et la prise de parole de ces personnages publics ou publicisés. Elle peut être socioprofessionnelle, socio-institutionnelle etc...

²⁶ Véron, Eliséo, « Il est là, il me voit, il me parle », *Communications* N°31, Paris, Le Seuil, 1084.

²⁷ Pour ces notions voir ; Lochard, Guy « Identité sociale, identité médiatique et identité discursive à la télévision », *Questions de communication* N° 2, Nancy, Presses Universitaires de Nancy, Décembre 2002.

- celle d'identité médiatique analysable suivant deux critères :
 - * le statut médiatique qui fait référence à la place et à la fonction qui est assignée à un protagoniste dans l'émission, qu'il s'agisse des participants professionnels (chroniqueur, éditorialiste, journaliste spécialisé) ou non professionnels (expert, candidat, responsable...)
 - * le rôle communicationnel qui fait référence aux activités discursives spécifiques qu'est conduit à assurer ce protagoniste sur la scène de parole. Ainsi un présentateur est-il conduit, en fonction de son statut, à assumer un rôle d'informateur puis d'interviewer avec un de ses invités. Un homme politique en situation électorale sera amené à assumer celui de débatteur, différent de celui qu'il sera conduit à développer lorsqu'il est en position d'autorité responsable.

La même attitude devrait prévaloir pour ce qui est des séquences préenregistrées construites suivant les règles propres à différents genres rédactionnels (reportage, enquête, portrait, interview, rétrospective) correspondant à autant de formes textuelles spécifiques.

On sera à cet égard tout d'abord attentif à la nature des images mises en séquence par l'opération de montage. Souvent hétérogènes, elles peuvent avoir des statuts très différents puisqu'il peut s'agir :

- d'images empruntées à des agences ou à d'autres télévisions par le biais des systèmes d'achats ou d'échanges existant entre les opérateurs,
- d'images d'archives fournies par des institutions publiques ou par un service spécialisé de la chaîne,
- d'images produites par les services d'information de la chaîne concernée.

Les deux premières valent essentiellement pour leur valeur de *traces* d'attestation d'un réel unique ou récurrent. Illustrant et accréditant l'existence de celui-ci, elles ne tirent cependant leur crédibilité que de l'intervention en voix *over* d'un commentaire assertif dont les modalités énonciatives le plus souvent impersonnelles ainsi que les formes descriptives, narratives argumentatives doivent être examinées pour mesurer les *stratégies discursives* mises en œuvre. Il n'en va pas de même pour le troisième type de séquences qui donnent lieu à des mises en scène narratives. Organisés suivant différents jeux de points de vue *visuel* et *cognitif*, ces récits *scénarisés* instaurent en effet alors les *personnes* réelles concernées en personnages inscrits dans des **identités narratives** et des **rôles actantiels** conventionnels ((héros/victime), voire archétypiques (coupables, sauveurs, bon/méchant).

Leur examen contribue tout autant que celui des procédés précédemment examinés à mettre à jour ces *stratégies de captation* qui viennent contrebalancer les *stratégies de crédibilité* mises en œuvre par les dispositifs de journaux télévisés. Et c'est donc en travaillant conjointement aux trois niveaux liés du *dispositif* d'un journal télévisé que l'on peut tenter d'en comprendre les possibles *effets de sens* ainsi que les modes de réception, les usages...ou le désaveu qu'il peut susciter auprès du public.

Between display and deliberation: analyzing TV news as communicative architecture*

Simon Cottle**

Mugdha Rai***

Abstract

Television journalism serves to display and deliberate consent and conflict in the contemporary world and it does so through a distinctive ‘communicative architecture’ structured in terms of a repertoire of ‘communicative frames’. This proves consequential for the public expression and engagement of views and voices, issues and identities, and exhibits a complexity that has so far remained unexplored and under-theorized. This article outlines our conceptualization of ‘communicative frames’ and demonstrates its relevance in a systematic, comparative international analysis of terrestrial and satellite, public service and commercial television news produced and/or circulated in six different countries: the USA, UK, Australia, India, Singapore and South Africa. Recent developments in social theory, political theory and journalism studies all underpin our approach to how these frames contribute to meaningful public deliberation and understanding and, potentially, to processes of mediatized ‘democratic deepening’. This article builds on these contemporary theoretical trajectories and develops a new approach for the empirical exploration and re-theorization of the fast-developing international ecology of TV journalism.

Keywords: communicative architecture; deliberative democracy; democratic deepening; display; news ecology; TV journalism.

* Artigo publicado na revista *Media, Culture & Society*, Vol. 28, No. 2, 163-189 (2006).

** Professor of Media and Communications in the School of Journalism, Media and Cultural Studies at Cardiff University [email: cottles@cardiff.ac.uk].

*** Principal research assistant at the University of Melbourne [email: m.raai@unimelb.edu.au].

Television journalism is implicated in structures of dominance *and* processes of democracy. Recent developments have only exacerbated this Janus-faced relationship to the forces of conservatism and change. In today's globally interconnected, socially reflexive and culturally contending societies, the public representation and deliberation of issues, interests and identities has, if anything, become all the more necessary for the 'democratizing of democracies' (Giddens, 1994). In this article we argue that the naturalized, but hitherto theoretically invisible, communicative architecture of television news serves to display and deliberate conflict and consent in the contemporary world and, as such, potentially contributes to processes of democratic deepening. This communicative architecture also establishes the genre of television news as an internationally recognizable (perhaps now universal) 'way of knowing' for news producers, news audiences and news participants alike, practically organizing the production, communication and reception of 'news' (Corner, 1995; Dahlgren, 1995; Jensen, 1998). It exhibits, however, far more complexity than has so far been acknowledged. Setting an analytical course between the Scylla of political economy dynamics and the Charybdis of cultural studies' play of discourses, only a few studies have attended to the communicative and democratizing forms of journalism. To date, these include analyses of the micro-politics of news interviews (Clayman and Heritage, 2002), the unfolding dynamics of political scandals and mediatized public crises (Thompson, 2000; Cottle, 2004), the changing historical forms of news (Barnhurst and Nerone, 2001), and the accessing of ordinary people in discussion programmes and the deliberative engagements found within the arenas or 'agorae' of current affairs programmes (Livingstone and Lunt, 1993; Cottle, 2002). But too often, it seems, a priori theoretical views about social dominance and the mechanisms of its enactment have contributed to the failure to empirically engage with the complexities of actual news programmes around the world, their communicative forms and deliberative possibilities. Whether conceived functionally in terms of an 'ideological state apparatus' (Althusser, 1971), politically as a 'propaganda model' (Herman and Chomsky, 1988), more discursively as a hegemonic site for the 'manufacturing of consent' (Hall, 1982) or perhaps 'governmentally' as a 'regime of truth' (Foucault, 1980), these and other influential theoretical optics tend to blind analysts to the complexities of journalism's communicative architecture as well as its democratizing possibilities. Simply put, there is more going on in the communication of news than the manipulation of news agendas by powerful strategic interests or the circulation of powerful semiotic codes and discourses.

The advent of digital and satellite technologies, multi-channel news operations, 24/7 real-time reporting, fragmenting audiences and the rise of populist news forms have all contributed to the unsettling of cosy 'family hearth' views of television news viewing. Today's television news ecology is both crowded and variegated. Public service and commercial news operations, terrestrial and satellite delivery systems, and forms of 'serious' and 'popular' news programmes all coexist and compete and do so at local, national, regional, international and global levels. It seems appropriate, then, to conceptualize television news in terms of 'formations', 'forms' and 'flows'. Heuristically these terms help to signal the corporate structuration and extending geo-political reach

of television news production and circulation as well as its relational nature in terms of a symbiotic field of coexisting and competing cultural forms. What these formations, forms and flows have in common, however, is a shared ‘communicative architecture’ and it is this that forms the focal point of interest here.

Based on a study of the principal terrestrial and satellite, public service and commercial television news programmes broadcast in the USA, UK, Australia, India, Singapore and South Africa, this article examines how the communicative architecture of television news powerfully structures news dissemination. We analyse how this involves both analytic (propositional argumentative) and expressive (affective-aesthetic) dimensions of audience engagement and appeal, and how these dimensions structure news presentation in both conflictual and consensual ways. At the core of this communicative architecture we discern an established and conventionalized repertoire of communicative frames’ that routinely organize how news events and issues are publicly communicated and contested. But this is to short-circuit the theoretical argument. Before we elaborate our conceptualization of television journalism’s communicative architecture with supporting empirical findings, it is first useful to situate the study theoretically. Recent developments in social theory, political theory and media theory all underpin our conceptualization of how journalism contributes to meaningful public discourse and debate in contemporary liberal democracies, and how it could better serve processes of ‘democratic deepening’ in the future. We consider each briefly in turn.

Social theory: globalization, reflexivity, cacophony

Major contemporary social theorists collectively underline the need for the ‘democratizing of democracy’ (Giddens, 1994) when theorizing the expanded field of the subpolitical within civil societies and the cacophony of discourses and identities that processes of globalization, detraditionalization and increased social reflexivity have produced (Giddens, 1990, 1994; Beck et al., 1994; Beck, 1997, 2001; Castells, 1997).

Globalization, or ‘the intensification of action at a distance’, generates new forms of stratification, identities and conflicts (Giddens, 1994: 4-5). The revival of local nationalisms and an accentuating of local identities, for example, are often bound up with globalizing forces. In today’s *posttraditional social order* ‘traditions’ are expected to defend themselves through reasoned dialogue or risk being seen as ‘fundamentalist’ and beyond rational engagement. Post-traditional, globalizing societies also produce increased *social reflexivity* where trust and deference towards social authorities and expert systems becomes increasingly undermined and where the production of ‘manufactured uncertainties’ or ‘world risks’ (Beck, 2001) generates environmental consciousness and ‘ontological insecurities’ (Giddens, 1990). Science and other codified knowledges are now likely to be internally contested, appropriated by lay people and subject to competing knowledge claims and social rationalities, and these can be visualized and dramatized in the media spotlight (Beck, 1992). Powerful states as well as individuals also encounter ‘risks’, of course, as the events of 11 September 2001 and its global aftermath bear witness (Zelizer and Allen, 2002). As the world’s geo-political tectonic plates

shift, so the legitimating arenas and public relations capabilities of the media become central in internationalized struggles for ‘hearts and minds’.

Traditional solidarities of class and political allegiance rooted in the social relations of mass production have also become weakened by new flexible regimes of production and cultural patterns of consumption. And these too give rise to identity politics and new social movements that expand the field of ‘the political’ within civil society (Hall and Jacques, 1989; Mouffe, 1996; Beck, 1997; Castells, 1997), and they do so as the relative autonomy of nation states and traditional political allegiances decline. These profound social transformations, then, generate radical pluralism and a cacophony of interests and identities that prompt an expanded conceptualization of the liberal democratic polity (Cohen and Arato, 1994) and calls for the ‘democratizing of democracy’ (Giddens, 1994: 112-13). How these disparate fields of contention and transformation find expression in the prevailing forms of journalism, however, has yet to receive serious attention. The media, and television journalism in particular, we argue, constitute a central mediatized space for the public expression and elaboration of the contemporary forms of change, conflict and contention spawned by late modernity.

Political theory: deliberation, display, democratic deepening

Recent debates about deliberative democracy also sensitize us to the democratizing potential of television journalism. Political theorists of deliberative democracy have sought to carve out a theoretical space between ‘liberal representative’, ‘civic republican’ and ‘participatory’ models of democracy as a means of deepening forms of public engagement (Benhabib, 1996, 2002; Habermas, 1996; Dryzek, 2000). In summary terms, the ideas and ideals of deliberative democracy aim to overcome the evident ‘democratic deficits’ of extant liberal democracies, the essentialist and communitarian presuppositions of civic republican models, as well as the practical and logistical difficulties posed to direct or participatory forms of democracy by large-scale, complex societies. People talking in public, embodying differing interests and advancing contending arguments and discourses about the public good, are fundamental to processes of democracy. It is in the mediatized play of difference, for example, where ideas, identities and interests rub up against each other and are communicatively obliged to elaborate, justify and defend their claims and aims, that we, the watching and listening audience often find invaluable resources for improved understanding. Given its engagement with structures of domination, deliberative democracy should not, then, be seen as ‘genteel conversation’, but rather as a series of embattled fields of contention, insurgency and reflexivity that today are local to transnational in scope (Dryzek, 2000). Three important caveats need to be raised, however, in respect of current theoretical ideas about deliberative democracy.

First, definitions of deliberative democracy that are too closely tied to a central coordinating view of parliamentary processes, perhaps serviced through the ‘sluice gates’ of a public sphere conveying discourses of civil society upward to government and state institutions for action (Habermas, 1996), are too institutionally restricted. Deliberative processes, as suggested by contemporary social theory, can take place in diverse arenas

and associations, inform inwards as well as extend outwards, move horizontally and culturally as well as vertically and politically.

Second, proceduralist views of deliberative democracy can also be questioned. Jürgen Habermas, for example, seeks to identify the grounds on which consensus can be reached and by which legitimate decision-making can be enacted. This, according to Habermas, can be arrived at on the basis of ‘communicative reason’. Here the validity of statements and arguments are interrogated in relation to their claims to propositional truth, personal sincerity and normative rightness (Habermas, 1996: 5) and in this way ‘the important function of social integration devolves on the illocutionary binding energies of a use of language oriented to reaching understanding’ (1996: 8). This is an idealized and context-transcending view of communication – an ideal-speech situation – that lends support to Habermas’s wider social theory and its pursuit of a normative basis for social reconstruction, but this view of consensus-seeking ‘communicative action’ is a far cry from the reality of motivated interests and strategic action that informs most public discourse. Arguably, we need to develop a sharper sense of how processes of deliberation and the play of power enacted in communicative action are infused in practice (and are destined to remain so) and how these become conditioned and shaped when mediatized.

Third, ideas of deliberative democracy are apt to over-emphasize the power of reason and rationality at the expense of other powerful forms of communication. Ideas of deliberation need not always be modelled on, or confined to, legalistic and parliamentary fora and reasoned speech. Such rationalist pretensions often conceal the exclusive (and socially excluding) nature of many ‘democratic’ arenas. Iris Young makes the case, for example, that theorists of deliberative democracy must broaden their conception of the relevant forms and styles of communication and points to the importance of greetings, rhetoric and story-telling (Young, 1996). These variously sustain relations of care and trust, pull on desires and deepen mutual understanding of others through the communication of experiences and distinct cultural values and meanings.

Ideas of deliberative democracy, therefore, cannot be narrowly confined to extant political institutions, presume a proceduralist view of rationality, or work with a delimited understanding of reason – the radical pluralism of civil society and identified social forces of change militate against such consensual thinking. We can nonetheless concur that deliberative democracy requires a strong concept of the ‘public sphere’. Seyla Benhabib defines this as ‘mutually interlocking and overlapping networks and associations of deliberation, contestation and argumentation’ (1996: 73-4). It is all the more remarkable, we think, that theorists of deliberative democracy, with the partial exception of Habermas (1989, 1996), have thus far failed to integrate analysis of media performance and potential into their own deliberations on deliberative democracy notwithstanding the media’s *constitutive* role within contemporary mediatized civil societies.

Journalism theory: public sphere(s), popular and public journalism

Recent theorization of media in terms of ‘public sphere(s)’, popular journalism, and ‘public journalism’ also prompts a more historically nuanced, culturally differentiated

and politically contested view of media performance and its democratizing potential. While critical rationalists and political economists generally lament the perceived erosion of the media public sphere and its capacity to marshal ‘public knowledge’ and address substantive ‘issues’, postmodernists and cultural studies theorists often redefine the ‘political’ in relation to the private sphere and celebrate media ‘popular culture’ and the play of ‘identities’. Enlightenment and post-Enlightenment premises also surface in the study and evaluation of popular and tabloid forms of journalism (Curran et al., 1980; Dahlgren and Sparks, 1992; Hartley, 1996; Langer, 1998; Lumby, 1999; Sparks and Tulloch, 2000).

These debates register important shifts in both the worlds of television and its academic theorization, but neither orientation to our mind engages sufficiently with the complex forms of actually existing television journalism which evidentially straddle these and other deep-seated communication dualisms – whether conceived in terms of ‘transmission’ and ‘ritual’ models of communication (Carey, 1989), ‘public knowledge’ and ‘popular culture’ problematics of audience reception (Corner, 1991), ‘objectivist’ and ‘subjectivist’ news epistemologies (Cottle, 1993), ‘narrative’ and ‘exposition’ aesthetics in television news (Corner, 1995), or ‘dialogue’ and ‘dissemination’ approaches to communication more generally (Peters, 1999a). Such dualisms, we suggest, in practice interpenetrate in many of the complex forms of today’s journalism and, indeed, in their applied specificity, help to define these as characteristic forms and grant them their appeal and communicative force. When seeking to understand how television journalism serves to summon publics in respect of events and issues, and does so in culturally expressive and affective ways as well as through informational and propositional means, less dichotomized thinking is clearly called for. We need to be able to accommodate and register the communicative modes of both display and deliberation within our analytical approach to current national and international formations of television news.

John Durham Peters reaches similar conclusions when discussing the worthy but ultimately idealist project of public journalism in the US (Glasser, 1999; Peters, 1999b; Rosen, 1999). Lending further weight to the necessity to reconsider journalism’s communicative complexity, which encompasses both dialogue and dissemination, he suggests, ‘Argument and deliberation have much to offer as modes of public debate. The question is their relative privilege in the rhetorical panoply of democracy’ (Peters, 1999b: 111). And so it is. Informed by these preceding debates we now propose a new conceptual apparatus for mapping the complex communicative architecture of television news, its democratizing enactments and possibilities. This is then deployed in a comparative international examination of terrestrial and satellite television news.

Researching TV news communicative architecture

As well as being informed deductively by the debates above, our analytical schema of ‘communicative frames’ has also been developed inductively in a pilot study and now an extensive empirical study of news programmes broadcast in and across six different countries. Methodologically, our conceptualization of ‘communicative frames’ approxi-

mates to 'ideal types' (Weber, 1949), that is, analytical categories designed to capture recurring and evident communicative structures of television news while nonetheless admitting to further levels of complexity in any particular case. That said, in their application we find that they demonstrate a grounded capacity to accurately capture the communicative structures of most television news items broadcast in all our selected countries and regions and do so with little or no interpretative difficulty.

At the centre of television journalism's communicative architecture are a number of 'communicative frames' routinely structuring the presentation and elaboration of news stories. These prove pragmatically useful in terms of the logistics, technical capabilities and pressurized organization of news production while nonetheless permitting some degree of journalist and organizational latitude in terms of how to construct both conflictual and consensual news stories. Moreover, in their enactment, journalists instantiate a number of professional claims concerning their responsibilities within processes of liberal democratic representation (Mill, 1811/1997, 1859/1997). These include, for example, providing information and social surveillance; demonstrating independence, balance and impartiality; acting as a critical watchdog; and facilitating public discussion, debate and opinion formation. The repertoire of communicative frames also permits much else besides, however, including: giving voice to the powerful; occluding or dissimulating dissent; constructing consensus; advocating and championing causes; expressing cultural differences; telling mythic tales; and bearing witness.

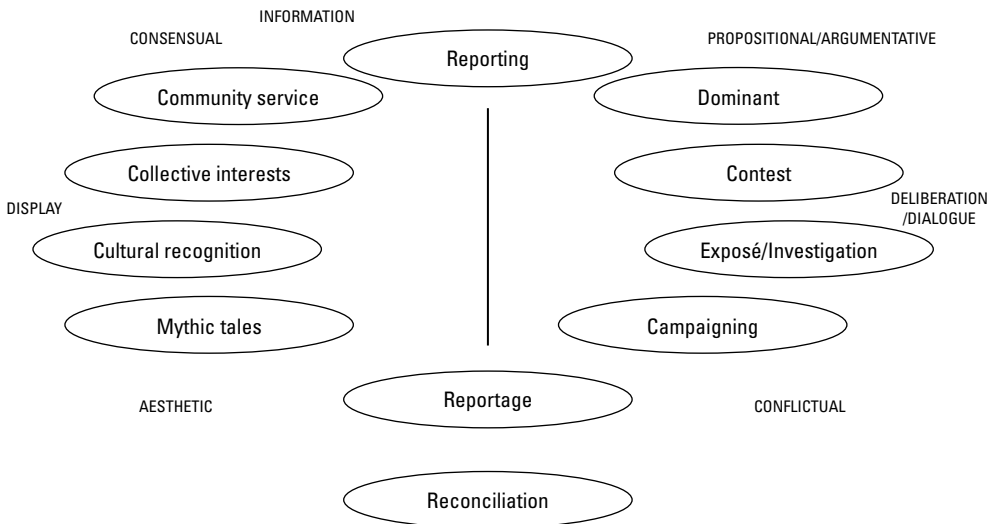
Our conceptualization of 'communicative frames', unlike conventional use of the term 'frames' in the news field (Gitlin, 1980; Gamson, 1989; Entman, 1993; Robinson, 2002: 137-40), is much more firmly anchored in the world of television news work and the professional ideology of journalism. Communicative frames pre-exist, we argue, the discursive constructions of any particular issue or news event. Conventionalized ideas about 'frames', however, are invariably discourse dependent and issue specific and, as such, insufficiently cognizant of the communicative structures that routinely make up television news and too quickly foreclose on the deliberative and open-ended possibilities that inhere within many of the 'communicative frames' comprising television news. These communicative complexities are simply lost from view by a reductionist understanding of news frames as necessarily involving a 'preferred point of view' or 'dominant discourse'. A typical definition, incorporating Robert Entman's (1993) ideas, states, for example, 'the concept of framing offers us a way to understand how information contained within any given text is mediated so as to privilege a particular reading of that text' (Robinson, 2002: 137). This widely held and discourse-dependent understanding of 'news frames', we suggest, too easily slides over the formal complexities of the communicative architecture of television news. Recent studies of television reception seem to lend support to our view when finding that audiences are in fact complexly involved in reading processes, and often discriminating and, effectively, 'deliberating' in their evaluations and judgements about journalism topics, their evidential basis *and* civic forms of presentation (Corner et al., 1990; Jensen, 1998; Buckingham, 2000).

Television news and its repertoire of communicative frames

Contemporary television journalism is oriented to the world in both conflictual and consensual ways, and this is embedded within its communicative architecture (see Figure 1).

Television news routinely deploys a number of recurring, possibly universal, conflict communicative frames. Our research reveals that these can be differentiated analytically as ‘dominant’, ‘contest’, ‘contention’, ‘campaigning’ and ‘exposé/investigative’. While each structures the communication of conflicts in different ways, each nonetheless communicates principally in terms of contending claims, propositions and arguments. Conflicts thereby assume propositional and analytical form and these resources become available for public deliberation. Not all news is about conflicts and framed in analytical terms, however. A number of consensual frames, based more on cultural display than analytical dissemination also characterize television news and this is communicated, we argue, through the following cultural communicative frames: ‘community service’, ‘collective interests’, ‘cultural recognition’ and ‘mythic tales’. While the content of some of these news presentations may at times be premised on hidden or perhaps structural conflicts, the communicative frame nonetheless positions them consensually with no obvious issue or contending perspective in play. These consensual communicative frames, unlike the conflict-driven and analytical frames, exhibit varying degrees of cultural depth, moving from the semiotic to the symbolic and mythic, and thereby ‘display’ (rather than ‘deliberate’) in keeping with their more culturally expressive mode of communication. Their essence and appeal lies in the communication of cultural interests and identities, in recognition and display, rather than in the representation of conflict communicated analytically or argumentatively. Finally, two powerful news frames, ‘reporting’ and ‘report-

Figure 1:
TV journalism’s communicative frames



age', draw upon both analytic/propositional and aesthetic/ expressive, or deliberative and display modes of communication, as does the rarely deployed depth frame of '*reconciliation*'. We can now briefly describe each frame with an illustration drawn from our international sample before we examine to what extent each is deployed within and across our six countries and major satellite broadcasters.

Reporting

At the core of the historical evolution of television news is the 'classic' *reporting frame*. This instantly recognizable frame functions principally in terms of information conveyance and the surveillance of current events consonant to the daily production cycles of television news (Halloran et al., 1970; Wright, 1974). The events reported on can be conflictual or consensual in nature, but they are framed by the news presentation in terms of up-to-date information and are generally, though not always, of short duration. They serve, nonetheless, to ground journalism's professional mission 'to inform' as well as lend some factual support to ideas about accuracy and even objectivity, but deliver at best thin accounts of events, which are often presented as occurrences without context, background or competing definitions and accounts. They provide basic informational elements that may later or elsewhere inform more elaborate interpretations, discursive and emotional alignments and evaluative judgements of these same events. Bangladesh is mopping up after the heaviest rainstorms in more than half a century. Much of the country, including the capital Dhaka, is under several feet of water. More rain is expected over the next few days. (*BBC1 News*, BBC1, UK, 15 September 2004)

Dominant

Closely aligned to, but deliberately developing beyond the news controlled reporting frame, is the *dominant frame*. This frame refers to news stories that are clearly dominated and defined by a single external news source. This source may derive from authority, challenger or any groups within the social hierarchy, but it is their perspective or views which clearly 'dominate' the communicative frame and which either remain unopposed or receive, at most, marginal challenge. When the latter, challenges are typically confined to responses that are prefigured by the agenda set by the dominant 'framing' source. This frame, then, comes closest to the classic view of 'primary definition' as elaborated by Stuart Hall and his colleagues (Hall et al., 1978). It need not, however, in principal be taken to be dominated by social elites, though in practice it may often be.

Manpower Minister Ng Eng Hen says the move to keep civil service manpower numbers in check is a prudent one. Even at a time where the economy is picking up and retrenchment numbers are coming down.

Minister Ng: This isn't just an exercise in manpower reduction – that's not the aim of it. This is an exercise in making sure that we are as accountable and as efficient for government. In other words, we must seek to be efficient and lean because this is taxpayers' money. It doesn't mean that we will just reduce manpower because we have to reduce it. ... (*Channel i News*, Channel i, Singapore, 19 September 2004).

Contest

Television news also presents news stories in terms of a *contest frame*. Here conflictual news stories are framed in terms of binary opposition, with opposing views and arguments generally given approximately equal weight or representation and structured in adversarial terms and formats. While comment and criticism may also be delivered on these ‘contests’ by accessed experts or ‘arbitrators’ (Deacon and Golding, 1994), the frame nonetheless presents the conflict in terms of a fundamental opposition between two opposing sides or interests and these are clearly signalled and structure the communicative frame.

Now to the presidential race and the war in Iraq continues to be the top campaign issue. Senator Kerry today launched a sharp attack against President Bush, saying the war in Iraq is undermining the war on terror. The President, meanwhile, is firing back.

Reporter: In the swing state of Wisconsin today, the President fired back at Senator Kerry, accusing him of undercutting an ally, the interim leader of Iraq.

President Bush: You can’t lead this country if your ally in Iraq feels like you question his credibility. The message ought to be to the Iraqi people ‘We support you’. The message ought to be loud and clear.

Reporter: Earlier today, Senator Kerry in Pennsylvania, ripped President Bush saying he bears responsibility for letting Osama bin Laden get away.

Senator Kerry: The President outsourced the job to Afghan warlords who let Osama bin Laden slip away. That was the wrong choice. Instead of finishing the job in Afghanistan, the President rushed into a new war in Iraq. That was the wrong choice. (*CBS Evening News*, CBS, USA, 24 September 2004)

Contention

Further conflictual complexity is encapsulated within the television news *contention frame*. Here a plurality of voices/perspectives may be represented and these do not take the form of a diametric opposition, but rather represent something of the complexity of positions and points of view that often inhere within and/or surround particular areas of contention or dispute. The contention frame is not confined to the elaboration of conflictual currents that circulate within or around deep oppositions and ‘contests’ but also serves to capture the more nuanced and qualifying engagements of different interests and identities which variously debate, criticize or contend, but which do not fundamentally challenge or oppose some state of affairs, interest or perspective.

Reporter: ... in overwhelmingly Muslim Turkey, paradoxes abound ... marriage is only official here if it’s a state marriage. And the state is now poised to involve itself further in married life. The Turkish government seems surprised by the outcry over its proposal to criminalize adultery. The proposal divides Turkey, coming down to the way you view the world.

Selen Akcali works as a consultant. She is the epitome of the westernized Turkish citizen. Mutlu Alkan defies every stereotype – a successful businesswoman, a devout Muslim, a rising official in the governing AK party and a pretty neat driver.

Selen's view of the state is thoroughly European. Regulating the traffic is fine, but her private life should remain just that – private.

Reporter: But Mutlu, in spite of her entrepreneurial drive, sees a role for the government in helping women less able to help themselves than she is.

Mutlu Alkan: ... there is a need for this because they [women] cannot do much about their husbands ... this will just show them that they have a support behind. If they complain, yes, the state is with them.

Reporter: ... There's little doubt amongst most observers that it is the AK government that has brought Turkey tantalizingly close to EU membership negotiations ... which makes the adultery law doubly bizarre. As the storm over the adultery proposal grew, the government tried legal defenses.

Nimet Cubukcu, MP, AK Party: It is the European Court of Human Rights that makes the legal structure of the European Union. And the court says that every country can regulate its laws according to its social and moral requirements ...

Professor Haluk Sahin: Turkey has very obstinate opponents in Europe, you know some people who believe that Turkey just does not fit in the European scheme of things, have been looking for reasons and excuses. ... And now they will have another thing to chew on ...

Reporter: As the debate on the penal code began on Tuesday, women's rights groups protested on the capital's streets. ... But ... there is a sizable group of people here, religious and conservative, who support the criminalization proposal – the world beyond metropolitan Istanbul.

...

Ruhiye Akcam: I am against withdrawing such a law. We are Turkish, we are Muslim, and if you do such a thing as adultery, you should bear with the consequences, and you should be punished.

Reporter: Without government support the adultery proposal will probably fail, but the EU has been put on notice. Turkey is different. Not just because it's Muslim or conservative, but because of the contradictions embedded deep within the republic. Secular and religious, traditionalist and urgently modern, east and west at once. (*Newsnight*, BBC2, UK, 16 September 2004)

Exposé/investigation

This frame, like the classic news reporting frame, remains under the firm control of the news media but is also actively driven forward. The *exposé/investigation frame* conforms to the idealized liberal democratic role of journalism as public watchdog and as self-proclaimed Fourth Estate. Here journalists actively set out to investigate, expose and uncover information and practices that would not otherwise be revealed within the public domain. This frame includes, therefore, traditional investigative journalism based on intensive research and exploratory fact-finding as well as *exposé* journalism of public or private affairs.

But first, our water, and just how safe is it? Tonight we expose one of Australia's largest companies using the cover of darkness to pump waste into one of the country's major river systems. It's happening night after night and wait till you see what the company did when it found out about our investigation.

[undercover night camera footage of a man feeding hoses into a river]

Reporter: What is this man doing? A construction worker under the cover of darkness throwing hoses containing contaminated water into one of Australia's major river systems. What's being pumped out here is by-product from one of the country's largest construction sites by workers from one of the country's largest companies, Thiess Hochtief.

Anonymous source with face obscured and voice altered: They're well aware that they are polluting that river with chemicals. If you've gotta start hiding things at night, you've gotta start scratching your head and thinking 'Well, what's going on here?'

[footage of hoses pumping contaminated water into a river]

...

Reporter: This man should know – he was one of the so-called 'water boys' until he came to us, worried his company was polluting the river. ... And it's not just any river. It's the Lane Cove National Park ... *Reporter:* But exactly what is Thiess Hochtief dumping? With the help of a second worker we took samples from the building site to determine exactly what was being discharged.

...

Reporter: ... Our test results show the water is acidic and should have hydroxide added before pumping back into the river.

...

Reporter: ... The EPA [Environment Protection Authority] is now looking into that site and admits it is investigating the company over two other environmental issues. (*Today Tonight*, Channel 7, Australia, 13 September 2004)

Campaigning

Television news journalism also has the capacity to actively and performatively campaign for particular causes and issues though, unlike the press, it may rarely elect to do so. This constitutes the *campaigning frame*. Here the news media declares its stance on a particular issue or cause and seeks to galvanize sympathies and support for its intervention beyond the world of journalism. Accessed views and voices are often demonstrably positioned to bolster or strengthen the media's case in challenging, opposing or proposing a particular perspective and course of action.

Five News has been given horrific video footage recorded during an undercover investigation in Pakistan into animal cruelty. Wildlife investigators have been telling our reporter Mark Jordan how bears have their teeth broken and their claws removed. The animals are chained so their movement is restricted and fighting dogs are let loose on them. The law says bear baiting is illegal in Pakistan, but it's still happening. A word of warning some of you may find parts of this report distressing.

[visuals of men buying tickets to a bear-baiting event]

Reporter voice-over: How much pain could a man witness for just a few pennies? In Pakistan, you get plenty for your money ...

[footage of two men dragging a bear into the ring, with another man hitting the bear with a stick]

Reporter: They are only animals, but try arguing that this bear doesn't know what's about to happen to him. Dragged to the ring, this should not be happening. Campaigners persua-

ded Pakistan to make it illegal, but few here care about that law, a recent event was actually organized by a wildlife officer.

...

Reporter voice-over: Pakistan may have plenty to worry about, what with the war on terror, but to many, *this* is terror, and the victim is innocent. (*Five News*, Channel 5, UK, 17 September 2004)

Community service

Moving beyond the classic news reporting frame, by going a little deeper into a particular issue or event in terms of what new ‘information’ actually means for the news audience is the *community service frame*. Through this communicative frame the news media explicitly advise the audience on what this information actually means and how it impacts on them. Here, then, the news media takes on a more advisory or service-oriented role. Information that is essentially consensual (as opposed to conflictual, which would suggest a media-led exposé/investigative frame) is represented as useful or essential advice and may be presented in a pedagogic and/or paternalist way. In today’s news ecology, the latter may variously address or seek to ‘interpellate’ audiences in terms of citizenship or consumption.

Now for more on tomorrow’s strike, we are joined by e news reporter Lindelwa Mthembu. Lyndie, what sort of disruptions can we expect in Johannesburg tomorrow?

Reporter: ... Looking at the routes in Pretoria – that’s where the biggest march will be – we are expecting about 50,000 people to be in Pretoria. ... Avoid Church Square route, avoid the vicinity of the union building. They will be using Paul Kruger going towards the union buildings, after they’ve handed the memorandum to national treasury. Also avoid Hamilton Street because two lanes will be closed to accommodate for the buses that will be transporting the marchers. About 80 buses, so you can imagine the big impact that will be expected. ... (*News@7*, eTV, South Africa, 15 September 2004)

Collective interests

Like the community service frame, the *collective interests frame* structures its representation consensually. Here, however, news stories do not simply report on news events or provide advice, but rather elaborate and visualize shared, communal or collective interests through their identification of presumed ‘common interest’ subject matter. This communicative frame serves to embody values and ideals of presumed shared interest and collective relevance and appreciation.

Gates have opened at the Royal Melbourne Show and crowds have wasted no time in checking out the attractions. And with most schools starting holidays tomorrow, organizers are hoping for a bumper week ahead. More from Mia Greeves.

[*visuals of horses with their owners at the competition*]

Reporter: Animal judging began before the gates opened and Yambula Chief, and owner, Victorian police chief Christine Nixon, made their debut ...

[*visuals of cakes on display*]

Reporter: And after eight years of competitive baking, Peter Bennett from South Yarra has finally taken the silver spoon for overall cooking.

...

Peter Bennett: I'm absolutely over the moon. I didn't think that I would ever be able to do it!

[*visuals of excited children lining up for showbags*]

Reporter: And one of the show's longest running showbags has again proved its popularity.

[*visuals of children and families pouring into gates with reporter voice-over*]

Reporter: Despite the prediction of rain over the weekend, organizers are expecting half a million people to come through the gates over the next eleven days. (*Nine News*, Channel 9, Australia, 16 September 2004)

Cultural recognition

The *cultural recognition frame* refers to consensual items that not only represent, but also symbolize and/or affirm shared values and community ideals – whether 'Ours' or 'Others'. This frame of 'recognition' (Taylor, 1995) serves to evoke and appeal to notions of cultural identity and cultures of difference (West, 1993; Young, 1997) by, *inter alia*, acknowledging and/or celebrating events/individuals/groups represented. This consensual frame, then, can variously be deployed to display and endorse views of multicultural difference (very broadly conceived) and/or implicitly reassert monocultural conceptions of cultural homogeneity, though neither will be framed in conflictual terms (see Hannerz, 2000).

Happy is the bride that the sun shines on, the phrase goes. But that is not the only reason an American woman and an Australian man decided to exchange vows at this exotic destination in Malaysia. RTM invites us to witness this special day in their lives.

[*visuals of pristine beaches and native dancers with reporter voice-over*]

Reporter: Serenity and tranquillity are the Carey Island, and the simple lifestyle of the indigenous people of Malaysia, the Mahmeri community, have always fascinated Gloria Grace Wallace from the United States. It is no wonder when she and Mark Anthony from Australia decided to tie the knot, they wanted to perform it according to the Mahmeri culture.

[*visuals of the bride and groom performing several traditional rituals, with an indigenous elder*]

The big day began with the engagement and the exchange of rings to symbolize their union. The chieftain of the Mahmeri community, the medicine man and the couple's parents play a major role in the ceremony.

...

[*visuals of wedding procession with bride and groom in traditional Mahmeri attire*]

Dressed in simple attire decorated with intricate woven coconut leaves, Gloria Grace is led in a procession to the house where they will be wedded. The *bersamin* ceremony or sitting on the dais must be performed before noon or bad luck will befall on the ceremony. The couple are blessed by their parents and close relatives.

...

[*visuals of the couple celebrating with the Mahmeri community*]

For Gloria and Mark their wedding ceremony, though simple, will always be cherished and remind them of their wonderful stay here in Carey Island.

Groom: Their excitement and their willingness to share and to have fun. The whole thing's also interwoven with, as I've found out today, all sorts of symbolic rituals that have got a really deep meaning.

Bride: The Orang Asli Community, the Mahmeri of Carey Island, we love Carey, because they made today, our wedding, very, very special. (*World Report*, CNNI, Satellite TV, 26 September 2004)

Mythic tales

The *mythic tales frame* displays and activates cultural myths that have resonance for contemporary cultures. This communicative frame, then, is not principally about imparting new information but resurrecting and/or recycling pre-existent values, symbols and narratives which draw from the deep cultural/collective myths that exist within all communities (Bird and Dardenne, 1988). These *mythic tales* may focus on individuals/groups/places/objects that symbolize values or ideals that are exceptional or extraordinary in some way and/or which are felt to be normative cultural 'goods'.

South Africans said farewell today to one of the heroes of their struggle for freedom. Anti-apartheid cleric Beyers Naude died two weeks ago at his Johannesburg home. ...

[*moving visuals of funeral procession and mourners in the church with reporter voice-over*]

Reporter: They came to pay tribute to a fallen hero, a soldier of the struggle, who will fight no more. And for Beyers Naude it was a fight that was not without casualties. He was ostracized from his church and his community because of his beliefs, but he was adopted by a nation.

[*visuals of African gospel choir singing at the funeral*]

Reporter: An Afrikaan who was ideally placed to live a life of entitlement under apartheid, but this was not to be for Naude. ... Beyers Naude's ashes are to be scattered in Alexandra township, a community he spent most of his life serving.

Reporter to camera: It was the funeral here at the Aswen Corp Dutch Reform Church, a full circle has been completed. It was here in 1963 that Beyers Naude left the ministry because he was opposed to his church's support of apartheid.

Today South Africans of all races returned to farewell and pay tribute to Beyers. (*News@7*, eTV, South Africa, 18 September 2004)

Reportage

A communicative frame that goes well beyond the simple informational and surveillance ambitions of the reporting frame in its attempt to generate deeper understanding and insights into current news events is the *reportage frame*. The reportage frame seeks to do this through the provision of detailed background, context and analysis; *in situ* observation, first-hand testimony and/or experiential accounts of events; or journalist reflexivity in respect of earlier media reporting. The *reportage frame* can, therefore, represent issues and events either in conflictual or consensual terms, and can also variously deport itself by emphasizing either display/expressive or deliberative/analytic

modes of representation, but in either case it aims to provide the means for generating in-depth understanding by going behind the scenes of ‘thin’ news reports and providing ‘thick’ descriptions of reality (Geertz, 1973; Cottle, 2005). The reportage frame, given its affinity with observational documentary modes (Nichols, 1991), invariably makes use of film and visual authentication as well as personal testimonies, and thereby often positions itself (and us the viewer) as ‘bearing witness’. Reportage often ‘moves’ (performatively, diachronically and emotionally) from the *indicative* to the *subjunctive* in its story treatment (Cottle, 2004, forthcoming a).

Amid the daily reports of violence and death in Iraq, there are other tragic stories that don’t make the headlines. Diana Muriel reports on the day-to-day struggle a group of Iraqis endures in Baghdad.

Reporter: Down an anonymous backstreet in Baghdad’s Kadamir district is a boarding house that is home to a small army – a small army of beggars. A series of one-room hovels, 150 people crammed in together.

[visuals of children playing in dilapidated slum area and washing dishes with dirty water, reporter voice-over]

Reporter: With just one communal tap and one latrine, the stench is overwhelming. There weren’t many people around the day we visited, most of the inhabitants out working. Each day a Dickensian Fagin figure, who runs this establishment and several others like it, collects the children and puts them to work begging in the streets. Each child must earn the equivalent of \$3.50 a day. For that, they and their families get living space. But not all the children here are with their parents.

[visuals of young woman surrounded by several children with reporter voiceover]

Reporter: This woman, who was too frightened to give her name and age, says she and her husband found seven kids in the street. They bring in just enough for rent and food, she says. She has two sons of her own, but barely enough food to give them. She herself grew up in this compound after being picked up off the street ... Once inside, there is almost no way out. People here live in fear of the man who runs their lives. Only a few of the prettiest young girls can escape. This one, too frightened to show her face to the camera, has been sold to a man she has never met in Syria. She knows she is destined to be a prostitute. She is just happy to be leaving.

[visuals of elderly woman sobbing and her husband crying with reporter voiceover]

Reporter: The oldest members of the community are perhaps the most pitiful. ‘We have nothing’, wails this woman. Tears run down her husband’s face as he explains how he has suffered a stroke and she was forced to go out into the streets to beg ...

[visuals of mosque with reporter voice-over]

Reporter: This is one of the most profitable places to beg in Baghdad, outside the mosques. And it’s here the beggars congregate. But even so, there are few pickings and little pity for some of the city’s most desperate. (*CNN World News*, CNNI, Satellite TV, 18 September 2004)

Reconciliation

One final television news frame, rarely used, has the capacity to go even deeper than in-depth *reportage*. Potentially at least, it can encompass and extend beyond the performative *community service* and *campaigning* frames, to structure its representations in

terms of ‘*reconciliation*’. Here the broadcasters can become actively involved in bringing opposing or conflicted interests and identities together, enhancing understanding and trust in respect of past or present enmities. Based on powerful modes of public display as well as engaged dialogue, such a communicative frame is likely to appeal to proponents of ‘public journalism’ and ‘peace journalism’ (Rosen, 1999; Lynch and McGoldrick, 2005). Building on filmic modes of reportage and deliberative televisual forums, as well as news technologies (satellite link-ups, internet discussion rooms, live telephone polls) the news media here performatively champion processes of reconciliation or ‘coming together’ – both literally through their presentational configuration of bodies in mediatized space and also figuratively (Cottle, 2002, 2005). Though we can recall examples from our own news viewing, none were present in our sample.

Communicative frames: a universal TV news architecture?

Systematically and carefully examining 9662 news items produced by our extensive sample of national and satellite TV news broadcast across our six selected countries generates the following findings (see Table 1).

As anticipated perhaps, the *reporting frame* is far and away the most commonly used communicative frame across both terrestrial and satellite news programmes (59.4 percent), suggesting a continuing organizational and professional commitment to the informational and event-oriented role of television news journalism (as well as, perhaps, organizational reliance on news agencies and considerations of news production costs). Interestingly, the use of this standard reporting frame also varies across national contexts, with a high of 60.6 percent in Australia and a low of 52.7 percent in the UK, and a high of 66.3 percent in the satellite broadcasters’ output. Even so, there is much else going on in the communicative architecture of television news. *Dominant frames*, whether advanced by authority or challenger groups, are the next most prominent communicative frame (12.0 percent). *Contest* and *contention frames* together (11.6 percent) indicate that conflict reporting is often structured in terms of varying degrees of complexity and that protagonists find routine public representation and possible access for the engagement and elaboration of opposing views.

Excepting the traditional news *reporting frame* (which reports both conflict and non-conflict events), conflictual frames comprise almost a quarter of all the communicative frames deployed across the national and international contexts, though these also vary considerably in their national use: the UK (30.3 percent) and India (29.1 percent) with the most, and Singapore (21.0 percent) and the satellite broadcasters (20.2 percent) with the least (and, in Singapore’s case, significantly, over 80 percent of these occur in items on foreign news). Consensual frames are in fairly infrequent use in most news contexts (13.9 percent overall), with the exception again of Singapore where they number 22.4 percent – the only country where they outnumber the use of conflictual frames. *Exposé/investigative* and *depth reportage frames* are both relatively infrequent, though interestingly satellite TV and US broadcasters make appreciable use of the latter. But, we need to remember that frequency is not always the same thing as significance, and ‘depth’ reportage

frames now routinely feature within and across many news outlets and elaborate their stories at length, often making use of powerful modes of display and deliberation.

Conclusions

It is evident from our study that television news exhibits a communicative complexity that so far has received, at most, partial recognition in the field of journalism study. Each country and satellite network in our sample has used most, if not all, of the identified communicative frames. These are, we suggest, universal structures organizing the formations of television news within liberal democracies. Together they constitute a differentiated communicative architecture for the deliberation and display of conflict and consent.

Of principal interest, perhaps, are the documented differences in the use of communicative frames between the national contexts. For example, the high use of conflictual frames in a volatile democracy such as India compared to the high use of consensual frames in a soft-authoritarian state such as Singapore. If consensual communicative frames in Singapore serve processes of ‘manufacturing of consent’, they often do so without directly articulating dominant views or necessarily accessing elite ‘primary definers’ – a view that is too often occluded in debates about the appeals of popular journalism conducted elsewhere. But so too can communicative frames serve processes of democratic deliberation through the public elaboration and engagement of contending interests and identities. Though in a minority, the deployment of in-depth frames of *reportage* and *exposé/investigation* in liberal democratic states can contribute vital resources for processes of democratic deepening. These ‘ways of knowing’ (analytical, evidential, dialogic, experiential, testimonial, reflexive) variously give expression to identities of difference and processes of change, and can provide rich communicative means for their public elaboration. Frames of *cultural recognition* and even, on occasion, *mythic tales* also have their place within the scheme of television news, and these too, on occasion, can play a part in deepening cultural sensibilities and understanding (as could, potentially, the socially cathartic ‘reconciliation’ frame).

While each of these communicative frames has an established presence within the national and international communicative repertoire of television news, they are also found to varying degrees in and across national and international broadcasting contexts. The range and diversity of communicative frames deployed in each case are relatively broad and these are not, by definition, essentially issue specific – though some news events or issues may well be seen by news producers as lending themselves to certain communicative frames rather than others. We therefore resist the temptation to draw evaluative or judgemental conclusions that simply suggest one frame is intrinsically or necessarily ‘better’ than any other. Each has its possible advantages and benefits, as well as possible limitations, and each contributes something to the distinctive appeals and communicative architecture of different news forms. How they are selected and deployed in combination, however, and with what discursive consequences in the mediatization and elaboration of different issues and interests, now needs critical exploration.

What this study has demonstrated is that a complex communicative architecture structures the daily outpouring of television news broadcast to millions of people around the world, and at the centre of this is a repertoire of identifiable communicative frames offering differing possibilities for the public elaboration and engagement of contending interests, issues and identities. More critically, we suggest, it is in and through their professional selection, enactment and combination that mediatized ‘democracy’ or ‘dominance’ variously wins out. Our continuing research seeks to integrate analysis of the identified communicative frames in relation to: (1) different news forms and news formations in different national and international contexts; (2) the changing nature of current affairs and documentary modes of television journalism; (3) their professional enactment in different production domains and environments; (4) their facilitation by technical inputs (ENG/video, edited interview clips, live studio interviews, group discussion, satellite link-ups etc); (5) their circulation via international flows and the syndication of news stories between broadcasters and regions; and (6), perhaps most importantly, their impact on the mediatization of major global issues, including ecology, the ‘war on terror’, population flows, indigenous and minority representation, and human rights.

This article has laid a foundation stone for this more extensive research programme. Here we have lifted the theoretical veil usually concealing the communicative complexities of television news and glimpsed something of the democratizing possibilities that inhere within the communicative frames now routinely deployed within and across national and international news formations. The communicative architecture of television news, we conclude, is implicated in both structures of dominance and processes of deliberative democracy. If deliberation is the soul of democracy, the communicative frames of television news can contribute to its mediatized enactment as well as its possible future deepening. This demands closer interrogation.

Notes

1. We would like to acknowledge the Australian Research Council for funding the research project ‘Television Journalism and Deliberative Democracy: A Comparative International Study of Communicative Architecture and Democratic Deepening’ (DP0449505) that forms the basis of this article and a number of forthcoming publications (Cottle, forthcoming; Cottle and Rai, forthcoming; Rai and Cottle, forthcoming).
2. Daily news programmes were selected on grounds of state broadcaster and highest commercial ratings. Other TV journalism formats including, for example, weekly current affairs and documentaries were excluded for the purposes of this article, but are included in research currently under way.

References

- Althusser, L. (1971) ‘Ideology and Ideological State Apparatuses’, in *Lenin and Philosophy and other Essays*. New York: Monthly Review Press.
- Barnhurst, K.G. and J. Nerone (2001) *The Form of News: A History*. New York: Guildford Press.
- Beck, U. (1992) *Risk Society*. London: Sage.

- Beck, U. (1997) *The Reinvention of Politics*. Cambridge: Polity.
- Beck, U. (2001) *World Risk Society*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U., A. Giddens and S. Lash (eds.) (1994) *Reflexive Modernization*. Cambridge: Polity Press.
- Benhabib, S. (ed.) (1996) *Democracy and Difference*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Benhabib, S. (2002) *The Claims of Culture*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Bird, E. and R.W. Dardenne (1988) 'Myth, Chronicle and Story: Exploring the Narrative Qualities of News', pp. 67-86 in J. Carey (ed.) *Media, Myths and Narrative*. London: Sage.
- Buckingham, D. (2000) *The Making of Citizens*. London: Routledge.
- Carey, J. (1989) *Communication as Culture*. London: Unwin Hyman.
- Castells, M. (1997) *The Information Age*, 3 vols. Cambridge: Blackwell.
- Clayman, S. E. and J. Heritage (2002) *The News Interview*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cohen, J. and A. Arato (1994) *Civil Society and Political Theory*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Corner, J. (1991) 'Meaning, Genre and Context: The Problematics of "Public Knowledge" in the New Audience Studies', pp. 267-84 in J. Curran and M. Gurevitch (eds.) *Mass Media and Society*, 1st edn. London: Edward Arnold.
- Corner, J. (1995) *Television Form and Public Address*. London: Edward Arnold.
- Corner, J., K. Richardson and N. Fenton (1990) *Nuclear Reactions*. London: John Libbey.
- Cottle, S. (1993) *TV News, Urban Conflicts and the Inner City*. Leicester: Leicester University Press.
- Cottle, S. (2002) 'TV Agora and Agoraphobia Post-September 11', pp. 178-98 in B. Zelizer and S. Allan (eds.) *Journalism after September 11*. London: Routledge.
- Cottle, S. (2004) *The Racist Murder of Stephen Lawrence: Media Performance and Public Transformation*. Westport, CT: Praeger Publishers.
- Cottle, S. (2005) 'In Defence of "Thick" Journalism', pp. 109-24 in S. Allan (Ed.) *Journalism: Critical Issues*. Maidenhead: Open University Press.
- Cottle, S. (forthcoming a) *Mediatized Conflict: Developments in Media and Conflict Studies*. Maidenhead: Open University Press.
- Cottle, S. (forthcoming b) 'Mediatizing the Global War on Terror: Television's Public Eye' in P. Anandam Kavoori and T. Fraley (eds-) *Media, Terrorism and Theory: A Reader*. Oxford: Rowman and Littlefield.
- Cottle, S. and M. Rai (forthcoming) '24/7 Revisited: Emissaries of Global Dominance or Global Public Sphere?'
- Curran, J., A. Douglas and G. Whannel (1980) 'The Political Economy of the Human Interest Story', in A. Smith (ed.) *Newspapers and Democracy*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Dahlgren, P. (1995) *Television and the Public Sphere*. London: Sage.
- Dahlgren, P. and C. Sparks (1992) *Journalism and Popular Culture*. London: Sage.
- Deacon, D. and P. Golding (1994) *Taxation and Representation*. London: John Libbey.
- Dryzek, J. (2000) *Deliberative Democracy and Beyond*. Oxford: Oxford University Press.
- Entman, R. (1993) 'Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm', *Journal of Communication* 43(4): 51-8.
- Foucault, M. (1980) *Power/Knowledge*. London: Harvester Press.
- Gamson, W. A. (1989) 'News as Framing', *American Behavioral Scientist* 33: 157-61.
- Geertz, C. (1973) *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.
- Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1994) *Beyond Left and Right*. Cambridge: Polity Press.
- Gitlin, T. (1980) *The Whole World is Watching*. Berkeley: University of California Press.
- Glasser, T. (ed.) (1999) *The Idea of Public Journalism*. New York: Guildford Press.
- Habermas, J. (1989) *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1996) *Between Facts and Norms*. Cambridge: Polity Press.
- Hall, S. (1982) 'The Rediscovery of Ideology: Return of the Repressed in Media Studies', pp. 56-90 in M. Gurevitch, T. Bennett, J. Curran and J. Woollacott (eds.) *Culture, Society, Media*. London: Methuen.
- Hall, S., C. Critcher, T. Jefferson, J. Clarke and B. Roberts (1978) *Policing the Crisis*. London: Macmillan.
- Hall, S. and M. Jacques (eds.) (1989) *New Times*. London: Lawrence and Wishart.
- Halloran, J.D., P. Elliott and G. Murdock (1970) *Demonstrations and Communication*. Harmondsworth: Penguin.
- Hannerz, U. (2000) *Foreign News: Exploring the World of Foreign Correspondents*. Chicago: and London: University of Chicago Press.
- Hartley, J. (1996) *Popular Reality: Journalism, Modernity, Popular Culture*. London: Arnold.
- Herman, E. and N. Chomsky (1988) *Manufacturing Consent*. New York: Pantheon.

- Jensen, K.B. (ed.) (1998) *News of the World: World Cultures Look at Television News*. London: Routledge.
- Langer, J. (1998) *Tabloid Television*. London: Routledge.
- Livingstone, S. and P. Lunt (1993) *Talk on Television*. London: Routledge.
- Lumby, C. (1999) *Gotcha: Life in a Tabloid World*. St Leonards, NSW: Allen and Unwin.
- Lynch, J. and A. McGoldrick (2005) *Peace Journalism*. Stroud: Hawthorn Press.
- Mill, J. (1811/1997) 'Liberty of the Press', pp. 16-21 in M. Bromley and T. O'Malley (eds.) *A Journalism Reader*. London: Routledge.
- Mill, J.S. (1859/1997) 'Of the Liberty of Thought and Discussion', pp. 22-7 in M. Bromley and T. O'Malley (eds.) *A Journalism Reader*. London: Routledge.
- Mouffe, C. (1996) 'Democracy, Power and the "Political"', pp. 245-56 in S. Benhabib (ed.) *Democracy and Difference*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Nichols, B. (1991) *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Bloomington: Indiana University Press.
- Peters, J. D. (1999a) *Speaking into the Air*. Chicago: University of Chicago Press.
- Peters, J. D. (1999b) 'Public Journalism and Democratic Theory: Four Challenges', pp. 99-117 in T. Glasser (ed.) *The Idea of Public Journalism*. New York: Guildford Press.
- Rai, M. and S. Cottle (forthcoming) 'Global Mediations: On the Changing Ecology of Satellite Television News', Robinson, P. (2002) *The CNN Effect*. London: Routledge.
- Rosen, J. (1999) 'The Action of the Idea: Public Journalism in Built Form', pp. 3-20 in T. Glasser (ed.) *The Idea of Public Journalism*. New York: Guildford Press.
- Sparks, C. and J. Tulloch (eds.) (2000) *Tabloid Tales: Global Debates over Media Standards*. Boulder, CO: Rowman and Littlefield.
- Taylor, C. (1995) *Multiculturalism and the Politics of Recognition*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Thompson, J. (2000) *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age*. Cambridge: Polity Press.
- Weber, M. (1949) *The Methodology of the Social Sciences*, trans. and edited by E.A. Shils and H.A. Finch. New York: Free Press.
- West, C. (1993) 'The New Cultural Politics of Difference', pp. 203-17 in S. During (ed.) *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Wright, C.R. (1974) 'Functional Analysis and Mass Communication revisited', pp. 199-205 in J. Blumler and E. Katz (eds.) *The Uses of Mass Communication*. Beverly Hills: Sage.
- Young, I. (1996) 'Communication and the Other: Beyond Deliberative Democracy', pp. 120-36 in S. Benhabib (ed.) *Democracy and Difference*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Young, I. (1997) 'Difference as a Resource for Democratic Communication', pp. 383-406 in J. Bohman and W. Rehg (eds.) *Deliberative Democracy: Essays on Reason and Politics*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Zelizer, B. and S. Allan (eds.) (2002) *Journalism after September 11*. London: Routledge.

Este artigo foi publicado anteriormente na revista *Media, Culture & Society*.

Sign up for Contents Alerting Now! <http://mcs.sagepub.com>

Media, Culture & Society



Editors

Raymond Boyle *University of Glasgow, UK*

John Corner *University of Liverpool, UK*

Nicholas Garnham

The University of Westminster, London, UK

Anna Reading *South Bank University, London, UK*

Paddy Scannell *The University of Westminster, London, UK*

Philip Schlesinger *University of Glasgow, UK*

Colin Sparks *The University of Westminster, London, UK*

Media, Culture & Society provides a major international forum for the presentation of research and discussion concerning the media, including the newer information and communication technologies, within their political, economic, cultural and historical contexts.

Interdisciplinary Coverage

The journal is interdisciplinary, regularly engaging with a wider range of issues in cultural and social analysis. Its focus is on substantive topics and on critique and innovation in theory and method.

Thematic Sections

Media, Culture & Society contains thematic sections on key areas of current research, providing an in-depth analysis by some of the leading scholars in the field. Recent themes covered include: Chinese transitions, media and market-places, media, nation and political culture and telecommunications.

Free online sample copy available!
<http://mcs.sagepub.com>

Six times a year: January, March, May, July, September, November
ISSN: 0163-4437

Subscription Hotline +44 (0)20 7324 8701 **Email** subscription@sagepub.co.uk

 **SAGE Publications**
www.sagepublications.com

Un monde familier. Petite histoire du journal télévisé français

François Jost*

Resumé

Comment faire l'histoire du journal télévisé ? Ce texte part de l'idée que l'acte d'informer est double : celui-ci repose, d'une part, sur des assertions sérieuses quant à notre monde, d'autre part, sur un dispositif d'énonciation, qui permet de faire partager ces assertions à un public. Comment ses assertions sont-elles construites par le journal télévisé ? Que restitue-t-il de la réalité à laquelle il renvoie ? Et comment fait-il partager un environnement cognitif à son destinataire ? Voici donc quelques questions que nous traitons dans cet article.

Mots-clés: Télévision française, *Journal télévisé*, histoire.

Comment faire l'histoire du journal télévisé ? Et plus généralement, comment faire l'histoire de la télévision ? Ces questions d'ordre épistémologique sont rarement posées pour elles-mêmes. Pourtant toute histoire de la télévision ou du journal télévisé y répond implicitement par ses choix et son écriture. Deux grands types de récit dominant. Le premier est manichéen et découle d'une affirmation d'Umberto Eco, qui, j'en suis sûr, n'a pas souhaité une telle caricaturisation ; il oppose une paléo-télévision, verticale, fenêtre sur le monde, à une néo-télévision, ouverte à l'autre et à la convivialité et friande du mélange de genres (Eco, 1985). Le second, fondamentalement orienté par la téléologie, considère que l'histoire du journal télévisé est celle d'une libéralisation progressive de l'information par rapport au pouvoir politique.

L'histoire d'un programme comme le journal télévisé se complique encore du fait qu'il devient très souvent, dans l'esprit de ceux qui la racontent, indissociable de grands événements dont il a parlé : comment passer sous silence l'assassinat de Kennedy, qui a

* Professeur à la Sorbonne Nouvelle-Paris III, Directeur du Centre d'Etude des Images et des Sons Médiatiques. François.jost@univ-paris3.fr et francoisjost@ceisme.fr

engendré l'une des premières éditions spéciales du journal télévisé de la première chaîne française, ou l'interdiction de tourner au Quartier Latin en 1968 ? Ce que l'on dit du journal télévisé est tellement lié à l'histoire tout court que, pour l'archiver, on s'est contenté pendant des années de conserver les reportages, les « sujets », sans se soucier des présentateurs. Cette logique « professionnelle », seulement attentive à la constitution d'archives dans lesquelles on pourrait piocher en fonction des besoins du présent (nécrologie d'un homme célèbre, rappel historique, etc.) explique aussi que l'histoire des formes soit souvent passée au second plan. Certes, il ne s'agit pas de tomber dans l'excès inverse et d'entreprendre une histoire, sans fin, de tous les changements de dispositif, déconnectée de la réalité, mais de trouver une alternative à une histoire du journal télévisé qui empile des dates sans cohérence d'ensemble, faisant tantôt référence à une décision politique, tantôt à une transformation institutionnelle, tantôt une rupture technique. Comment faire pour périodiser une histoire de l'information sans la calquer obligatoirement sur les tournants politiques (opération qui aboutit à des découpages comme « la télévision sous de Gaulle », « la télévision sous Mitterrand ») ? Ce texte est, à sa manière, une réponse à cette question.

1. Le spectacle du monde en voix *over* (1949-1954)

Il est un point au moins sur lequel tout le monde s'accorde : le premier journal télévisé est diffusé le 29/6/49, à 21h. L'appellation journal télévisé est évidemment trompeuse. On parle alors des « actualités françaises ». Ce que les quelques centaines de téléspectateurs que compte la seule chaîne de télévision peuvent voir à l'époque est bien plus près des Actualités cinématographiques hebdomadaires projetées dans les salles de cinéma. Des reportages se succèdent, commentés par une voix *over*, simplement séparés par des cartons. Ces débuts donnent une résonance particulière à cette prédiction de Jean Thévenot en 1946, qui affirmait dans son livre *L'Âge de la télévision et l'avenir de la radio* : « La télévision s'adressera, avec les moyens de la radio, à un public qui attendra d'elle l'équivalent du cinéma » (p. 26). Encore faut-il rajouter qu'en l'occurrence, elle utilise les moyens du cinéma de deux façons : d'abord, par emprunt direct, en diffusant des images qui sont destinées d'abord aux salles obscures, ensuite par des moyens propres, puisqu'elle tourne ses propres images sur pellicule, en l'occurrence avec des caméras Bell Howell 16 mm sans enregistrement sonore. Les commentaires, en revanche, faits directement en cabine pendant que les reportages défilent, mobilisent bien en revanche les « moyens de la radio ». En sorte que se trouvent conjuguées deux temporalités : celle de l'image enregistrée, conçue pour un rythme hebdomadaire, qui identifie l'actualité à un bain dans lequel les spectateurs sont immergés pendant une semaine, et celui de la radio, qui est, au contraire, celle du direct, de l'instant, de l'événement qui se dissipe. C'est d'ailleurs de la radio que viennent les premiers journalistes de l'information télévisée.

Fondée sur le cinéma, la télévision sera longtemps, malgré elle, du côté du temps cinématographique, un temps contraint par la technique, par la durée des magasins, qui impose de prévoir l'événement (pour envoyer une équipe sur place), mais aussi d'anticiper sur son déroulement (comme lorsqu'il fallait deviner si l'attaque d'une équipe de

football allait déboucher ou non sur un but: parfois on rend compte de matches de foot gagnés par 3-0 sans montrer le moindre but !).

Rencontre de deux médias, le cinéma et la radio, les actualités télévisées entretiennent aussi une parenté certaine avec les débuts du cinéma par l'articulation qu'elles font de deux *médiums*, l'image et la parole. Comment ne pas voir dans ce journaliste qui commente l'image au fur et à mesure dans la cabine de son studio, en ajoutant quelques plaisanteries, le cousin de ce bonimenteur du cinéma des premiers temps, qui improvisait à partir d'une trame un commentaire lié à ce qui se déroulait sur l'écran ? Comme celui-ci, le journaliste sélectionne l'information pertinente et prescrit au spectateur un parcours dans l'image, mais il y ajoute l'assurance que ces icônes sont aussi des indices ou, pour le dire plus simplement, que ces images renvoient à la réalité. Très vite, la musique va, comme dans le cinéma muet, orienter le sens, en fonction d'un catalogue de codes appropriés à des situations-types. Face à cette première période, nous sommes aussi démunis que face aux premiers films : même quand nous avons des reportages, ils sont muets, ou, pour mieux dire, mutilés, puisqu'il leur manque une partie essentielle des informations qui furent délivrées au spectateur par la voix. Une chose est sûre: malgré les similitudes, il existe une différence de taille entre le « conférencier » du cinéma des débuts et le journaliste des premiers journaux télévisés : tandis que ce premier s'appuyait sur des catalogues et des histoires connues par avance, le journaliste de 1949 n'avait parfois qu'à peine le temps de découvrir les images qu'il allait commenter. Le relevé des incidents lors de la diffusion nous apprend, par exemple, que, le 1^{er} juillet, « pendant la séquence de la 'mode d'été' et 'les acrobaties automobiles' le récepteur de la cabine était complètement dérégulé tant et si bien que les reporters commentaient sans images », incident qui se reproduit presque à l'identique le 6 juillet. Cette situation qui perdura plusieurs années, où le journaliste ne connaîtra le sens des images que par ce que lui en a dit le témoin direct de la réalité, le caméraman, place le journaliste « en cabine » dans une position qu'il partage avec son destinataire : il est certes le *premier* spectateur des images sur lesquelles il tient des informations, mais il reste spectateur, en sorte qu'il est dans une position assez similaire à celle de son destinataire. Position qui ne lui permet pas toujours d'observer confortablement la fameuse « fenêtre sur le monde », dont on ne cesse de nous rebattre les oreilles. Parfois les vitres sont un peu opaques...

Et sur quel monde donne-t-elle cette prétendue fenêtre ? On imagine parfois que les rubriques du journal télévisé d'aujourd'hui, avec ces grandes séparations entre l'international et le national, la politique et le fait-divers, ont existé de tout temps. Il suffit de lire les conducteurs de ces premières « actualités » pour se convaincre du contraire. Rappelons d'abord dans quelles circonstances commencent les premières actualités télévisées : elles naissent pour rendre compte du Tour de France cycliste et s'arrêtent d'ailleurs avec son arrivée, trois semaines plus tard, pour ne reprendre que le 2 octobre, cette fois-ci de façon définitive. C'est dire que, dès l'origine, la liaison des informations télévisées et du spectacle est quasi-consubstantielle. Le détail des reportages le confirme. Voici, par exemple, ce que nous permet de dire l'examen des conducteurs de 4 journaux télévisés des premiers jours (du 1^{er} au 8 juillet 1949). La tranche d'information

a alors une durée variable, qui oscille de 10 minutes (le 1^{er} juillet) à 17 minutes (le 17 juillet). Il y a de 5 à 8 reportages de durées tout à fait inégales (de 55" à 4'). Dans ce tout début, les reportages ont globalement d'autres sources que la télévision elle-même : sur les 27 reportages diffusés, 17 viennent directement du cinéma et, plus précisément, des actualités cinématographiques françaises, quatre viennent de la BBC, un du service cinématographique des armées, trois sont produits par l'équipe de la télévision, et cinq ont une origine inconnue. Cette origine cinématographique des images implique que, majoritairement, les images diffusées sont en 35mm et non en 16.

Le vendredi 1^{er} juillet s'enchaînent, dans l'ordre : « images du tour » (la première étape du tour), « images du sport » (la victoire du cycliste Gaston Reiff), « image du sport » (Grand prix de Longchamp), « image du sport » (Acrobaties aériennes), « images de Paris » (mode d'été), « images du monde » (appareil à nettoyer les plages), « images du monde » (Naufrage de la Reine Astrid, le 21 juin). Le monde est conçu comme un spectacle fournisseur d'images, où la politique n'a aucune place. Même chose ou presque le mercredi 6 juillet : « images du tour » (deux séquences), « images du monde » (images d'archive des manœuvres de la flotte occidentale), « image de Paris » (Les amis de l'homme), « images de France » (Versailles, Fête du 50^e anniversaire de la chambre de commerce). Un an plus tard, le 12 avril 1950, l'équilibre est modifié, mais sans pour autant viser l'exhaustivité : « La vie politique » (congrès du parti communiste, 1'45"), « conflits sociaux » (la crise belge, 1'55"), Automobiles (course à Pau, 2'30"), Cyclisme (Paris-Camembert, 7'05) ... Dix minutes pour le sport, 3'40 pour la vie politique !

2. Les mots ont un visage (1954-1964)

Si le journaliste commentateur n'est, après tout qu'un « premier » téléspectateur, mieux informé que celui qui le regarde dans sa maison, il ne se « décolle » de son confrère cinématographique qu'au moment où apparaît sa propre image dans l'écran. Ce changement de formule date de 1954, mais il s'opère progressivement. Au début, jusqu'à trois journalistes interviennent en plateau (Pierre Tchernia, Claude Darget, Claude Joubert) : ils lisent une série de nouvelles, puis commentent les reportages et font parfois l'interview d'un invité. En fait, le phénomène est progressif. Le 2 décembre 1954, par exemple, le journal télévisé se répartit de la façon suivante : 6 minutes de plateau et 15 minutes de reportages commentés : Météo (1' 20"), Le prince Rainier à l'Élysée (1'05"), le Maréchal Juin reçoit le dragueur Garigliano (2'), Tempête en Grande-Bretagne (2'10"), Départ des 6 jours cyclistes de Bruxelles (1'15"), Pose de la première pierre de l'Héliport de Paris (0'55"), À Rome, campagne du silence (1'20") et à Paris opération moto silencieuse (4'55"). Comme on voit, les sujets ont encore des durées très diverses.

Si la réalité a pris un tour plus sérieux, moins spectaculaire que dans les tous premiers « journal télévisé », la vraie rupture est évidemment dans le lien nouveau que les actualités instaurent avec leur téléspectateur grâce au présentateur. Pour le fondateur de l'information télévisée, Pierre Sabbagh, cette invention aurait été une solution aux difficultés de fabrication des reportages, que la lourdeur du matériel empêchait de saisir les événements sur le vif. En fait, avec un peu de recul, il est clair que cette apparition

coïncide surtout avec la prise de conscience très forte du directeur de la télévision de l'époque, Wladimir Porché, que la différence entre le cinéma et la télévision réside dans la relation d'intimité qu'elle peut tisser avec son spectateur. D'où cette recommandation qu'il adresse à tous ceux qui présentent une émission « de fixer la caméra puisqu'ils s'adressent non seulement à une salle, mais à des spectateurs isolés »¹. Du coup, le plateau prend progressivement de l'importance. Dans l'un des premiers journaux intégralement conservés, celui du 22 novembre 1956, il occupe la moitié du temps (onze minutes sur vingt-quatre). Néanmoins, il ne joue pas ce rôle de pivot que nous lui connaissons: le présentateur « lance » rarement les sujets, qui sont annoncés par un carton ou par une ponctuation visuelle, et il les « désannonce » encore moins. Soit il informe par la parole, soit assiste comme nous au spectacle du monde, dont la médiation devient elle-même un spectacle. L'espace du studio se revêt, en effet, de multiples signes de technologie: à côté du micro trônent deux téléphones, le présentateur a à sa disposition un bouton bien visible qui lui permet d'envoyer les reportages. Premier spectateur, il est aussi à présent premier auditeur: pendant de longues minutes, il va écouter, comme nous, la voix du correspondant à Moscou s'échappant d'un haut-parleur posé sur son bureau. Après une allocution du président du conseil sur la pénurie d'essence, deux reportages s'enchaînent sans aucun lancement de la part du présentateur. Seul un carton introduit le premier (« Rokossovski s'en va »). De façon générale, les images qui sont montrées proviennent encore de la presse filmée, sauf, cas exceptionnel, quand un envoyé spécial a été dépêché sur place. Les reportages filmés par la télévision française concernent l'espace proche (plutôt parisien, donc). La musique accompagne systématiquement l'image qui, sans le commentaire, serait muette et « meuble » parfois 10 à 15" de silence. Parfois, un son d'ambiance a été ajouté, comme celui d'un moteur d'avion, dont l'intensité constante cadre mal avec les changements d'échelle de plans ou les changements de points de vue. Dans ce contexte, les « nouvelles de dernière minute » sont données par la seule parole à la fin du journal par un autre journaliste.

Dans les années qui suivent, trois éléments vont renforcer le lien avec le téléspectateur.

Le premier est la régularité du rendez-vous : en 1957, la diffusion du journal télévisé passe de 20h15 à 20h, heure qui ne bougera plus jusqu'à aujourd'hui, à quelques exceptions ponctuelles. L'information se rapproche de l'heure du repas (en France, on dîne entre 19 et 20 h), qui réunit l'ensemble de la famille.

Le deuxième est la personnalisation du présentateur: à partir de 1960, cinq journalistes sont choisis pour présenter le journal télévisé à tour de rôle: Claude Darget, Léon Zitrone, Raymond Marcillac, Michel Droit et Joseph Pasteur².

Le troisième est le renforcement de l'intimité par l'effacement de la médiation entre le présentateur et le téléspectateur. Si l'injonction de regarder celui-ci dans les yeux date des années 50, ce n'est qu'en 1963 qu'est mis en place une innovation technique qui permet de simuler une situation de conversation franche et directe par l'entremise du regard-caméra: le prompteur.

¹ *Mon programme* n° 78, 17/4/1954.

² En 60, le journal télévisé a quatre éditions: 13h, info politiques et faits divers ; 19h15, enquêtes, reportages et magazines ; 20h15: politique intérieure et ext. 22h30, résumé de toute l'actualité en 30 minutes.

3. « Laisser parler les images » (1963-1968)

C'est pour aller contre cette place primordiale du présentateur qu'Alain Peyrefitte, ministre de l'information, vient présenter lui-même la nouvelle formule dans le cadre du journal télévisé en avril 1963. C'est en tout cas comme cela qu'il présente les choses: il faut, dit-il, « supprimer les commentaires pour *laisser parler les images* ou les faits ou alors des dialogues », ce qui, selon lui, « marquera un progrès vers l'objectivité et la dépolitisation ». Et il déclare aussi à l'AFP: « Le génie de la télévision, c'est l'image... Ce qui compte, ce qu'il faut développer de plus en plus, ce sont les films d'actualité, reportages, photographies, dessins, etc. Remplacer les propos par l'image photographique de l'objet, *c'est-à-dire* l'événement [...] Le présentateur va être transformé en *meneur de jeu* qui devra s'effacer devant les images ou le témoin qui parlera de *ce qu'il a vu lui-même* ou devant les spécialistes d'une question particulière ». La mise en scène du journal télévisé illustre parfaitement cette conception: derrière le présentateur vont venir s'inscrire sur un grand écran des incrustations qui permettront aussi la vision d'une relation avec le monde. C'est le culte du témoignage oculaire prôné par le magazine *Cinq colonnes à la une*, et, ce faisant, pour le ministre, le vrai énonciateur de l'information, c'est la réalité elle-même, l'image photographique devenant l'événement. L'ère de « l'image qui parle toute seule » s'ouvre. L'adoption de la caméra Eclair-Coutant, beaucoup plus légère et moins sonore que les précédentes, va faciliter la prise de vue à l'épaule et l'arrivée du magnétoscope va permettre la réutilisation des images. Pourtant, c'est tout le contraire de l'objectivité qui se met en place; le journal télévisé est piloté directement par le ministre de *l'information* et certaines informations censurées par le rédacteur en chef.

Tout le pouvoir étant donné à l'image, le présentateur devient donc un meneur de jeu chargé de la circulation de la parole, médiateur entre les images-événements et les « spécialistes d'une question particulière ». Du même coup, l'information ne se limite plus au visible, elle connaît une extension du côté de l'intelligible, certains experts étant réputés éclairer la réalité par des mots, des schémas ou des dessins, des graphiques ou des maquettes. On entre dans ce que l'on a appelé le « journalisme d'examen », qui se donne pour tâche de « produire de l'invisible » (Brusini et James, 1982). La même année se met d'ailleurs en place une véritable « rédaction » avec des services spécialisés, « calqués sur l'organisation des journaux de presse écrite : politique, économie, social, étranger, faits divers, société, sport, culture » (Asline 1990 : 70)

En 1964 est lancée une seconde chaîne, qui mettra plusieurs années à s'imposer (un sondage de 1966 révèle que 70% de ceux qui peuvent la recevoir ne l'ont jamais regardée³). Ce n'est qu'en 1970 qu'on séparera la programmation des deux chaînes. Au début, la seconde chaîne n'a un journal télévisé qu'à 22 heures et elle « n'ouvre » qu'à 19h ou 19h30 jusqu'en 1972. L'année 1968 va être une année-charnière à bien des égards: d'abord, parce que le lien avec le pouvoir prend la forme d'une censure sévère pendant le mois de Mai, ce qui aboutit à un mouvement de grève très dur des journalistes, qui, passés les événements, sont massivement mis à la porte. Ensuite, parce que, du point de vue télévisuel, intervient une rupture dont la coïncidence temporelle est surprenante: en cette année où les étudiants

³ Source : Jacques Mousseau, Christian Brochand, *Histoire de la télévision*, Nathan, Paris 1982.

ont stipendié la « société de consommation », la publicité de marque fait son apparition, ce qui va entraîner très vite la rigidification des grilles, avec ses carrefours dictés par les « écrans publicitaires ».

4. Le vedettariat comme stratégie de concurrence (1969-1986)

1969. Après le tourbillon de l'année précédente, s'ouvre une nouvelle période, celle de la concurrence des deux chaînes. La rédaction est séparée en deux : *Information Première*, sous la direction de Pierre Desgraupes, et *24 heures sur la 2*, dirigé par Jacqueline Baudrier. Déjà en 1968, la programmation des deux journaux avait été décalée : 20h sur TF1 et 19h30 sur A2. En 1969, celui de TF1 passe à 19h45 et celui de la seconde chaîne à 20h30, puis à 19h30. Non seulement, ce journal commence plus tôt, mais il innove : d'une part, il est en couleurs, d'autre part, il dure une heure, comprenant deux parties, l'une de magazine, l'autre d'informations. Bien que les deux rédactions cohabitent dans le même lieu, elles cultivent le secret pour lutter contre leur concurrente. Les journalistes les plus turbulents ont été chassés de la première chaîne et déplacés sur la deuxième. Les deux rédactions ne vont pas tarder à s'opposer sur leur philosophie quant aux présentateurs : la première chaîne va jusqu'au bout de la logique du vedettariat, dont les prémices sont observables dans les années 60, en mettant à la tête du journal un journaliste qui présentera tous les 20 heures de la semaine, sur le modèle de W. Cronkite aux USA. Joseph Pasteur, qui est censé lui ressembler, est choisi.

En 1973, la troisième chaîne voit le jour. Pendant les deux premières années, le journal télévisé clôturé les programmes et un 20h est lancé en 1975. La concurrence va prendre un nouveau tournant avec l'éclatement de l'ORTF, l'Office de Radio-Télévision française, qui jusqu'alors administrait toutes les chaînes de télévision et de radio. Les chaînes de télévision deviennent trois sociétés autonomes, TF1 (Télévision Française 1), Antenne 2 et France Régions 3. Bien qu'elles soient toutes les trois publiques, leur concurrence s'accroît, du fait que la redevance leur est distribuée notamment en fonction de leur audience et que leur quota de publicité diffusable est limité à 25% de leur budget. Le vedettariat devient alors une stratégie annoncée de différenciation. Il ne s'agit plus simplement de créer familiarité et intimité avec le téléspectateur, il s'agit d'utiliser le présentateur comme un des traits de la chaîne conçue comme une marque. « Personifier le journal pour fidéliser le public », devient le mot d'ordre du rédacteur en chef de l'information de TF1, Christian Bernadac (cité dans Asline 1990: 98). Roger Gicquel est choisi pour le 20h, Yves Mourousi pour le 13 h. A2 en vient à la même politique et met à l'antenne, un journaliste qui occupera trente ans cette fonction, d'abord sur Antenne 2 ensuite sur TF1, Patrick Poivre d'Arvor. Le présentateur n'est plus seulement une parole ou la « voix de la France », comme le dit le Président de la République de l'époque, Georges Pompidou, il est un *corps*. Bien qu'il soit souvent présenté comme un homme-tronc, ses moues, ses mimiques accompagnent l'information et lui donnent du sens. Loin de rester impassible devant le spectacle du monde, comme un énonciateur neutre, qui se contera de nous délivrer de l'information, Roger Gicquel parle beaucoup (près de la moitié du temps du journal), il semble souffrir devant certaines nouvel-

les: il n'est pas seulement ce locuteur L, responsable de l'énonciation, mais un être du monde, en bref, un être humain⁴. Le journal télévisé n'est pas seulement personnifié, il est *humanisé*.

En 1978 survient un changement technique, qui va apporter de profondes modifications à la représentation du monde: le remplacement du support cinéma par la vidéo. L'allongement du temps possible d'enregistrement, la suppression du développement de la pellicule raccourcissent l'intervalle entre l'événement et la diffusion d'un reportage. C'est l'un des éléments qui vont permettre la mise en place d'une édition de 13 heures sur TF1. Dès lors, les journaux de la mi-journée et du soir se différencient: « À 13 heures, l'information est en mouvement, il faut la saisir au vol [...]. À 20 heures, la journée est terminée, l'actualité est bouclée, on raconte ce qui s'est passé » (Pierre Géraud, cité par Asline, 1990 : 99). De ce constat, l'équipe du présentateur-vedette de l'époque, Yves Mourousi, tire le dispositif du 13 heures: comme à ce moment de la journée, le temps n'est pas venu pour « raconter ce qui s'est passé », le journal télévisé reçoit beaucoup d'invités et déplace son plateau du studio au monde et s'organise autour de grands directs: depuis la Place Rouge de Moscou ou la place Tian'anmen, à l'Institut Pasteur, à l'Académie française ou sur un porte-avion...

L'arrivée de la gauche au pouvoir en 1981 provoque des remous dans les rédactions. TF1 s'interroge sur le vedettariat et préfère une formule avec trois présentateurs qui tournent. La chaîne essaye aussi une présentation en duo, tandis qu'Antenne 2 confie la présentation du journal télévisé à une femme, Christine Ockrent, en alternance avec le présentateur en place depuis 7 ans, Poivre d'Arvor. En 1982 est mise en place la Haute Autorité, qui a pour mission de réguler l'audiovisuel, mettant fin à la subordination directe des chaînes aux gouvernements. Autre conséquence du changement idéologique dont la critique du vedettariat est le symptôme, la suppression d'émissions à succès jugées dégradantes. Tous ces faits amènent le journal télévisé de la deuxième chaîne à prendre l'avantage en termes d'audience. Le studio, d'abord lieu de médiatisation est entre-temps devenu le lieu d'où part l'événement, comme le montre très clairement l'évolution des génériques. En 1965, le journal s'ouvrait sur l'image d'un reporter qui rapportait des images avec sa caméra de cinéma. En 1984, le générique du journal télévisé de TF1 est un écran de radar au centre duquel se trouve un 1, et dont le balayage est effectué par un rayon formé par une ligne de logos TF1 imbriqués. Du centre surgissent les images illustrant les titres. Sur Antenne 2, l'image de la présentatrice arrive du fond de l'écran sur un décor formé par le planisphère et disparaît de la même façon à la fin du journal, le sourire aux lèvres, avec la satisfaction d'avoir clarifié le désordre du monde. L'infographie prend une place importante dans la présentation du journal affirmant la primauté de la puissance technologique dans la construction de l'information. Au plateau est dévolu un rôle de scansion et de clarification : les reportages sont annoncés par des bandeaux rouges sur Antenne 2, les rubriques sont nommées et symbolisées

⁴ Dans *Le Dire et le dit*, Oswald Ducrot distingue entre le *sujet parlant*, qui est l'instance empirique de la parole, et le *locuteur L*, qui est le sujet responsable de l'énonciation en tant que telle et le locuteur – l'être du monde, qui a, en autres, la propriété de parler, mais aussi de ressentir.

par des images inscrites dans un petit rectangle à gauche ou à droite du présentateur. L'infographie prend une place ascendante pour expliquer les phénomènes difficiles à rendre visible, comme l'économie.

En 1984, les chaînes publiques commencent à émettre toute la journée, sans doute sous la pression de Canal+ qui vient d'être lancé, ce qui entraîne la création de nouveaux journaux télévisés le matin.

5. Le règne du vécu (depuis 1987)

1987: TF1 est privatisée et son journal repasse rapidement en tête des audiences. De 36% de part d'audience contre 45% pour Antenne 2, en 1985, TF1 atteint 46% en 1988, contre 22% à sa concurrente. Des multiples conséquences de la privatisation sur les contenus, j'en retiendrai deux qui vont toucher durablement la chaîne et qui, bien sûr, ont la même cause : la soumission de la chaîne aux impératifs du marché et aux recommandations du marketing. Le journal télévisé de TF1 va adapter son contenu au *public disponible*. Le 22 février 88 débute un 13 heures présenté par Jean-Pierre Pernaut, fabriqué en partenariat avec la presse quotidienne régionale, qui va mettre l'accent sur les régions, la tradition, les contribuables, valeurs qui sont celles du public présent devant le petit écran dans cette tranche horaire: les provinciaux, qui ont le temps de rentrer déjeuner chez eux, les artisans, les commerçants, les personnes âgées. La directrice de l'information de l'époque, Michèle Cotta, exprime sa conviction que « la télévision, ce n'est plus les gens venus d'en haut » (cité par Roberts, Garrigos 2006 : 77). Tous les sujets du journal télévisé vont dans ce sens: il s'agit de montrer les difficultés que rencontrent les « petits » face aux administrations en tout genre. Quelques années plus tard, les producteurs des premiers *reality shows* lancés par TF1 useront exactement des mêmes mots et justifieront leurs programmes par les mêmes arguments. Dès lors, d'un bout à l'autre de la grille, le mot d'ordre sera « proximité ». Après avoir créé et resserré le lien avec le téléspectateur par la personnalité du présentateur, le journal télévisé se donne une nouvelle stratégie: il construit des reportages dans lesquels le témoignage vécu reçoit la charge de la preuve. « L'homme est mesure de toute chose », comme le prétendait le sophiste Protagoras. D'une étude que je mène alors pour A2 et FR3⁵, il ressort que l'angle des deux grandes chaînes nationales sur la réalité diffère. Sur TF1, la dimension « humaine » des acteurs de la réalité est mise en exergue, qu'il s'agisse d'un syndicaliste en grève ou d'un ministre ou, même du Président de la République, dont on dit, le jour où il visite une exposition consacrée aux Vikings: « Mitterrand, qui a dû essayer d'oublier ses soucis » (31/3/1992). Rien de plus parlant, à cet égard, que de comparer le traitement d'un événement historique le même jour sur deux chaînes. Nous sommes le 31 octobre 91 et les négociations de Madrid entre Israéliens et Palestiniens viennent de s'ouvrir. Pour commencer, TF1 comme A2 montrent des diplomates des deux pays en train de discuter dans les couloirs pour se prendre à partie quelques minutes plus tard. La suite, en revanche, sépare les

⁵ « Etude pour l'optimisation des journal télévisé du début de soirée », SORGEM, 28 avril 1992.

deux éditions. Pour TF1, il s'agit de montrer avec le sujet suivant que les discussions de Madrid ont des « conséquences très directes sur la *vie* des Arabes et des Israéliens » : le reporter a confectionné un « portrait de deux familles, l'une juive, l'autre arabe » ayant perdu toute deux un enfant dans la guerre et qui souhaitent la paix. Et le reportage de conclure, sur le plan d'une route sur laquelle marchent des soldats : « *loin de Madrid*, voici un aperçu de la route qu'il faut encore parcourir vers la paix ». Le lieu de la négociation semble bien loin de la réalité du terrain, seule authentique. Sur Antenne 2, se succèdent un direct à Madrid avec l'envoyé spécial de la chaîne, un portrait du chef de la délégation palestinienne, un portrait de G. Habache, dissident de l'OLP. L'événement est vu au travers des négociateurs, des « grands », comme aurait dit la directrice de l'information de TF1, et pas des « petits » qui vivent la guerre au quotidien. Du témoin oculaire médiateur de la réalité, du reporter sur le terrain dont le journal télévisé nous diffuse la vision dans les années 60, nous sommes passés au témoignage des « acteurs » de la réalité. Il s'agit moins de montrer, de rendre visible ce qui est lointain que de faire connaître par le biais du récit de vie. Le *vécu* a pris le pas sur le *vu*. Ce retournement copernicien de l'information, qui tourne autour de la sensation subjective des « gens » plutôt que du regard que porte sur eux le journaliste, a partie liée, évidemment, avec l'arrivée des *reality shows* sur la chaîne. Le témoignage et le récit de vie, le « portrait » comme mode de connaissance de la réalité envahissent la grille, qu'il s'agisse de suppléer les manques de la police pour retrouver un enfant disparu (*Perdu de vue*), de réconcilier un couple (*L'Amour en danger*) ou de réparer les erreurs de la justice (*Témoin n°1*). Plutôt que de s'opposer à cette approche, A2 fera tout pour la copier, sans volonté de se séparer des méthodes de la chaîne privée.

Depuis les années 90, les journaux télévisés n'ont pas connu de changements majeurs. De 1995 à 2006, le plateau de TF1 ne connaîtra aucune modification et celui de France 2 se stabilisera entre la fin des années 90 et 2006. Les présentateurs mis en place par TF1 en 1988 ont fini par faire partie du paysage. Bien sûr, l'analyse de détail révèle des différences importantes, surtout en ce qui concerne le 13 heures. La chaîne publique n'a pas osé s'adapter aussi cyniquement que la chaîne privée au public disponible et, même si elle s'est teintée progressivement d'un ton plus régional, elle évite encore de relayer l'idéologie populiste de TF1. Il est toutefois un point sur lequel les deux chaînes s'accordent : le lien quasi auctorial qui unit le présentateur à son journal. Lors du lancement parallèle de leur nouveau plateau à la rentrée 2006, les deux chaînes recoururent au même procédé de la signature du journal, dès le générique, par le présentateur (13 heures Jean-Pierre Pernaut, pour TF1, ou 20 heures, David Pujadas, pour France 2). En même temps, l'une et l'autre accordent une place accrue à l'effet-fenêtre sur le monde, tout en gardant leur différence d'angle : tandis que France 2 suggère, à 20h, les lumières d'une ville abstraite, TF1 donne sur le tissu urbain qui l'entoure dans la réalité, comme si le présentateur se trouvait au centre du monde, si proche pourtant de la cité qui vit juste derrière le studio. Ainsi se trouvent réconcilier deux exigences paradoxales : la personnalisation de l'information et la promesse d'une fenêtre ouverte sur un paysage objectivement saisi par les caméras. En juin 2008, le présentateur qui présentait depuis 20 ans le 20 heures de TF1, Poivre d'Arvor, connut les limites de cette appropriation du

journal télévisé par son présentateur: il fut « remercié » du jour au lendemain et remplacé par une femme de 20 ans sa cadette.

Une histoire aussi rapide de près de 60 ans d'histoire du journal télévisé est évidemment lacunaire. Du double point de vue qui est le mien, je la résumerai encore plus cavalièrement en soulignant, pour conclure, deux points qui semblent importants. Le premier est la modification du modèle de la vérité qui s'est opéré. Si dans les années 60, celle-ci venait du visible, du témoignage oculaire des envoyés spéciaux ou des reporters, elle se fonde aujourd'hui sur un tout autre modèle: le vécu a autorité, il authentifie une information. Le second est évidemment la starification du journaliste, qui, on l'a vu, est un phénomène complexe, qui engage aussi bien un lien d'intimité et de familiarité avec le téléspectateur qu'un besoin de placer le studio, puis la chaîne, au centre de l'information, pour ne pas dire de l'événement. Ce recentrement sur la chaîne imposerait de poursuivre cette compréhension des transformations du journal télévisé en fonction de la grille et, plus spécialement, des émissions « locomotives », du *lead in*, comme disent les Américains, qui renforcent l'allégeance et la fidélité du téléspectateur à une chaîne.

Bibliographie

- Asline, Jacques (1990), *La Bataille du 20 heures*, Paris, Acropole.
 Brusini, Hervé et James, Francis (1982), *Voir la vérité*, Paris, PUF.
 Ducrot, Oswald (1984), *Le Dire et le dit*, Paris, Minuit.
 Eco, Umberto (1985), « TV : la transparence perdue », *La Guerre du faux*, Paris, Livres de poche n.° 4064.
 Sperber, D. et Wilson, D. (1989) *La Pertinence*, trad. Fr., Minuit.
 Thévenot, Jean (1946), *L'Âge de la télévision et l'avenir de la radio*, Paris, Éditions ouvrières.

Noticiarios televisivos en España: mayor oferta, menor diversidad

Miguel Vicente Mariño*

Belén Monclús**

Resumo

El sistema televisivo español ha evolucionado en 25 años desde un monopolio de la cadena pública estatal hasta una amplia oferta de canales que completa un ecosistema audiovisual diversificado. La audiencia española ha pasado de un único noticiario a contar con, al menos, siete propuestas diferentes cada día. El paso del tiempo ha contribuido a que el peso de este formato, lejos de disminuir, aumente. Sin embargo, esta multiplicación de la oferta no se traduce en un incremento paralelo de las voces en el debate público televisado. La profesionalización y convergencia de las rutinas de producción, la eficaz labor de las agencias de noticias o la acción estratégica de los gabinetes de prensa y de comunicación son algunos de los procesos que explican que la formación de una imagen propia y diferenciada sea cada vez más complicada para cada noticiario. Este artículo compara la producción informativa de los principales noticiarios televisivos españoles, en busca de diferencias y similitudes. Así, se repasa la evolución de estos programas en España durante los últimos 25 años, explicando la singularidad del caso español en comparación con otros países europeos. Esta información, siempre en íntima relación con el sistema político y económico, es imprescindible para comprender con posterioridad las posiciones que adopta cada cadena en sus noticiarios.

Palabras clave: noticiarios, España, oferta televisiva, pluralismo informativo.

En mayo de 2008 todos los telespectadores españoles pueden sintonizar en su televisor dos cadenas con programación generalista de financiación pública estatal (TVE1 y La 2) y cuatro cadenas, con idéntica vocación y ámbito de difusión, pero con fondos

* Universidad de Valladolid (mvicentem@yahoo.es / miguelvm@soc.uva.es).

** Universitat Autònoma de Barcelona – GRISS.

privados (Antena 3, Telecinco, Cuatro y La Sexta). Además, reciben también alguno de los 30 canales que, con diferentes modelos de gestión, emiten sus programas en un ámbito territorial exclusivamente autonómico. El repertorio se completa con los diversos operadores locales que están al alcance de la gran mayoría de la audiencia. Por lo tanto, cualquier ciudadano español puede ver en sus pantallas, de forma completamente gratuita, entre siete y diez canales de televisión de vocación generalista. El catálogo se multiplica considerablemente si incorporamos al listado a los operadores que emiten a través de las diversas plataformas digitales disponibles¹. Este artículo parte de una revisión del ecosistema televisivo español, que pretende aproximar a todos los lectores no familiarizados con el medio y el territorio, a un contexto singular. A continuación, se justificará la relevancia del noticiario como un objeto de estudio en sí mismo, que vaya más allá de la simple suma de piezas informativas. Relacionando ambos puntos de partida emprenderemos una revisión de la evolución de este espacio televisivo durante los últimos veinticinco años, teniendo en cuenta como elementos principales al formato, al contenido y a la audiencia. Se completa, de este modo, una profundización en la relación que se establece entre un incremento manifiesto de la oferta audiovisual y el mantenimiento de un reducido nivel de diversidad y de pluralismo en el producto que se ve en las pantallas.

1. Metodología

La base de estas páginas se asienta sobre una revisión bibliográfica de la historia de la televisión en España y del rol atribuido al noticiario como objeto de estudio científico. Nuestro objetivo es resaltar la relevancia de este espacio en la dinámica productiva del medio y el impacto social que genera. La recapitulación de los principales estudios españoles e internacionales sobre el noticiario que completamos previamente (Monclús & Vicente, en prensa) se combina con una revisión de las principales fuentes documentales que analizan la televisión en España (Bustamante, 2006; Baget, 1993; Palacios, 2001). Abrimos las puertas, por lo tanto, a la comparación entre épocas y cadenas: verdadero motor de la evolución formal y material del noticiario. Finalmente, estos datos se cruzan con un análisis longitudinal de la audiencia, buscando relaciones entre el formato, el contenido y el comportamiento del espectador.

2. El mapa televisivo de España y la presencia del noticiario

El primer noticiario televisivo en España se emitió el 2 de noviembre de 1957 (Bustamante, 2006: 29 y 33). Desde entonces, la presencia de este formato no ha hecho más que crecer, siguiendo un ritmo muy similar a la multiplicación de cadenas. En la Tabla 1 aportamos sólidas pruebas de este continuo ritmo de expansión durante los últimos 20 años.

¹ Ver Tablas 1,2 y 3.

Tabla 1
Noticiarios por cadena estatal y autonómica (señal analógica, 1988-2008)

De Lunes a Viernes	1988		1998		2008	
	Cadenas	Noticiarios	Cadenas	Noticiarios	Cadenas	Noticiarios
Edición Matinal		2		9		12
Cadenas Estatales	2	2	5	6	6	3
Cadenas Autonómicas	3	0	8	3	24	9
Edición Sobremesa		7		14		33
Cadenas Estatales	2	3	5	5	6	5
Cadenas Autonómicas	3	4	8	9	24	28
Edición Tarde		0		0		2
Cadenas Estatales	2	0	5	0	6	0
Cadenas Autonómicas	3	0	8	0	24	2
Edición <i>Prime time</i>		6		14		34
Cadenas Estatales	2	2	5	6	6	6
Cadenas Autonómicas	3	4	8	8	24	28
Edición Noche		4		6		13
Cadenas Estatales	2	1	5	3	6	3
Cadenas Autonómicas	3	3	8	3	24	10
TOTAL	5	19	13	43	31	94

Fuente: Elaboración propia

Estos 94 noticiarios presentan elementos que los diferencian entre sí y que nos devuelven un panorama informativo diverso en la televisión española. La Tabla 2 resume estos informativos diarios, distribuyéndolos en función de su título, de la cadena que lo emite, de su ubicación en la programación y de su duración en minutos.

Tabla 2
Oferta de noticiarios en España (mayo 2008; señal analógica)

De Lunes a Viernes

Espacio	Cadena	Inicio	Fin	Dur.	Espacio	Cadena	Inicio	Fin	Dur.
Edición MATINAL (Franjas Madrugada, Despertador y Mañana)									
Noticias de la mañana	A3	6:00	9:00	180	Buenos Días	7RM	7:30	10:00	150
Noticias 3/24	TV3	6:00	8:00	120	Cantabria 24 horas	TELEBARGA	8:05	8:30	25
Informativos T5 matinal	TELE5	6:30	9:00	150	Bos Días	TVG	8:30	9:45	75
Telediario matinal	TVE1	7:00	9:00	120	Redacción Teleasturias	TELEASTURIAS	8:30	8:55	25
Telenoticias	TVAM	7:00	9:00	120	IB3 Noticias matí	IB3	9:00	11:30	150
Noticias primera hora	C.SUR	7:00	8:30	90	Telenoticias	C2 ANDALUCIA	12:00	12:20	20
Edición SOBREMESA (Franjas Acc. Sobremesa y Sobremesa)									
Informativo locals	TVG	13:00	13:15	15	Gaur Egun	ETB1	14:00	14:40	40
IB3 Informatiu Territorial	IB3	13:10	13:25	15	Informativos TVR 1	TVR	14:20	14:45	25
Galicia Noticias mañá	TVG	13:45	15:15	30	Noticias Cuatro	CUATRO	14:25	15:15	50
CMT Noticias 1	CMT	13:55	15:10	75	Telexornal 1	TVG	14:25	15:30	65
Inf. Territorial Mediodía	TVE1	14:00	14:30	30	Canal 6 Noticias 1	C6 NAVARRA	14:25	15:00	35
Telenotícies Catalunya	TV3	14:00	14:20	20	Telenotícies Migdia	TV3	14:30	15:30	60
Noticias 9	C9	14:00	15:30	90	Informativos 7RM	7RM	14:30	15:30	60
Telenoticias	TVAM	14:00	15:00	60	Redacción Teleasturias	TELEASTURIAS	14:30	14:55	25
Canal Sur Noticias 1	C.SUR	14:00	15:30	90	Telenoticias Cast. y León	TV CyL	14:30	15:08	38
IB3 Noticias migdia	IB3	14:00	14:55	55	Canal 4 Noticias 1	C4 CYL	14:30	15:00	30
Aragón Noticias 1	ARAGÓN TV	14:00	15:00	60	Teleberri 1	ETB2	14:58	16:00	62
TPA Noticias 1	TPA	14:00	15:00	60	Telediario 1	TVE1	15:00	15:55	55
Canal 4 Noticias 1	C4 NAVARRA	14:00	14:30	30	Antena 3 Noticias 1	A3	15:00	16:00	60
Noticias Cantabria 1	TELEBARGA	14:00	14:30	30	Informativos Telecinco	TELE5	15:00	15:30	30
Telenoticias Local	TV CyL	14:00	14:30	30	Informativo local (cont.)	C4 CYL	15:00	15:30	30
Informativo local	C4 CyL	14:00	14:30	30	Telenoticias 1	TVC	15:30	16:00	30
La Sexta noticias	LA SEXTA	14:20	14:55	35	Canal 6 Noticias 1 (cont.)	C6 NAVARRA	15:30	16:00	30
Telenoticias insular	TVC	14:20	14:30	10	Canal 4 Noticias 1 (cont.)	C4 CYL	15:30	16:00	30
Edición TARDE (Franja Tarde)									
Info K	K3/C33	19:30	19:40	10	Informatiu per sords	PUNT 2	19:45	20:00	15
Edición PRIME TIME (Franjas Acc. Prime time y Prime time)									
Inf. Territorial Noche	La 2	20:00	20:30	30	Extremadura 20:30	CANAL EX.	20:30	21:00	30

Galicia Noticias serán	TVG	20:00	20:30	30	TPA Noticias 2	TPA	20:30	21:30	60
Metropolità	PUNT 2	20:00	20:30	30	Informativos 7RM	7RM	20:30	21:30	60
Not. nac. e internac.	TELEASTURIAS	20:00	20:30	30	Redacción Teleasturias	TELEASTURIAS	20:30	21:30	60
Telenoticias Local	TV CyL	20:00	20:30	30	Canal 4 Noticias 2	C4 NAVARRA	20:30	21:00	30
Informativos TVR 2	TVR	20:15	20:40	25	Telenoticias Cast. y León	TV CyL	20:30	21:05	35
La Sexta noticias	LA SEXTA	20:20	20:55	35	Canal 4 Noticias 2	C4 CYL	20:30	21:00	30
IB3 Informatiu Territorial	IB3	20:20	20:30	10	Informativos Telecinco	TELE5	20:55	21:30	35
CMT Noticias 2	CMT	20:25	21:05	40	Teleberri 2	ETB2	20:58	22:00	62
Canal 6 Noticias 2	C6 NAVARRA	20:25	21:05	40	Telediario 2	TVE1	21:00	21:55	55
Noticias Cantabria 2	TELEBARGA	20:25	21:00	35	Antena 3 Noticias 2	A3	21:00	21:45	45
Notícies 8	8TV	20:25	21:05	40	Telenotícies Vespre	TV3	21:00	21:50	50
Gaur Egun	ETB 1	20:28	21:05	37	Notícies 9	C9	21:00	21:45	45
Noticias Cuatro	CUATRO	20:30	21:35	60	Informativo local	C4 CYL	21:00	21:30	30
Telexornal 2	TVG	20:30	21:30	60	Telenoticias 2	TVC	21:30	22:00	30
Telenoticias 2	TVAM	20:30	21:15	45	Canal 6 Noticias 2 (cont.)	C6 NAVARRA	21:30	22:00	30
Canal Sur Noticias 2	C.SUR	20:30	21:50	80	Canal 4 Noticias 2 (cont.)	C4 CYL	21:30	22:00	30
IB3 Noticias vespre	IB3	20:30	21:10	40	Informativos TVR 2 (red.)	TVR	23:00	23:25	25
Aragón Noticias 2	ARAGÓN TV	20:30	21:15	45					
Edición NOCHE (Franjas Prime time y Late night)									
Canal 6 Noticias	C6 NAVARRA	23:15	24:00	45	Últimas noticias	TVG	24:30	24:45	15
Cantabria 24 horas	TELEBARGA	23:30	24:00	30	Informativos 7RM	7RM	25:25	25:55	30
La 2 Noticias	La 2	23:45	24:30	45	Canal 6 Noticias	C6 NAVARRA	25:30	26:00	30
24.2 Noticias	PUNT 2	24:00	24:30	30	Telenoticias 3	TVC	25:40	26:00	20
IB3 Noticias nit	IB3	24:15	24:35	20	Telediario 3	TVE1	25:45	26:00	15
Aragón Noticias 3	ARAGÓN TV	24:15	24:30	15	Antena 3 Noticias 3	A3	26:00	26:15	15
TPA Noticias 3	TPA	24:15	24:30	15					

Fuente: Elaboración propia.

En España se emiten diariamente 94 noticiarios en las cadenas generalistas estatales y autonómicas que emiten en analógico, y casi un 80% de ellos también se ofrecen a través de sus canales en la modalidad de Televisión Digital Terrestre. La oferta TDT se refuerza con tres canales temáticos de información (dos públicos y uno privado). Los datos de estas dos tablas nos devuelven una realidad de la programación televisiva generalista: ninguna cadena se plantea una parrilla de contenidos que no incluya al noti-

ciario como un elemento de referencia. Por su parte, la televisión digital, a través de las plataformas de pago Digital +, Ono, Euskaltel, R y Telecable, no puede competir con la oferta analógica y de TDT, por lo que opta por completar el menú aportando el acceso a cadenas internacionales y amplía la escasa oferta de canales de noticias 24 horas que ofrece la TDT en abierto. La Tabla 3 resume la emisión actual de noticiarios a través de señal digital.

Tabla 3.
Oferta de noticiarios en España (mayo 2008; señal digital)^a

TDT		Oferta de Noticiarios. De Lunes a Viernes de 6:00 a 2:30		
GENERALISTAS	Cadenas	Oferta analógica	Específicos	Total NOTICIARIOS ^a
Estatal	8	17	0	17
Autonómica	35	54	14	68
TEMÁTICAS	Canales	C. Informativos	Canal	Operador
Estatal	15	2	Canal 24 H	TVE (Público)
			CNN+	Sogecable (Privado)
Autonómica	2	1	3/24	TVC (Público)

SATÉLITE		Oferta de Noticiarios. De Lunes a Viernes de 6:00 a 2:30		
DIGITAL +	Cadenas	Oferta analógica	Específicos	Total NOTICIARIOS ^a
Generalista Estatal.	3	8	0	8
Generalista Autonom.	8	30	0	30
Generalista Internac.	6	0	6	6

CABLE		Oferta de Noticiarios. De Lunes a Viernes de 6:00 a 2:30		
ONO	Cadenas	Oferta analógica	Específicos	Total NOTICIARIOS ^a
Generalista Estatal.	6	17	0	17
Generalista Autonom.	7	30	0	30
Generalista Internac.	14	0	26	26
Euskaltel	Cadenas	Oferta analógica	Específicos	Total NOTICIARIOS ^a
Generalista Estatal.	6	17	0	17
Generalista Autonom.	8	29	0	29

Generalista Internac.	2	0	24	24
R	Cadenas	Oferta analógica	Específicos	Total NOTICIARIOS ^a
Generalista Estatal.	6	17	0	17
Generalista Autonom.	5	24	0	0
Generalista Internac.	3	0	32	32
TeleCable	Cadenas	Oferta analógica	Específicos	Total NOTICIARIOS ^a
Generalista Estatal.	0	0	0	0
Generalista Autonom.	4	15	0	15
Generalista Internac.	1	0	10	10

CANALES TEMÁTICOS DE INFORMACIÓN DE PAGO (Satélite y Cable)

Canal	Plataforma	Titularidad
Euronews	Digital +, Ono, Euskaltel, R, TeleCable	Pública
CNN +	Digital +	Privada
Canal 24 H	Digital +, Ono, Euskaltel, R	Pública
Méteo	Digital +	Privada
Bloomberg TV	Digital +, Ono, Euskaltel, R	Privada
BBC World	Digital +, Ono, Euskaltel	Pública
CNN	Digital +, Ono, R, TeleCable	Privada
FOX News	Digital +	Privada
France 24	Digital +	Mixta
Al Jazeera English	Digital +, Ono	Privada
Intereconomía	Digital +, Ono, R	Privada
CNBC Europe	Ono	Privada

Fuente: Elaboración propia.

^a No incluimos la oferta local de los operadores de cable.

El noticiario, en resumen, se confirma como un componente clave de la televisión actual, consolidado en la emisión analógica y en su inevitable migración hacia la TDT, pero con una cierta falta de definición en los operadores a través de la señal digital, donde la rentabilidad de los canales de información, en términos de audiencia y de ingresos, no parecen estar tan claros.

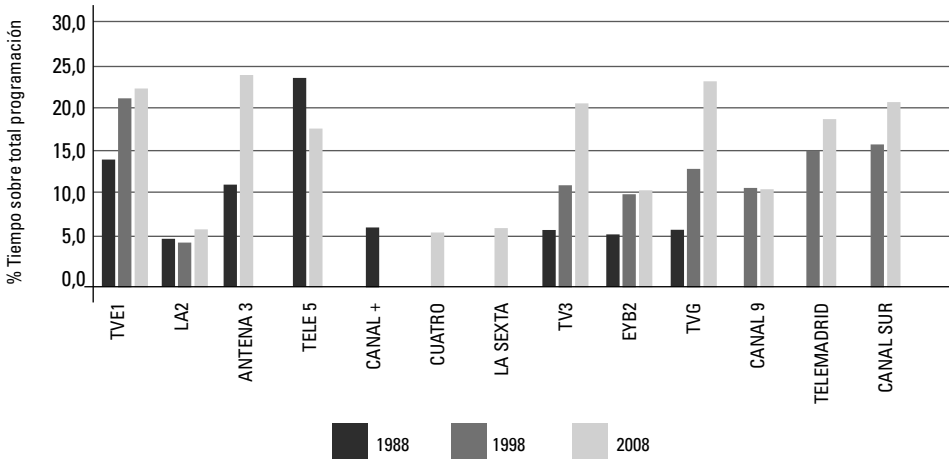
3. Usos y funciones del noticiario televisivo

Sánchez y Páez recuerdan que “los informativos representan casi la cuarta parte de la programación televisiva en los momentos actuales y constituyen uno de los géneros de mayor expansión en el último decenio. De un tiempo de ocupación de un 12% en 1995 han pasado a justo el doble en 2005” (GECA, 2007: 16). La evolución de las parrillas de las principales cadenas estatales y autonómicas confirma la tendencia de estos autores.

La acumulación de oferta informativa y el papel principal que recibe nos obliga a revisar los roles que asume el noticiario en las programaciones televisivas contemporáneas. Su presencia generalizada supera fronteras y modas, despertando un creciente interés en parte de la comunidad científica (García Avilés, 2007; Vicente, 2007; Monclús & Vicente, 2008).

Los noticiarios son uno de los principales pilares de la audiencia de las cadenas de televisión. Su importancia radica tanto en el peso que ejercen sobre el total de la audiencia de la cadena como, sobre todo, en el ejercicio de una crucial función de referencia para los televidentes. Uno de los principales componentes de la imagen corporativa de una cadena descansa sobre estos espacios. Así, los informativos en televisión suelen ubicarse en las puertas de entrada a los momentos del día en los que se concentra frente a los televisores la mayor cantidad de población. Entre las principales funciones que asume un noticiario en una programación televisiva se encuentran:

Gráfico 1
% de programación dedicada al noticiario
en las principales cadenas estatales y autonómicas de emisión analógica (1988-2008)^a



^a Los datos corresponden a los noticiarios de lunes a viernes desde las 6:00 hasta las 2:30. Se destaca en negrita el porcentaje en la actual temporada, 2007-08.

Fuente: Elaboración propia.

- Aportar una cantidad considerable de audiencia al total de la cadena
- Servir como elemento de enganche para los siguientes espacios de la cadena
- Contribuir a la fidelización vertical de la audiencia.
- Reforzar la imagen corporativa de las cadenas

La relevancia que las cadenas otorgan a los noticiarios se comprueba en la gran inversión económica que destinan. Los conductores de informativos televisivos se cuentan entre los profesionales mejor remunerados y justifican su contrato en base a los índices de audiencia. De otra forma, no se entendería que un espacio con una cantidad de publicidad muy inferior a la habitual recibiese un presupuesto tan elevado. La batalla, por lo tanto, se libra al mismo tiempo en función de la audiencia y de la imagen pública de la cadena. Las cadenas españolas construyen sus estrategias de identificación y de creación de una marca propia, en gran parte, sobre los presentadores de los noticiarios. Son un rostro amable y fácilmente reconocible para la audiencia, y las empresas son conscientes del valor económico y simbólico de las personas que conducen estos espacios. El aumento de competencia, unido al prestigio profesional de estas personas, ha estimulado el cambio de empresa audiovisual. Las peculiaridades del sistema televisivo español han provocado que el sesgo político esté siempre presente a la hora de analizar los noticiarios televisivos. La sombra de una gestión muy politizada de los medios de comunicación pública es muy alargada y siempre enfoca la luz de la sospecha sobre los formatos televisivos. Se pondría de relieve, desde estas perspectivas (Piedrahita, 1994), la potencial manipulación de la audiencia que lideran estos espacios.

4. El noticiario

4.1 Sobre el formato

Los elementos y variables de análisis que han desarrollado los investigadores nacionales e internacionales en las últimas tres décadas para estudiar el formato de los informativos diarios de televisión han sido muy diversos². En este artículo, prestamos especial atención a la estructura, la duración, los presentadores, el estilo discursivo y visual, y los recursos humanos y técnicos como los principales rasgos formales en la evolución de los noticiarios españoles, especialmente a partir de la incorporación de la televisión privada en 1990.

Tres razones explican que los cambios en el formato se hayan concentrado en los últimos dieciocho años. Primera, la televisión en España nace en un contexto político dictatorial como un medio de entretenimiento, donde la información tenía un rol secundario basado en el radio diario³, popularmente conocido como “el parte”, y, posterior-

² De Aguilera, Barroso, Cebrián, García Avilés, Mancini, Marín, Saperas & Gifreu, entre otros.

³ El locutor leía ante las cámaras los boletines de noticias que emitía Radio Nacional de España. El contexto político del nacimiento de la televisión en España y el desarrollo de sus informativos se vio definido y limitado por la dictadura franquista.

mente, en el noticiario documental⁴, el “NO-DO” (Baget, 1993). Segunda, el proceso de modernización se inicia en los sesenta gracias a avances tecnológicos como el sistema PAL o la transmisión vía satélite, y culmina en los setenta con un modelo que se conserva prácticamente intacto hasta hoy, tomando como referencia a los programas estadounidenses (García Avilés, 1996; Marín, 2003; Vicente, 2005). Finalmente, la fórmula del noticiario sólo se altera al aparecer la oferta privada, sobre todo Antena 3 y Telecinco, que protagoniza diversos intentos para hacerse un hueco entre las preferencias de los españoles y romper la hegemonía de la cadena pública. Como veremos a continuación, algunas de estas iniciativas cayeron en saco roto, mientras que otras, las que obtuvieron un resultado positivo, causaron un efecto dominó.

4.1.1 Estructura

Entendemos la estructura de un programa como la organización de los contenidos de un espacio determinado. Desde este punto de vista, podemos afirmar que la estructura formal de los noticieros televisivos en España se ha mantenido inalterable desde los setenta y es común a todas las cadenas. El noticiario se define a partir de cuatro partes claramente reconocidas e identificadas por emisores y receptores (Cebrián, 1998). En primer lugar, el arranque del noticiario suele destacar el principal tema de la jornada. Las últimas temporadas han aportado dos tendencias destacables. Por una parte, las imágenes más impactantes de la noticia del día se emiten antes del saludo del conductor con la intención de captar la atención del televidente desde el inicio. Y por otra, la etiqueta de tema del día se ha duplicado entre los dos principales acontecimientos de la jornada. Así, resulta cada vez más complicado encontrar diferencias entre cadenas y aumenta la sensación de un creciente mimetismo informativo, en detrimento de una mayor diversidad informativa.

Segundo, el bloque de sumarios o titulares anticipa los temas más importantes del noticiario. Se percibe una clara homogeneización en las cadenas generalistas estatales, tendencia que sólo rompen las cadenas autonómicas y locales al incluir titulares que se hacen eco de su compromiso con la información de proximidad⁵. A los tradicionales titulares de entrada y de cierre, se ha incorporado una tercera modalidad: los titulares intermedios. Son bloques que se insertan, aproximadamente, en la mitad del noticiario y sirven tanto para recordar las noticias previamente avanzadas en la cabecera de entrada que aún no han sido emitidas como para incorporar nuevos temas a la escaleta. Esta técnica de exposición informativa basada en el suspense intenta contrarrestar el *zapping* de los telespectadores, se introduce a raíz del incremento de duración que sufren los noticieros en la temporada 96-97 y se mantiene hasta la actualidad.

⁴ Estos espacios empiezan a incorporar imágenes para ilustrar las noticias, aunque con un retraso de dos o tres días, las noticias del día se emitían sin imágenes por las limitaciones de la tecnología y el informativo se completaba con los primeros reportajes de carácter, obviamente, atemporal.

⁵ El 95% de las noticias de apertura de los noticieros de TVG en la temporada 97-98 estaba dedicado a noticias de Galicia, según Luis Pérez, ex director de los servicios informativos gallegos (GECA, 1999).


Tercero, el desarrollo es el elemento más estable de la estructura de los noticiarios. Las noticias son agrupadas por bloques o secciones que responden a criterios geopolíticos (nacional, internacional...) o temáticos (política, deportes, cultura, economía...). El orden de emisión es el único matiz que diferencia la apuesta de cada cadena. *La 2 Noticias* es el único espacio que desde sus inicios en 1995/96 se ha atrevido a innovar tanto en la estructura clásica por bloques como en la jerarquización de las noticias, priorizando contenidos alternativos – que nunca aparecen en otras cadenas – y diferenciados – que sí que aparecen, pero que reciben un tratamiento muy diferente. El desarrollo desemboca, finalmente, en el cierre del noticiario, breve y cada vez más orientado hacia el arrastre de audiencia de cara al siguiente espacio.

4.1.2 Duración





La duración estándar del noticiario oscila entre 30 y 60 minutos en las cadenas generalistas (Cebrián, 1998; Vicente, 2005). *La 2 Noticias* y las ediciones de sobremesa y *prime time* de Canal + reducen su extensión a valores comprendidos entre 5 y 27 minutos, claro síntoma de su afán por brindar una oferta alternativa a los líderes del mercado. La brevedad se combina con la inserción de sus noticiarios en horarios alejados de la competencia directa, pero exige un mayor esfuerzo en la selección de las noticias. La creación de CNN+, que asume los noticiarios de Canal +, reduce la edición de sobremesa a un boletín informativo de cinco minutos de duración desde 1995 hasta 2005. Al ocupar Cuatro la señal del canal de Sogecable, establece una oferta en competencia directa e igualdad de condiciones con el resto de cadenas.

En enero de 1997, Telecinco, en pleno proceso de renovación de su imagen corporativa⁶, decide alargar sus dos noticiarios principales, franqueando incluso la barrera psicológica de la hora. Esta iniciativa provoca que sus informativos se solapen con los de TVE1 y Antena 3. La temporada siguiente, estas dos cadenas siguen el ejemplo de Telecinco y sus noticiarios crecen hasta los 50 minutos. Desde entonces, y gracias al progresivo descenso de la extensión de *Informativos Telecinco*, la duración media no llega a los 50 minutos, como resume la Tabla 4.

Tabla 4
Duración de los noticiarios de las cadenas generalistas españolas de ámbito estatal (1993-2006)

	TEMPORADA	93	94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05
		94	95	96	97	98	99	00	01	02	03	04	05	06
	Sobremesa	30	33	42	45	44	50	53	51	49	48	47	47	48
	Prime time	28	30	41	38	42	45	40	42	49	47	46	48	48

⁶ Las primeras parrillas de Telecinco priorizaban el entretenimiento sobre la información, llegando a plantear una programación sin noticiarios en sus temporadas iniciales. La escasa audiencia cosechada sirvió para que la cadena otorgase más protagonismo a la información.

	Prime time				22	24	24	25	25	25	27	26	27	24
	Sobremesa	31	32	40	50	42	49	51	48	47	48	40	50	49
	Prime time	41	33	28	34	33	45	48	48	45	46	35	49	48
	Sobremesa		29	48	45	45	58	62	61	63	57	53	53	53
	Prime time		33	47	63	56	58	57	57	56	54	49	47	33
	Sobremesa					15	6	5	5	5	5	5	5	45*
	Prime time	21	21	18	20	22	20	18	17	21	17	18	17	50*

* Durante la temporada 2005-2006, Canal + se convierte en Cuatro (7 de noviembre de 2005).

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de GECA.

Si en la actualidad la información copa casi el 25% de las programaciones (GECA, 2007), se debe en parte al aumento del noticiario. España comparte este fenómeno con Portugal, pues ambos son los países europeos que cuentan con los informativos más largos. La cuestión es sencilla: ¿los noticiarios aumentan por qué los españoles desean más información o por qué las cadenas despliegan una estrategia programática? Sánchez y Páez (2007) responden: “El recurso a alargar todo lo que funciona resulta muy habitual en la televisión española, y aplicado a la batalla informativa, introduce un rasgo tan singular como perturbador dentro del contexto europeo.”

4.1.2 Presentadores

El busto parlante⁷ ha dejado una fuerte herencia en los conductores de hoy en día. El presentador de un noticiario es un elemento clave para captar la atención y fidelizar a los telespectadores (Saperas & Gifreu, 1995). El monopolio de RTVE explica que gran parte de los conductores más populares procedan de la cantera pública, caso de Jesús Hermida, Rosa María Mateos, Olga Viza o Matías Prats. La incorporación de las privadas y la importancia concedida a la información diaria provocó que la batalla se librara también fuera de los platós, en busca de los conductores estrella y, al mismo tiempo, con un objetivo de desestabilizar la oferta informativa del contrincante.

El fichaje más sonado se produjo en 1998, cuando Matías Prats dejó, tras 23 años, la cadena pública por Antena 3, aunque recuperar el liderazgo del que gozaba en TVE le costó ocho temporadas. Los noticiarios de las cadenas públicas, por su parte, han padecido siempre la influencia que ejercía el partido político en el Gobierno, como demuestra el hecho de que la mayor cantidad de cambios en la conducción de *Telediario* se hayan producido durante el traspaso de poderes entre partidos.

⁷ Locutor que leía las noticias ante la imposibilidad técnica de ofrecer las imágenes del día.

La intensa competencia en el mercado español, con cuatro cadenas luchando por el liderato, ha impulsado casos de un mismo presentador trabajando en hasta tres cadenas distintas. Con el lanzamiento de Cuatro y de La Sexta, se reanuda el baile de conductores, e incluso se recurre al medio radiofónico para cubrir estas plazas. El Grupo PRISA trasladó a Iñaki Gabilondo desde una clara posición de dominio en la cadena SER al noticiario de *prime time* de Cuatro. Asimismo, la emisora radiofónica también ha perdido a Mara Torres (*La 2 Noticias*) o a Mamen Mendizábal (*La Sexta Noticias*).

El rol de los presentadores de noticiarios se ha modificado a lo largo de los años. TVE y Telecinco han abogado por un modelo aditivo (Maciá, 1981) que combina la intervención de un conductor principal con uno secundario y con profesionales especializados en deportes o meteorología. Esta propuesta persigue la neutralidad expositiva, pero no renuncia a imprimir un fuerte carácter propio al programa. Por su parte, Antena 3 buscó la diferenciación en sus primeros pasos y apostó por noticiarios de autor basados en la tradición estadounidense. La personalidad de sus conductores – Olga Viza, Fernando Ónega y, sobre todo, José María Carrascal – era el pilar principal de su oferta. El escaso éxito de audiencia de esta fórmula impulsó un retorno a una línea editorial compartida por el conjunto de los espacios informativos. La ruta que siguen Canal + y Cuatro es la opuesta a Antena 3. El relanzamiento de la cadena motivó un viraje desde posiciones alejadas a los noticiarios de autor hacia el informativo que, en la actualidad, presenta una mayor personalización del protagonismo sobre un conductor carismático, como Gabilondo. La tendencia actual de los noticiarios de las cadenas estatales se asienta en la conducción única, es decir, un conductor principal normalmente acompañado por el responsable de deportes. Sólo algunos noticiarios autonómicos apuestan por una doble conducción, con equilibrio de protagonismo entre ambos.

4.1.4 Estilo

El estilo de los noticiarios españoles actuales es muy similar. Todos se consideran creíbles, neutrales, plurales, independientes, cercanos, rigurosos y de calidad, aunque el camino que han recorrido no ha sido siempre llano.

La apuesta inicial de Antena 3 y Telecinco incorporaba a las noticias el análisis y la opinión, e incluso el humor. Conscientes que el Estatuto de la Radio y la Televisión de 1980 prohibía la inclusión de opinión en los informativos públicos, promocionaron este aspecto como un valor añadido y diferenciador para su público objetivo, los jóvenes. Pronto comprobaron que la propuesta no había calado, al menos en resultados de audiencia, y emprendieron una renovación. Primero lo hizo Telecinco en la temporada 1997-98; dos años después, Antena 3 suprime los informativos de autor. Hasta entonces, el modelo de las cadenas generalistas priorizaba la cantidad sobre la calidad de sus informaciones. Canal + rompe esta tónica con una oferta vanguardista que apuesta por la calidad – obligada, en cierta medida, por una duración más breve – y que se ve muy beneficiada por la creación de CNN+. Los informativos diarios de la cadena de Sogecable se ponen al día con mayor dinamismo, frescura y tecnología, aprovechando la red global de la corporación estadounidense. Estos espacios siempre tuvieron presente su rol de servicio a sus abonados: su ubicación horaria, duración y selección de

noticias lo demuestran. Por su parte, la propuesta de *La 2 Noticias* es una isla en medio del océano. Su vocación de noticiario alternativo y no competitivo le permite utilizar un lenguaje más desenfadado y natural en su objetivo de informar mientras entretiene. La decisión de su presentador, Lorenzo Milá, de no llevar corbata refuerza un estilo informal. El paso de Milá al *Telediario 2* en la temporada 2004-05 abrió un debate sobre el uso de esta prenda entre los conductores, en un intento de transformar la imagen del noticiario de TVE1, marcada por un estilo muy tradicional.

Con el nuevo milenio, las tres cadenas estatales en abierto modernizan sus noticiarios. Al aumento de la duración, se le suma un incremento de las noticias sociales, como detallamos más adelante. Para acercarse a los telespectadores, se opta por un estilo más claro y natural en el discurso, se apuesta por un tratamiento informativo más trabajado, y los reportajes empiezan a adquirir protagonismo, con secciones fijas como *A fondo* en Antena 3, que apuesta por reportajes propios de investigación. En definitiva, se reduce el número de noticias a favor de un tratamiento más profundo. Esta tendencia se ha ratificado en las dos últimas temporadas y ha causado que algunas cadenas aborden ciertos acontecimientos desde una perspectiva más cercana al magazine o la fórmula tabloide estadounidense. Sánchez y Paéz (2007) advierten de que “no resulta raro encontrar en los noticiarios españoles, una vez cubierta la actualidad *stricto sensu*, alguna que otra receta de cocina, una encuesta a pie de calle, una curiosidad tecnológica, medioambiental o de costumbres sociales, la cartelera cinematográfica, un destino turístico o una situación personal más o menos dramática.”

Finalmente, todas las cadenas se esfuerzan por transmitir una imagen positiva de sus noticiarios. Para ello, la renovación periódica de cabeceras, sintonías, platós, escenografía e infografía se completan como signo de modernización tecnológica. Un hecho que no excluye a las televisiones autonómicas y locales competitivas.

4.1.5 Recursos

La disponibilidad de recursos técnicos y humanos contribuye a definir el formato de un noticiario, determina su desarrollo y le concede prestigio. En pocos años, Antena 3 y Telecinco, tuvieron que hacer un gran esfuerzo para tener un despliegue suficientemente amplio con el que competir en igualdad de condiciones con TVE y la FORTA.

La primera conquista de las cadenas privadas fue la implementación de las desconexiones territoriales gracias a la creación de delegaciones (Antena 3) o a la constitución de una agencia (Telecinco con Atlas). Priorizaron aquellas comunidades con servicio propio de televisión pública (Cataluña, Galicia, País Vasco, Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía, principalmente). Esta expansión se inicia en la temporada 97-98 coincidiendo con el notable incremento de audiencia de los noticiarios autonómicos que dejan entrever el potencial de la información de proximidad. Consecuentemente, en las temporadas posteriores el volumen de noticias autonómicas y locales aumentó y se impulsó una política informativa con desconexiones regionales con noticiarios propios (algunos en la lengua de las nacionalidades históricas) antes de la edición de sobremesa o de *prime time*. Esto provocó un efecto dominó en TVE que, en 1998-99, aumenta tam-

bién el número de desconexiones. Sin embargo, esta tendencia ha ido perdiendo fuelle y, actualmente, ni Antena 3 ni Telecinco tienen desconexiones territoriales en sus parrillas, siguiendo un criterio de pura rentabilidad económica. De hecho, TVE se encuentra en una situación similar: la nueva Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal de 11 de mayo de 2006 establece un plan de saneamiento del ente que pasa por el cierre de algunos centros territoriales.

Un segundo hecho ha transformado el formato de los noticiarios desde 2001 y no puede entenderse sin las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías. Las guerras del Golfo (1991) y de los Balcanes (1999) demostraron que la televisión tenía capacidad para hacer un seguimiento intenso y continuado de estos acontecimientos, incluso con equipos propios en el lugar de los hechos. Los atentados del 11-S en Estados Unidos motivaron el nacimiento de la “televisión acontecimiento”, en la que el suceso se impone a la programación. Esta lógica afectó también a los noticiarios: el reportero o corresponsal adquiere un rol protagonista, pero no como informador, sino como testimonio de excepción que debe aportar una visión personal del hecho, narrar la experiencia en primera persona y acercarse así a los telespectadores.

A la caída de las Torres Gemelas, le siguieron el hundimiento del Prestige, la guerra de Irak y los atentados del 11-M en Madrid. Hechos que han consolidado la televisión-acontecimiento y han establecido una nueva lógica en la forma de transmitir la información en las cadenas competitivas, siguiendo un orden muy significativo. Primero, estar en el lugar de los acontecimientos. Segundo, informar en directo. Tercero, disponer de imágenes para cada noticia. Y cuarto, abordar el acontecimiento en profundidad. De hecho, la primera premisa se ha generalizado en los últimos años, aumentando significativamente el número de conexiones en directo para abordar todo tipo de noticias y en cualquier momento del programa (titulares, desarrollo y cierre). Este fenómeno dota de mayor dinamismo y realismo al producto con más tiempo de directo, pero prima asuntos que, de otro modo, no habrían tenido tanta notoriedad.






El formato de la televisión se ha concebido tradicionalmente en el soporte televisivo, pero el escenario actual ofrece un nuevo soporte que puede alterar esta concepción. Las cadenas autonómicas, TVG y TVC por este orden, empezaron a explorar a finales de los 90 las posibilidades que ofrecía el soporte multimedia. En agosto de 2000, CNN+ elaboraba dos ediciones diarias de un boletín informativo de dos minutos de duración en la red. Posteriormente, el resto de cadenas estatales se sumaron en distinto grado a este espacio virtual. De cómo pueda modificar Internet el formato del actual noticiario dependerá de la estrategia que adopten las cadenas: ¿oportunidad o competencia?

4.2 Sobre el contenido

La literatura científica española carece de estudios que sigan un protocolo de análisis homogéneo durante un marco cronológico suficientemente amplio como para obtener secuencias históricas comparables sobre el contenido de los noticiarios. En los últimos veinte años distintos autores (Villafañe, Bustamante & Prado, CAC, Humanes, Igartua & Múñiz, Gifreu *et al.*, entre otros) han investigado este campo, pero la mayoría de sus

resultados se centran en aspectos concretos como las campañas electorales, la imagen de los políticos, el tratamiento de la inmigración, el pluralismo informativo... Muchos de ellos comparan además el medio televisivo con la prensa mediante variables comunes a ambos, pero que diluyen los rasgos propios del medio audiovisual. Los únicos estudios que abarcan la totalidad del noticiario son el trabajo puntual de María Luisa Humanes (2001) y los regulares informes del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), que monitoriza los noticiarios que se emiten en Cataluña para velar por su pluralismo informativo. A pesar de que ambos estudios tienen vocación generalista, Humanes descarta el análisis de sumarios, noticias deportivas e información meteorológica, por lo que resulta incompleto, y el CAC se queda en un primer nivel de análisis basado en el tiempo de noticia, de palabra de los personajes de las noticias y su frecuencia de aparición, siendo puramente cuantitativo (Monclús & Vicente, 2008). El Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual (GECA) analiza la evolución del mercado televisivo español desde hace 15 años. En la temporada 1998-99 creó *Infozoom*, un instrumento para realizar un seguimiento continuado de los informativos televisivos. Por desgracia, esta experiencia sólo se desarrolló durante tres temporadas televisivas consecutivas.







Tabla 5
Tiempo (%) por sección en noticiarios (1998-2001)

	Temp.	Deportes	Sociedad	Nacional	Internacional	Cultura y Espectáculos	Economía	Otros
	1998-99	27,1	20,8	15,7	18,4	3,3	4,1	10,8
	99-2000	30,1	14,8	21,8	21	6,2	6,1	
	2000-01	27,8	18,5	19,8	13,4	5,5	5,2	9,8
	1998-99	5,2	26,4	11,1	23,6	13,8	3,5	16,4
	99-2000	6,7	29,6	12,7	29,2	16,3	5,5	
	2000-20	5,7	27,1	13	18,5	15,4	3,5	16,3
	1998-99	24,5	12,4	18,1	21	6	6,2	12,6
	99-2000	27,3	27,4	18,7	17,6	4,8	4,2	
	2000-01	24,1	22,9	16,5	13,8	4,1	4,1	14,5
	1998-99	15,6	19,9	16,3	18,9	4,1	4,7	9,7
	99-2000	23,4	25,5	21,9	18,1	5,1	6	
	2000-01	15	22,1	16,3	13,6	3,7	4	25,3
	1998-99	Sin datos						
	99-2000	1,8	15,6	39,5	24,9	7,1	11,2	
	2000-01	1	15,5	33,3	26,7	6,7	6,3	10,7

Fuente: Infozoom (GECA).

Otro estudio que aporta datos reveladores sobre el contenido actual de los noticiarios fue elaborado por la Universidad Complutense de Madrid, la Universitat Pompeu Fabra y la Universidad de Navarra y analiza TVE1, La 2, Antena 3, Canal +/Cuatro y Telecinco entre julio 2005 y junio 2006. Los resultados obtenidos en ambos trabajos apuntan las tendencias más significativas durante la última década. Los noticiarios de las cadenas estatales se caracterizan desde sus inicios por su vocación generalista: la información política prima sobre el resto de ámbitos cuantitativa (más piezas) y cualitativamente (primeros puestos de la escaleta). Este privilegio se extingue al aumentar la duración del noticiario y el peso de otras secciones, como muestra la Tabla 6. Se asienta así el trinomio de la dieta informativa de los españoles en el nuevo milenio: política, deportes y sociedad. Un triunvirato que se mantiene vigente desde la temporada 2000-01, como muestra la Tabla XX.

Tabla 6
Tiempo (%) por sección en noticiarios (2005-06)

						
Ciencia y Tecnología		6				
Curiosidades		5'5				
Deportes	21,8		22,9	29,8		13,4
Desastres	9,6	8	9,3		13,4	12,5
Economía y Negocios					8,7	
Gobierno	8	8,1	5,2	8,2	11,7	5
Interés social	4,6	7,6		3,6		
Medio Ambiente		5,9				
Otros				5,6		12,9
Partidos Políticos	4,7		3,9	7,3	8,6	
Política Autonómica					4,7	
Terrorismo	5,7		4,5	5,1	14,8	6
Violencia			5,2			4,8

Fuente: Estudio de la Universidad Complutense, Universitat Pompeu Fabra y Universidad de Navarra.

La irrupción de la telerealidad, con *Gran Hermano* y *Operación Triunfo* (2000-01), en la televisión española e internacional provoca la eclosión del info-show: la espectacularización de la realidad. La información no consigue mantenerse al margen de esta influencia ya que, como recuerda Prado (2003), “aumenta el peso de los informativos diarios en el conjunto de la oferta pero a cambio de dar cabida en su seno a una creciente proporción de *soft news*, así como el incremento del localismo y las informaciones de

servicio. Por esta vía se cuelean elementos que contribuyen a una creciente y dominante espectacularización en los informativos”. La telerealidad provoca la búsqueda de una mayor cercanía con los telespectadores, potenciando las noticias de interés humano en detrimento de los acontecimientos políticos nacionales e internacionales, dando más cancha a sucesos, anécdotas y curiosidades, las pequeñas historias, y creando unos noticiarios con tres bloques temáticos. Los primeros minutos se dedican a las clásicas *hard news*, noticias de política y economía desde una actitud seria. Un segundo bloque más desenfadado aborda la información social y de interés humano (*soft news*), que finalmente dan paso a la información deportiva, el tercer bloque que cierra el noticiario.

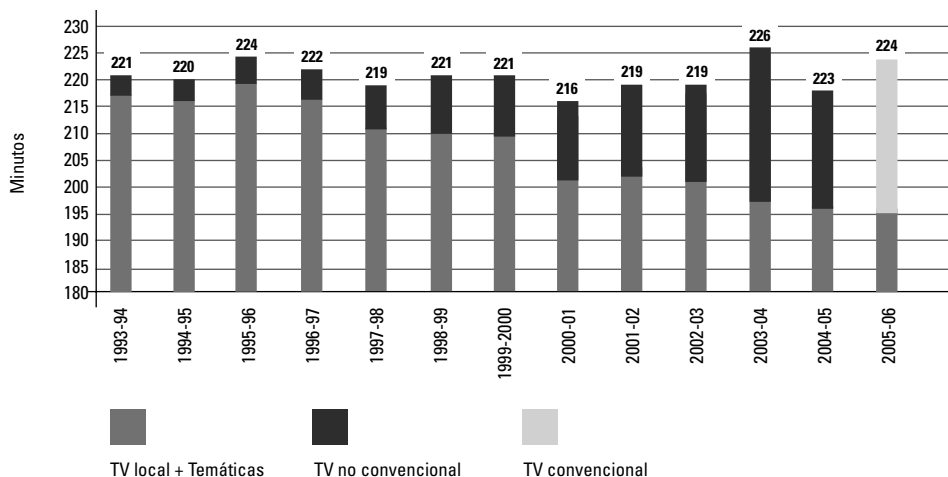
Esta tendencia a la espectacularización de la información, lejos de disminuir, se verá fortalecida por una actualidad informativa interpretada en clave de televisión-acontecimiento. La Tabla 6 dibuja el consumo de información televisiva de los españoles, determinado por el carácter público o privado de su emisor. Telecinco y Antena 3 apuestan por las noticias más impactantes, los asuntos referentes a desastres, terrorismo y violencia ocupan el 23,3% y el 19% de su tiempo, respectivamente. Antena 3 prioriza a los deportes sobre estas noticias, mientras que Telecinco los relega al segundo puesto. Las privadas completan su oferta con la política. Por su parte, TVE establece una estrategia diferente en sus dos canales. TVE1, en plena batalla comercial, apuesta por el deporte (22,9%), plantando cara a la única cadena que hasta el momento le ha arrebatado el liderazgo. Además, recurre al impacto de sucesos marcados por la catástrofe y el terrorismo, dejando en segundo plano a la política y las noticias de interés social, una clara influencia del actual director de los servicios informativos, Fran Llorente, y del conductor de *Telediario 2*, Lorenzo Milá, padres de la propuesta alternativa de *La 2 Noticias*. Precisamente, el único noticiario estatal de la segunda cadena pública se mantiene fiel a su filosofía, a pesar de los cambios de presentadores y de franjas horarias. Con clara vocación de servicio público, apuesta por temas que no tienen cabida en los otros noticiarios (medio ambiente, ciencia y tecnología, colectivos marginados o movimientos sociales), sin descuidar la política. Los datos de Canal + y Cuatro demuestran que la emisión en abierto obliga a la cadena del Grupo PRISA a reorientar su oferta, evolucionando desde una apuesta no competitiva basada en la política internacional y la economía, a una opción de clara competencia con la incorporación de los deportes como eje fundamental y una apuesta por información política (15,5%) en detrimento de las noticias más escabrosas.

4.3 Sobre la audiencia

España ha vivido un proceso de multiplicación de la oferta televisiva durante los últimos 25 años, pero el cambio de comportamiento por parte de los espectadores ha sido mucho más pausado. Así, la audiencia protagonizó un lento pero continuo proceso de migración desde el monopolio de TVE 1 hacia un reparto más equitativo entre las cadenas generalistas.

Antes de analizar con detenimiento la conducta de la audiencia, debemos detenernos en algún detalle significativo. España ha mantenido constante su consumo televisivo durante el periodo que va desde 1993 a 2006, por lo que la expansión de canales no

Gráfico 2
Minutos de consumo de TV en España (1993-2006)^a



^a TV convencional: TVE1, La 2, Telecinco, Antena 3, FORTA, Canal+ analógico/Cuatro. TV no convencional: TV local, Digital +, Cable y resto no desglosado.

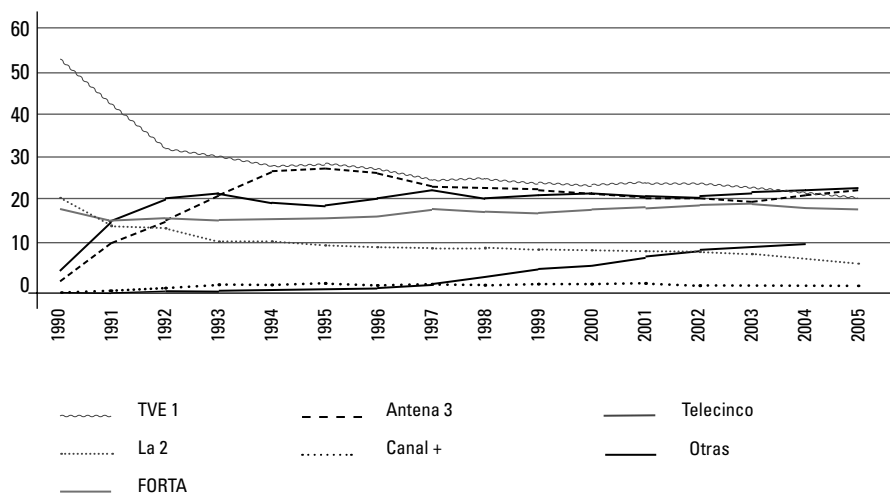
Fuente: Elaboración propia a partir de GECA, 2005 y 2007.

ha supuesto un cambio sustancial en las pautas de relación con el medio: la ciudadanía española consume entre 216 y 226⁸ minutos de televisión al día. El Gráfico 2 nos proporciona una información más detallada e informativa sobre el tipo de consumo que se realiza. Así, es fácil constatar que se está produciendo un lento pero continuo trasvase del consumo de tipo analógico hacia nuevas formas de consumo, como podrían ser los canales temáticos de las plataformas digitales, la TV local o la emisión por cable.

Sin amenazar el dominio de la recepción convencional, los datos muestran que las formas de ver la televisión están evolucionando y el rol de las nuevas tecnologías y de los procesos de convergencia tecnológica ejerce un factor crucial. El proceso de redistribución de la audiencia experimentado en España se observa también en el Gráfico 2. Desde un punto de partida (1990), en el que TVE1 era la cadena vista por más de la mitad de los televidentes (52,4%), compitiendo con un segundo canal (La 2) que rondaba el 20% y un resultado conjunto de los emisores autonómicos por encima del 15%, se evolucionó hacia un escenario muy diferente. En 1993, Antena 3 (21,1%) y Telecinco (21,4%) habían recortado sustancialmente la audiencia de TVE 1 (29,8%). Mientras la FORTA (15,6%) se mantenía, los indicadores del segundo canal público (9,6%) emprendían un descenso continuado que no se ha frenado hasta la actualidad.

⁸ El récord de consumo televisivo de la temporada 2003-2004 coincide con un año marcado por una gran concentración de asuntos de interés para la audiencia española: atentados del 11-M y enlace del Príncipe Felipe con Letizia Ortiz, ex presentadora del noticiario de TVE 1.

Gráfico 3
Share anual de las cadenas generalistas españolas (1990-2005)^a



^a Los datos corresponden a los noticieros de lunes a viernes desde las 6:00 hasta las 2:30. Se destaca en negrita el porcentaje en la actual temporada, 2007-08.

Fuente: Elaboración de GECA (2006) a partir de datos de SOFRES A. M.

El siglo XXI no modificó la tendencia: la distancia entre los tres principales operadores generalistas continuó reduciéndose. En 2000, Telecinco recupera la segunda posición del mercado tras seis años por detrás de Antena 3. Desde entonces, la cadena de raíz italiana ha mantenido bajo control a su competidora privada y, en un hito histórico en la televisión española, en 2004 se convertía en la cadena líder de audiencia del mercado español, desbancando a TVE de un dominio de 48 años consecutivos. Los últimos resultados que refleja el gráfico devuelven una realidad marcada por la competencia entre las tres cadenas estatales, con algunas Comunidades Autónomas en las que el operador regional se une a la batalla en igualdad de condiciones. La entrada en escena en la temporada 2005-2006 de Cuatro y La Sexta implica que el proceso de reparto de público sigue abierto. Los éxitos de audiencia se consiguen con cuotas de pantalla cada vez más bajas e índices por encima del 20% de *share* son cada vez menos frecuentes.

Tras esta introducción, nos centramos en el noticiario televisivo como unidad de análisis, y comprobaremos que los resultados son bastante diferentes. Para alcanzar mayor profundidad, discriminamos el estudio en función de la franja horaria en la que se emite cada noticiario, diferenciando entre la edición de sobremesa (entre 14:00 y 15:45) y la de *prime-time* (horario de máxima audiencia entre 20:30 y 22:15). También mantenemos la distinción en función del ámbito de cobertura, distinguiendo entre cadenas de difusión estatal y autonómica.

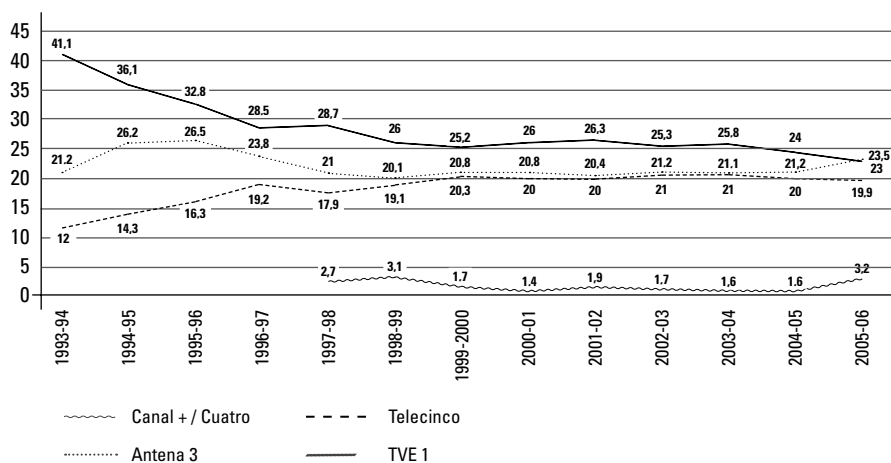
4.3.1 Noticiarios de sobremesa

La gran batalla de los noticiarios se localiza en dos puntos concretos del día. La generalización del formato ha provocado que, durante toda la mañana, se emitan numerosos noticiarios, pero los momentos en los que una mayor cantidad de personas están frente al televisor coinciden con las dos ediciones principales del noticiario: sobremesa y *prime time*.

El comportamiento de la audiencia española durante la sobremesa trasluce un elevado conservadurismo. Sostenemos esta afirmación sobre el hecho de que TVE 1 mantuvo durante todo el periodo estudiado un cómodo dominio, que sólo se vino abajo tras una aciaga transición entre el gobierno de José María Aznar y el de Rodríguez Zapatero, durante la que RTVE tocó fondo como resultado de una política informativa marcada por la falta de objetividad y la proximidad a las posiciones gubernamentales. Por su parte, Antena 3 y Telecinco mantienen una equilibrada lucha durante los primeros años del siglo XXI, que parece decantarse hacia la cadena del Grupo Planeta en las últimas dos temporadas.

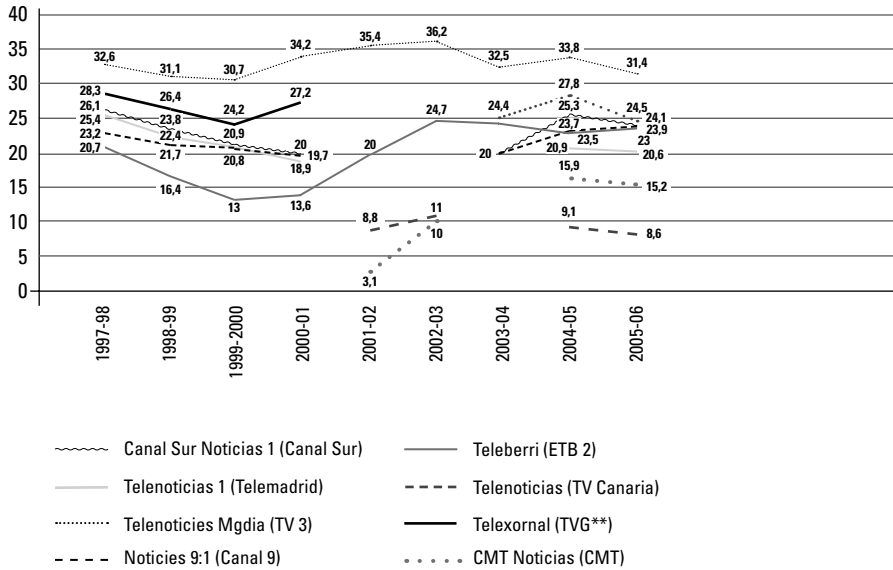
En las Comunidades Autónomas se libra una lucha apasionante entre dos modelos de información televisiva. Los resultados dan la razón a los partidarios del periodismo de proximidad, ya que los resultados de operadores como TV3, TVG, ETB o Telemadrid compiten de tú a tú con las cadenas estatales. El factor lingüístico, en algunos casos, pero sobre todo el componente de la cercanía respecto a los temas de interés de la ciudadanía parecen jugar un papel decisivo.

Gráfico 4
Share (%) de noticiarios de sobremesa (de lunes a viernes)
en cadenas generalistas de ámbito estatal (1993-2006)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de GECA.

Gráfico 5
Share (%) de los principales noticiarios de sobremesa diarios (de lunes a viernes)
en cadenas públicas de ámbito autonómico (1997-2006)^a



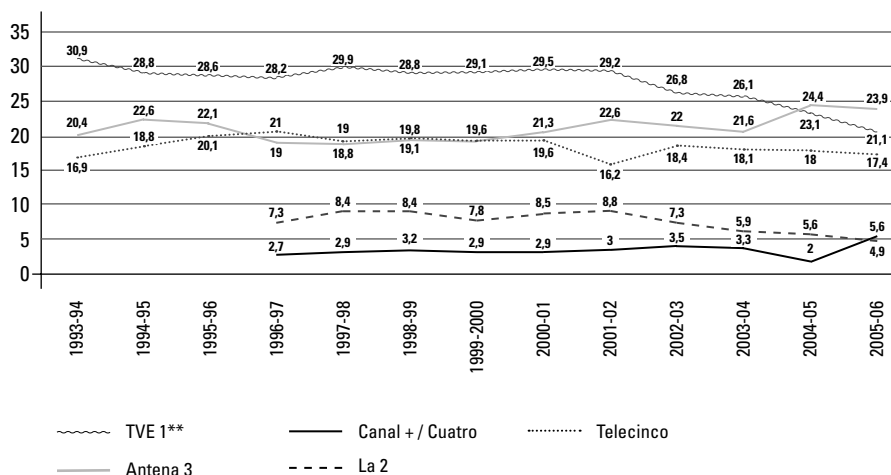
^a No se disponen datos de las temporadas anteriores. Las temporadas 2001-02, 2002-03 y 2003-04 no recogen los datos de todas las temporadas.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de GECA.

4.3.2 Noticiarios en *prime time*

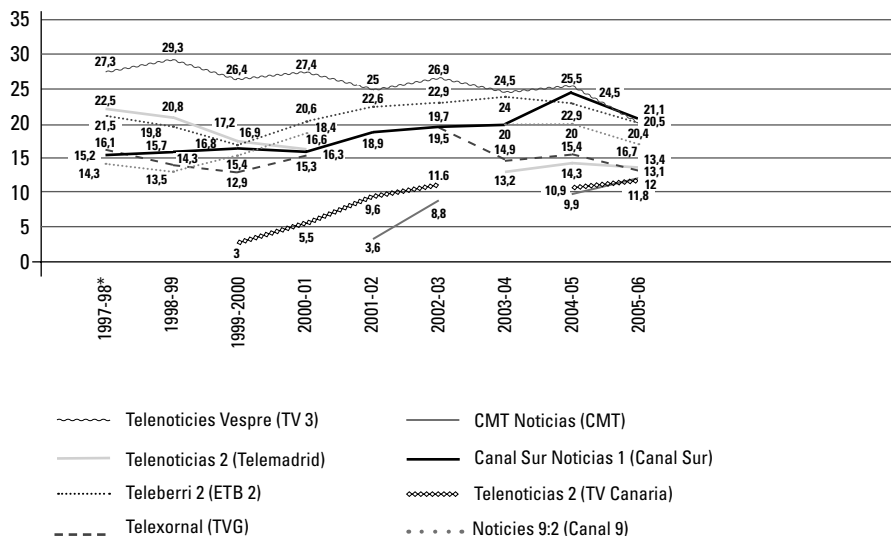
El horario de máxima audiencia es el escenario de una lucha cerrada por la audiencia. Las estadísticas nos devuelven una realidad en pleno proceso de transformación, procedente de un contexto marcado por la confianza en los noticiarios del primer canal de RTVE y que se dirige a un entorno en el que se abren nuevas alternativas para la audiencia. El cambio de rumbo experimentado a nivel político en 2004 se puede señalar como punto de inflexión. La audiencia del *Telediario 2* se desploma tras la cobertura del 11-M y Antena 3 quiebra un dominio histórico. Telecinco no consigue seguir el ritmo de las dos líderes y, más sorprendente, permanece a una notable distancia de sus resultados en la edición de sobremesa. La reciente llegada de Cuatro sólo se traduce en un ligero incremento respecto a los resultados de Canal +, mientras que *La 2 Noticias* sigue condenada a un público residual, pero fiel, como se observa en el Gráfico 6:

Gráfico 6
 Share (%) de los principales noticiarios de sobremesa diarios (de lunes a viernes)
 en cadenas generalistas de ámbito estatal (1993-2006)



En el escenario autonómico, las cadenas regionales no obtienen tan buenos resultados como al mediodía, pero mantienen sin problemas una posición cómoda y competitiva. Su público no suele faltar a su cita con la información, por lo que nos encontramos ante una audiencia bien fidelizada, como confirma el Gráfico 7:

Gráfico 7
 Share (%) de noticiarios en *prime time* (de lunes a viernes)
 en cadenas públicas de ámbito autonómico (1997-2006)



5. Conclusiones

La veloz transición desde un escenario con una voz única a un ecosistema con una gran cantidad de ofertas informativas no ha supuesto un incremento de la diversidad de los participantes. Las cadenas estatales y autonómicas en analógico emitían 19 noticiarios en 1988, 43 en 1998 y, en mayo de 2008, ofertan 88 noticiarios al día, procedentes de una treintena de emisores. Sin embargo, la tendencia a la homogeneización de formatos y contenidos se hace patente en unos noticiarios en los que la capacidad de “distinción” respecto a la competencia se juega en unos márgenes tan estrechos que, a menudo, resultan imperceptibles para los telespectadores. La dieta informativa de los españoles está compuesta principalmente por deportes, sociedad y política.

La batalla de los audímetros se libra un margen muy estrecho y provoca que las cadenas no sean proclives al riesgo y a la experimentación en sus noticiarios. Su estrategia se basa en ofrecer lo mismo, y en el mismo momento, que la competencia: todos conservan la estructura de bloques (*hard news*, *soft news*, y deportes). Además, aquellas propuestas que resultan exitosas provocan un efecto dominó. En general, la imitación prima sobre la innovación y este mimetismo cede poco espacio al público. El mercado televisivo español en la actualidad obedece a un juego de suma cero, en el que ya no se produce un incremento de la cantidad de espectadores ni del consumo, más bien al contrario. Ante esta tesitura, las cadenas se tornan cada vez más agresivas y el riesgo de huida hacia nuevas formas de consumo de medios de comunicación se cierne como un inquietante horizonte para los operadores tradicionales. Finalmente, la información de proximidad continúa arañando terreno a las cadenas generalistas. Así, los operadores autonómicos y, cada vez más, los de ámbito local consolidan una audiencia creciente. Este fenómeno se asienta principalmente sobre los noticiarios, reafirmando el valor de la proximidad como uno de los valores con mayor interés informativo. Cualquier lectura de un informativo televisivo emitido en España debe contemplar el eje territorial para comprender sus verdaderas dimensiones.

Bibliografía

- Bustamante, E. (2006) *La televisión pública en España*, Madrid, Gedisa.
- Baget, J. M. (1993) *Historia de la televisión en España, 1956-1975*, Barcelona: Feed-Back.
- Cebrián, M. (1998) *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Madrid: Síntesis.
- Esping-Andersen, G. (1993) *Los tres mundos del Estado del bienestar*, Valencia, Alfons el Magnànim.
- García Avilés, J. A. (2007) ‘Influencia de la digitalización en los canales todo noticias de las televisiones públicas: los casos de BBC News y de RAINews 24’ en Moreno, E. et al. (eds.) (2007) *Los desafíos de la televisión pública en Europa*, Pamplona: EUNSA, pp. 327-340.
- (1996) *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*, Pamplona: EUNSA.
- GECA (1998-2007) *Anuario de la Televisión*, Madrid: GECA.
- González, J. J. & Requena, M. (2006) *Tres décadas de cambio social en España*, Madrid: Alianza.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2004) *Comparing Media Systems. Three models of Media and Politics*, Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- Humanes, M. L. (2001) ‘El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión’, in ZER, *Revista de la Comunicación*, 11, pp. 119-142.

- Monclús, B. & Vicente, M. (2008, en prensa) 'Analizando noticiarios televisivos: revisión y propuesta metodológica', in *Actas del I Congreso de la Asociación Española de Investigación en Comunicación*, Santiago de Compostela: Facultade da Comunicación-Universidade de Santiago de Compostela & AEIC.
- Páez, M. (2006) 'La Televisión digital Terrestre. Una nueva oportunidad de negocio', in *GECA (2006) El anuario de la Televisión*, Madrid: GECA, pp. 180-205.
- Palacio, M. (2001) *Historia de la televisión en España*, Barcelona: Gedisa.
- Piedrahita, M. (1994) *El rapto de la televisión pública*, Madrid: Nóiesis.
- Prado, E. (2003) 'La espectacularización de la realidad', in *GECA, Anuario de la Televisión 2003*. Madrid: GECA, pp. 178-186.
- Sánchez, J. & Páez, M. (2007) 'La ampliación del mercado sitúa a España con el mayor número de operadores de Europa', in *GECA (2007) El anuario de la Televisión*, Madrid: GECA, pp. 12-25.
- Saperas, E. & Gifreu, J. (1995) 'El formato de la información en las televisiones europeas. Elementos comunes y peculiaridades significativas', in *Telos*, 42. www.campusred.net/telos/anteriores/num_042/opi_perspectivas4.html [V/2008].
- Tejedo, N. & Martínez, F. (2004) 'La fusión de las plataformas frena a la televisión no convencional', in *GECA (2004) El anuario de la Televisión*, Madrid: GECA, pp. 100-113.
- Vicente, M. (2007) 'El noticiario en la historia de la televisión del siglo XXI: ¿devaluación o vigencia de un elemento clave en la imagen de las cadenas?', in Moreno, E. et al. (eds.) (2007) *Los desafíos de la televisión pública en Europa*, Pamplona: EUNSA, pp. 341-350.
- (2005) *La información televisiva durante la crisis del Prestige: Análisis de contenido de los noticiarios de TVE1, TV3, Antena 3 y Telecinco*, Trabajo de Investigación, Bellaterra: Departament de Comunicació Audiovisual i de Publicitat, Universitat Autònoma de Barcelona.

A notícia de abertura do TJ ao longo de 50 anos (1959-2009)

Felisbela Lopes, Manuel Pinto, Madalena Oliveira, Helena Sousa*

Resumo

Se por noticiário televisivo entendermos um conjunto de peças organizadas de modo global, um alinhamento deverá sempre funcionar como um todo, apresentando uma evolução na continuidade. Se por alinhamento do telejornal concebermos a imagem de um *continuum* ao longo do qual as notícias passam de quentes a frias, de sérias a lúdicas, a primeira notícia, a de abertura, apresenta um particular interesse. Ela reflecte aquilo que de mais importante acontece no país e no mundo, integra-se num conjunto de que se espera uma certa coerência e assume-se como o mais significativo do noticiário: é a primeira. Neste artigo analisamos a abertura do *Telejornal* da RTP desde 1959 até 2009. Distinguimos nesse trabalho quatro períodos que nos parecem distintos na História da Televisão Portuguesa: 1) o Estado Novo; 2) o 25 de Abril; 3) os anos de democracia em regime de monopólio televisivo; e 4) o período pós-TV privadas. Através desta análise queremos conhecer aquilo que, em meio século, o mais antigo programa de informação considerou ser o mais relevante no país e no mundo e, através disso, perceber a evolução dos registos de noticiabilidade aí destacados, o que nos ajudará a compreender melhor a evolução do jornalismo televisivo.

Palavras-chave: Telejornal, RTP, notícia de abertura, serviço público de TV.

A análise da notícia de abertura do *Telejornal* entre 1959 e 2009 verifica-se no momento em que este programa assinala 50 anos de existência. Trata-se, pois, do formato mais antigo da televisão portuguesa. Ao reflectir aquilo que se considera serem os acontecimentos mais importantes de Portugal e do mundo, o TJ vai espelhando um certo modo de olhar a nossa sociedade e, simultaneamente, desenhando um determinado espaço

* Investigadores do Centro de Estudos Comunicação e Sociedade (felisbela@ics.uminho.pt; mpinto@ics.uminho.pt; madalena.oliveira@ics.uminho.pt; helena@ics.uminho.pt)

público. Por outro lado, vai absorvendo o modo de fazer jornalismo próprio de uma época e ditando diferentes contornos para o campo jornalístico que, nestes anos, foi adquirindo renovadas configurações, elas próprias marcadas pelas vicissitudes históricas: ditadura, revolução de Abril... Situado num lugar central da grelha televisiva (o horário nobre), este noticiário assume-se também como espaço estruturante da identidade de uma estação. Estudar hoje aquilo que foi o *Telejornal* da RTP nestes 50 anos é reflectir sobre a sociedade que fomos, o desenho do campo jornalístico que a TV ajudou a construir e a história da própria empresa de serviço público de televisão.

Apesar de contar já meio século, o TJ não tem sido muito estudado em Portugal, embora os ângulos de análise possíveis sejam múltiplos. Neste trabalho, detemo-nos na peça de abertura, aquela que lidera um alinhamento onde as notícias tendem a ser colocadas por ordem decrescente de importância. Este estudo permite-nos perceber aquilo que, ao longo de meio século, o jornalismo televisivo considerou ser o mais relevante no país e no mundo; conhecer a evolução dos registos de noticiabilidade ao longo desses anos e perceber algumas mudanças do jornalismo televisivo entre 1959 e 2009.

2. Caminhos de análise

O noticiário televisivo é, por certo, um tipo de programa que se presta a múltiplas abordagens de investigação, sobretudo se ao formato se alia meio século de história de informação audiovisual. Dos conteúdos à cenografia, o *Telejornal* da RTP é uma fonte inesgotável de análise jornalística. O olhar crítico aqui adoptado incide exclusivamente sobre a notícia de abertura. Estabelecemos, por conseguinte, objectivos mais específicos e operativos do que os de uma análise globalizante, movidos pelo intuito de examinar as opções jornalísticas no que à primeira notícia dos alinhamentos diz respeito. Deste modo, traçámos como propósitos os seguintes aspectos: 1) perceber a que tempo e grau de previsibilidade e, concomitantemente, a que tipo de agendamento correspondem as notícias de topo; 2) compreender os temas/áreas de actualidade que parecem justificar a abertura dos noticiários; 3) traçar a geografia da notícia de abertura.

Para responder a estes desafios, procurámos os materiais disponíveis em arquivo na RTP. Não existindo registo sistemático em imagem das emissões do *Telejornal* desde 1959, uma vez que o arquivo regular das emissões é uma prática com sensivelmente trinta anos, resignámo-nos ao único instrumento que, aparentemente, poderia garantir alguma comparabilidade entre os anos em estudo: o registo escrito dos alinhamentos noticiosos, de que constam essencialmente os textos-*pivot* lidos pelos apresentadores e a indicação da emissão de peças como unidades independentes. Disponibilizados em documentos PDF, estes registos obrigam ainda assim ao reconhecimento de algumas limitações. Trata-se de textos dactilografados, com marcas manuscritas, o que, em certo sentido, nos permite confiar que foram os documentos realmente utilizados pelos apresentadores do *Telejornal* durante as emissões¹.

¹ No entanto, é impossível dizer que estes documentos, mesmo com anotações, dão conta rigorosa das eventuais alterações de última hora que, pelo menos em anos mais recentes, as emissões do *Telejornal* possam ter sofrido. Por outro lado, há

Os documentos trabalhados representam uma fonte de análise extraordinária quer do ponto de vista formal quer do ponto de vista do conteúdo. Prestando-se a análises profundas dos recursos de linguagem e da evolução do estilo jornalístico, os textos-*pivot* foram, porém, analisados essencialmente no que concerne à primeira notícia. Muitos vectores ficam, pois, com este trabalho ainda por explorar.

Também do ponto de vista global, a leitura de que este artigo pretende dar conta não se circunscreve à totalidade das emissões do *Telejornal*. Na verdade, dada a incommensurável dimensão do material disponível, seria difícil um trabalho que tivesse por objecto o conjunto das emissões diárias deste programa. No sentido de tornar a análise exequível, foi por isso estabelecida uma amostra de seis semanas de cada ano, cuja selecção obedeceu aos seguintes critérios: 1) foram considerados apenas os dias úteis, porque em determinados momentos da história do programa as edições de fim-de-semana do *Telejornal* tiveram características particulares que o distinguiram das edições de semana, nomeadamente no aparente tempo de duração da emissão informativa; 2) para garantir a comparabilidade entre os anos, foram consideradas as mesmas duas semanas, a segunda e a terceira, nos mesmos três meses, Março, Agosto e Outubro, de todos os anos. A opção por estes meses não é aleatória, prendendo-se com a ideia de que, como as grelhas de programação, também os alinhamentos sofreriam alguma mutação ao longo do ano². É certo que esta opção oculta e inviabiliza a análise de outros aspectos eventualmente relevantes. No entanto, por razões metodológicas, entendeu-se que Março seria um mês mais ou menos padrão no conjunto do ano, Agosto um mês-tipo do período de férias, e Outubro o mês que acompanha não apenas o arranque de um novo ano de trabalho (nomeadamente novo ano lectivo, em particular a partir dos anos 1970, quando o fenómeno das férias de Verão se massifica), como também o mês de consolidação de novidades ao nível da programação. Em termos estatísticos, estas opções corresponderiam a um total de 1470 emissões³ analisadas (dez dias* três meses* 49 anos⁴). O número real de emissões analisadas deu origem, no entanto, a 1400 registos, correspondendo a diferença, com efeito, às lacunas identificadas no arquivo.

Em matéria de análise propriamente dita, os alinhamentos foram dissecados na perspectiva de uma análise de conteúdo que, para além de possibilitar a apreciação sistemática de informações contidas no texto (Quivy & Campenhoudt, 2003), tem por objectivo permitir também a inferência com base em indicadores de frequência (Bardin, 2004). Como é sabido, a análise de conteúdo obriga a um trabalho de classificação nem sempre fácil de objectivar e passível de ofuscar outros aspectos potencialmente interessantes. Contudo, revelou-se um método eficaz para a sistematização de alguns

dias em falta nos arquivos, não tendo sido possível confirmar se estas omissões correspondem efectivamente a dias em que o *Telejornal* não tenha sido emitido ou se simplesmente correspondem a perdas no repositório.

² Não podendo afirmar-se uma relação entre estas duas dimensões, a informativa e a da programação, entendemos que poderia verificar-se alguma contaminação do TJ por influência das novas grelhas.

³ Em alguns períodos da sua história, o *Telejornal* tinha mais do que uma edição por dia. Por outro lado, nem sempre a edição principal foi emitida às 20h00. Momentos houve em que esta edição ia para o ar às 19h30, tendo chegado também a ser transmitida às 21h00. Para efeitos deste trabalho, analisámos apenas uma edição diária.

⁴ O 50.º ano está em curso, no momento em que produzimos este texto, pelo que, por razões óbvias, não foi considerado na amostra. A esta contabilidade, porém, acrescem algumas edições de Outubro de 1959, também analisadas.

dados, cuja leitura confere uma imagem do que terá sido a abertura dos noticiários do principal canal de serviço público durante meio século. Ora, no âmbito desta análise, estabeleceu-se um conjunto de parâmetros de caracterização de que destacamos sobretudo os seguintes:

- a) **tipo de peça jornalística:** o primeiro elemento de classificação da notícia de abertura corresponde, pois, à tipologia de formas sob as quais a notícia pode ser apresentada, isto é, sob a forma de ‘pivot/slide/off isolado’; ‘pivot/slide/off em bloco temático’; ‘peça isolada’; ‘peça em bloco temático’, ‘rubrica’, ‘directo’, ‘entrevista’, ‘comentário’ e ‘editorial’;
- b) **temporalidade da notícia:** neste domínio, procura-se acima de tudo saber a que tempo se reporta a notícia emitida, isto é, se se trata de uma ‘Antecipação de acontecimentos’, se de ‘Notícias do Dia’, ou do ‘Dia Anterior’, da ‘Última Semana’, se de acontecimentos com ‘Mais de uma semana’ ou acontecimentos considerados ‘intemporais’ próprios dos retratos de situação;
- c) **previsibilidade:** concomitante do parâmetro anterior, neste procura-se compreender o grau de previsibilidade do acontecimento reportado, classificando-o em ‘Imprevisto’, ‘Previsto’, ‘Previsto com elementos imprevisos’ ou como dizendo respeito a ‘Ponto de Situação’;
- d) **agendamento:** também inseparável dos parâmetros anteriores é a questão do tipo de agendamento, a partir do qual se classificam as notícias anteriormente consideradas como previstas. Neste domínio, consideram-se várias categorias que vão desde as inaugurações e as visitas às greves e manifestações, passando naturalmente por conferências de imprensa e comunicados;
- e) **lugar:** tendo procurado o tempo da notícia, procura-se também identificar o lugar do acontecimento, distinguindo sobretudo duas grandes categorias – ‘Nacional’ e ‘Internacional’. Estas subcategorias foram operacionalizadas do seguinte modo: ‘Lisboa’, ‘Porto’, ‘ilhas’ e ‘resto do país’, no contexto nacional; por países, e consequentemente por continentes, no plano internacional;
- f) **tema:** finalmente, esta análise de conteúdo pretendeu também identificar a área temática das notícias em estudo. Considerando as áreas temáticas mais ou menos convencionais em matéria de informação – Política, Sociedade, Cultura, Economia e Desporto –, as categorias consideradas pretenderam dar conta de aspectos mais particulares dentro de cada um destes campos. Deste modo, as categorias temáticas foram decompostas em 75 subcategorias, cujas variáveis mais significativas serão reportadas no ponto relativo à leitura dos resultados.

Finalmente, reclama esta nota metodológica um esclarecimento acerca da periodização aqui adoptada na análise dos 50 anos de história do *Telejornal*. Na verdade, por razões que se prendem com aspectos de carácter político, mas também com aspectos conjunturais do campo mediático, a investigação realizada considerou fundamentalmente quatro períodos, nos quais se seccionam a leitura dos resultados e a interpretação de algumas tendências sinalizadas pelos dados.

O primeiro período diz respeito aos últimos quinze anos do regime de ditadura, de 1959 (primeiro ano de emissões regulares do *Telejornal*) até 1973. A vigência da Censura, o contexto de um regime ditatorial e a profusão da televisão pelos lares de uma sociedade cultural e economicamente diminuída são algumas das razões que tornam inescapável a circunscrição deste período em qualquer análise histórica da informação. O mesmo se poderia dizer para o período compreendido entre 1974 e 1976. Marcado pela Revolução do 25 de Abril e por uma profunda instabilidade política e social, apanágio de uma liberdade conquistada após quatro décadas de forte repressão, este período não seria apropriadamente considerado senão na perspectiva de um certo destaque. Trata-se, na verdade, de um período de transição que não corresponde ainda a uma transformação plena do panorama da informação televisiva, mas compreende um período híbrido, contaminado ainda pela linguagem própria de uma certa subserviência ao regime, característica do Estado Novo.

Efectivamente mais distinto é o período que compreende toda a década de 1980, estendendo-se desde 1977 a 1991. Fundamentalmente, este é o período que corresponde à consolidação do processo de democratização de Portugal, à entrada na então Comunidade Económica Europeia e à vigência de um regime de monopólio televisivo, assente nos dois canais de Serviço Público. A partir de 1992 e até à actualidade, a RTP passa a conviver com a televisão de iniciativa privada. É este o principal marco do início do quarto período considerado neste estudo, pois que se parte de algum modo do pressuposto segundo o qual os canais privados terão desafiado a lógica de produção de informação até então dominante.

É certo que outras delimitações temporais poderiam ter sido estabelecidas. Sobretudo mais próximo da actualidade, a rápida renovação tecnológica da televisão em geral e o modo como a RTP se prestou a acompanhar o processo de digitalização dos conteúdos, nomeadamente a pretexto da dinamização de outras plataformas como o portal e o RTP Mobile, exigiriam uma análise mais detalhada de diferentes etapas da história. Procurámos, no entanto, fazer um exame global, optando por isso por uma leitura analítica balizada por estes quatro marcos, apesar dos aspectos que esta opção possa eventualmente ofuscar.

3. Olhando para a abertura dos telejornais

3.1. De 1959 a 1973: “o poder em cena”

Um dispositivo e um ritual de legitimação do poder político: assim poderá ser visto o *Telejornal* entre 1959 e 1973. Será esse o modo tentador de interpretar o principal noticiário da RTP, quando nos deparamos com alinhamentos que mais parecem obedecer à lógica da comunicação institucional do que às orientações da informação jornalística. Mas também poderemos olhar para o TJ deste período como um ritual que reflectia um país vagaroso, submisso a hierarquias e pendurado em tradições. Dentro do ecrã de notícias ali estavam os apresentadores ora sentados, ora de pé conforme o respeito que a personalidade retratada exigia. Mais do que uma função informativa, o noticiário

assumia-se como uma cerimónia que mostrava, sobretudo, o poder em cena. As más notícias eram dadas quando já haviam decorrido alguns dias sobre o que se reportava ou quando a desordem estava normalizada. Um tempo de tranquilidade: assim era o TJ, que confundia “munícipes” com “paroquianos” (18 de Outubro de 1959), que arriscava preencher uma edição com a divulgação das listas da União Nacional às eleições nacionais (8 de Outubro de 1965), que tratava os governantes como “nossos ministros” (12 de Outubro de 1965), que promovia campanhas de apoio aos soldados enviados para as Colónias e que transmitia apelos de ajuda individual. Como este: “uma doente em estado grave necessita urgentemente de um medicamento chamado Torecan em supositórios. Repetimos Torecan em supositórios” (11 de Março de 1963). Neste período, a informação da RTP viveu sob a orientação dos serviços da censura e de propaganda do regime que mantinham uma relação próxima com a RTP, como bem documenta o trabalho sobre o *Telejornal* realizado por Francisco Rui Cádima (1996). A 7 de Março de 1962, dia de aniversário da RTP, integra-se no *Telejornal* a seguinte notícia:

Recebemos na nossa Redacção um telegrama do Director dos Serviços de Informação do SNI, Dr. Ramiro Valadão, felicitando-nos por aquilo a que chama a “magnífica actividade do *Telejornal*”. Os nossos agradecimentos.

Noticiava-se aquilo que era benéfico para o regime político, que nem necessitava de controlar muito o que a RTP fazia, pois, no interior da redacção da TV pública, havia homens da confiança do poder político que ocupavam aí cargos de chefia. Para além de seleccionarem o que deveria ser noticiado, algumas dessas pessoas manifestavam mesmo em antena a sua posição favorável ao poder vigente. Exemplos disso são os comentários feitos no *Telejornal* por Manuel Maria Múrias que, em finais de 1963, substituiu Manuel Figueira na direcção de informação da RTP.

Nesta fase, o alinhamento do TJ compõe-se de um conjunto de notícias que, na abertura, dá primazia ao poder político português e se orienta por uma ordem cronológica. Primeiro noticia-se a demissão do ministro, depois dá-se conta da tomada de posse do governante que lhe sucede; primeiro reporta-se um jantar oferecido na noite anterior a uma delegação de políticos estrangeiros, depois fala-se do que fizeram na tarde daquele dia. O “quem?” é uma pergunta central na confecção das notícias, na medida em que se evidencia um cuidado assinalável em retratar tudo o que envolve determinadas pessoas, a maior parte das quais oriundas do poder político. Em Agosto de 1965, a notícia da posse do Presidente da República constitui-se como abertura do TJ durante vários dias. Há numerosas réplicas deste prolongamento da noticiabilidade, sem haver motivos jornalísticos que o justifiquem. Na verdade, “o quê?” é uma questão que, nesta altura, não era muito valorizada. Não havia muito interesse em saber o que se fez em determinada viagem ou o que se resolveu em determinada reunião. Bastava noticiar o evento e descrever o ambiente. Por exemplo, noticia-se, a 19 de Outubro de 1959, a chegada a Lisboa do subsecretário da Educação, mas não se diz o que ele fez em Angola e Moçambique. Anuncia-se a agenda dos políticos ou faz-se uma espécie de acta dos factos que, muitas

vezes, ignora o essencial daquilo que se passou. Quase nunca conhecemos a essência das decisões do Conselho de Ministros ou das discussões da Assembleia Nacional, embora estes dois órgãos protagonizem frequentemente a abertura do principal noticiário da RTP. O que ficamos nós a saber deste *pivot* que foi lido no dia 16 de Março de 1960, sem qualquer imagem ou depoimento que ajudassem a compreender o que era dito...?

Na Assembleia Nacional continuou hoje a apreciação do projecto de alteração ao Regimento. Entrou-se na votação, após o debate na especialidade, e vários deputados manifestaram a sua discordância em relação a alguns artigos propostos, tendo apresentado emendas que foram apreciadas em seguida.

No período antes da “Ordem do dia”, o deputado Ferreira Barbosa tratou de assuntos ligados à última conferência de Imprensa do ministro da Economia, especialmente no que se refere à concentração industrial, afirmando ser do maior interesse para a Economia Nacional e para o desenvolvimento geral a concentração de empresas numa perfeita fusão de trabalhos especializados ou afins.

Não podemos também percorrer os alinhamentos do TJ à espera de um fio condutor entre as peças. Não há uma ligação lógica entre as notícias, e essa urdidura também seria difícil de construir face àquilo que poderia caber no noticiário da RTP. A 19 de Outubro de 1959 anuncia-se, para dali a dias, a inauguração da lavandaria do hospital da Santa Casa da Misericórdia de Sangalhos e essa referência é colada à notícia do 107.º aniversário da polícia italiana.

A abertura do *Telejornal* faz-se essencialmente com textos-*pivot*, muitas vezes ilustrados com fotografias, mapas ou algumas imagens em movimento. Não é comum encontrarmos uma peça noticiosa no topo do alinhamento. Da nossa amostra, e no período compreendido entre 1959 e 1973, as peças somam uma percentagem de 21,8%. As restantes notícias são dadas em texto-*pivot* (70,3%) e em forma de editorial (4,6%), de comentário (2,9%), de entrevista (0,2%) ou em rubricas⁵ (0,2%). Quando os factos se apresentam sob a forma de peça noticiosa, os temas são predominantemente de Estado ou de diplomacia. Os géneros mais opinativos (editorial e comentário) raramente são colocados no arranque no noticiário, mas, embora não tendo um lugar fixo no alinhamento, são bem visíveis no noticiário da RTP. No entanto, na era marcelista, o editorial ganha mais vitalidade, sendo mais vezes colocado a abrir o *Telejornal*. Em Outubro de 1969, essa opção faz-se com bastante frequência, tendo como tema de fundo a questão do Ultramar e a preservação das colónias portuguesas. A 8 de Outubro de 1969, o TJ abria assim:

Isto de se pretender discutir o que é, por definição, indiscutível revela falta de imaginação e ausência de maturidade de políticos cuja cartilha lírica não abunda de lucidez e coerência.

⁵ As rubricas, embora não raras na abertura, tinham alguma visibilidade no alinhamento no TJ, principalmente na parte final. “Letra de Imprensa”, “Jornal da Mulher”, “Natal dos soldados” são algumas das rubricas que integraram o noticiário da RTP entre 1959 e 1973.

Como se dizia num editorial que abria o *Telejornal* de 14 de Outubro de 1969, “a Pátria não se discute, defende-se”. As rubricas, embora com espaços generosos, não têm prioridade sobre as outras notícias, excepção feita à “Revista de Imprensa”. É igualmente raro abrir-se um noticiário com uma entrevista. Na nossa amostra isso aconteceu apenas uma vez: quando se deu a palavra ao presidente da RTP em dia de aniversário da empresa de serviço público (7 de Março de 1968).

Com uma frequência muito alta nos alinhamentos do período do Estado Novo, os textos-*pivot* ou os chamados “*offs*”⁶ não têm qualquer unidade de forma ou de conteúdo. De tamanho irregular, de tom diverso e de composição variável, este tipo de abertura surpreende-nos pela inconstância. Tanto pode apresentar-se em longo texto como numa espécie de agenda do poder político. Assim:

Com o senhor Presidente do Conselho trabalharam hoje os Ministros da Justiça e das Corporações. O Chefe do Governo recebeu o general Juarez Távora, ministro da Viação e Obras Públicas do Brasil, que veio a Lisboa assistir à inauguração da Ponte Salazar. (11 de Agosto de 1966)

À falta de imagens, o texto-*pivot* procura anunciar por palavras aquilo que actualmente uma peça de um minuto e meio mostra. Acrescente-se que, nos primeiros anos da televisão em Portugal, não havia um entendimento das imagens do ponto de vista da narração informativa. Daí que, por vezes, esse trabalho fosse delegado em pessoas exteriores à redacção. Por exemplo, na edição do dia 17 de Agosto de 1960, abre-se o noticiário, dizendo que o Presidente da República visitara no dia anterior o Campo de Instrução Militar de Santa Margarida e, a esse propósito, anuncia-se uma “reportagem filmada do acontecimento com imagens cedidas pelos Serviços cartográficos do Exército”. Se os meios tecnológicos disponíveis não permitiam grandes ousadias em termos de captação de imagem e montagem de peças, por outro lado, o poder da palavra do apresentador continuava a sobrepor-se à força que eventualmente a imagem poderia ter. Se assim não fosse, como explicar o comentário ou o editorial no topo dos alinhamentos do TJ ou os textos noticiosos de registo descritivo? Veja-se como se noticiou a 14 de Março de 1961 a visita do Presidente da República ao Asilo D. Pedro V:

O Chefe do Estado visitou, esta manhã, o Asilo D. Pedro V, onde era aguardado pelo Ministro da Saúde, Dr. Martins de Carvalho; subsecretário das Obras Públicas, Eng.º Saraiva e Sousa; e ainda pelo Conselho director do Asilo. Após os cumprimentos, as alunas, em número de 87, formando em círculo, entoaram o hino nacional, sob a direcção da sua professora de música.

Esta visita de Chefe do Estado teve um significado especial, porquanto o Presidente Américo Tomás já era subscritor do Asilo antes da sua entrada para o Governo da nação. O Sr. Presidente da República visitou várias salas do Asilo, estando patente, numa delas, diversos trabalhos efectuados pelas alunas, que fazem parte das encomendas aceites para a angariação de fundos.

⁶ Alargamos aqui este conceito tomando-o como equivalente a textos lidos por cima de fotografias ou pontualmente ilustrados com algumas imagens em movimento.

No final, o Chefe do Estado ofereceu bombons, para serem distribuídos pelas alunas. À saída do edifício, o Sr. Almirante Américo Tomás foi delirantemente aclamado pelas educandas daquela instituição.

Embora o texto-*pivot* não tenha uma extensão-padrão (podendo ser muito reduzido ou extenso), os responsáveis do TJ sentem, por vezes, necessidade de construir blocos temáticos que, nesse caso, mais não são do que colagens de textos que fazem somar diferentes ângulos do mesmo acontecimento e, com isso, conferem maior notoriedade ao acontecimento em destaque. O Estado é o tópico onde este tipo de organização de peças tem mais rentabilidade. A saúde de António Salazar em Outubro de 1968 foi um dos acontecimentos que mobilizaram muitíssimo a atenção dos jornalistas da RTP. Sem imagens, o TJ ia dando os relatos possíveis (e recomendáveis para controlar a opinião pública). No dia 18, o TJ abre com o boletim clínico, assinado por quatro médicos e lido pelo apresentador assim:

As melhoras verificadas ontem mantêm-se. Às 20 horas apresentava os seguintes valores: temperatura – 36 graus e 9 décimos; tensão máxima – 13, mínima – 9. Pulso – 82 pulsações por minuto. A respiração é assistida com intermitências mais prolongadas.

Seguem-se mais quatro textos-*pivot*: um texto (pormenorizado) que dá conta das pessoas que se deslocaram à Cruz Vermelha onde Salazar estava internado; um outro (de quatro linhas) que salienta a deslocação ao hospital do secretário de Estado da Informação para visitar o chefe do Governo; um outro (de duas páginas) que cita o editorial do *Chicago Tribune* exaltando a figura de Salazar; e ainda um outro que faz eco de dois telegramas que convidam o presidente do Conselho a visitar Moçambique.

Ao longo do Estado Novo, não se nota uma grande valorização do valor-notícia “actualidade” enquanto sinónimo de algo que acaba de acontecer. Poder-se-ia dizer que os valores globais da nossa amostra contrariam, à partida, esta afirmação, na medida em que um pouco mais de metade das peças analisadas reportam acontecimentos do dia. Mas acrescente-se que a maior parte desses acontecimentos era previsível, podendo estar agendada já há alguns dias. Exemplos: visitas (de políticos) a determinados lugares, aniversários (de figuras de Estado), deslocações (de governantes) às colónias... O noticiário estrangeiro, embora não muito expressivo em termos numéricos, tem outro entendimento do tempo da notícia, estabelecendo intervalos curtos entre o que acontece e a respectiva mediatização. Ao percorrer os alinhamentos do TJ, sobressaem dois modos de fazer jornalismo: um mais substantivo, mais sucinto e mais ágil a noticiar aquilo que acontece (o internacional) e outro mais adjectivo, mais prolixo e mais despreocupado com pressões do tempo (o nacional). Poder-se-ia dizer que a televisão pública estava ainda a adaptar-se a uma realidade nova: o jornalismo televisivo, que se debate com vários constrangimentos. Por exemplo, técnicos: se a abertura do ano lectivo da Universidade de Lisboa é notícia no próprio dia em que ocorre, a mesma cerimónia nas academias do Porto ou de Coimbra apenas tem essa possibilidade no dia seguinte, porque não há meios que encurtem distâncias. Por outro lado, há que sublinhar aqui o entendimento do tempo da notícia como algo bastante dilatado na linha temporal. De outra forma, dificilmente se compre-

enderia a inclusão de peças que narram factos que ocorreram “há dias” ou que omitem referências temporais, encarando-se o “quando?” como uma pergunta de valor menor. Este alargamento temporal daquilo que (ainda) pode ser notícia algum tempo depois da respectiva ocorrência tem implicações na (perda de) importância daquilo que é noticiado. Factos com mais de um dia perdem força no alinhamento, apesar de haver acontecimentos que, embora tardando a ser conhecidos, dificilmente poderiam ser atirados para lugares discretos de um noticiário. Como um acidente aéreo onde morreram mais de trinta pessoas. Na edição do dia 14 de Agosto de 1961, o TJ abriu com as comemorações do dia da Infantaria em Maфра, seguiu-se a inauguração de um bairro de pescadores na Póvoa de Varzim pelo ministro das corporações e, na última parte do noticiário, inserido na sexta posição de um bloco de notícias internacionais, aparece a seguinte notícia:

No passado dia 11 deu-se um grande desastre de aviação perto de Stavange, na Noruega. Um avião britânico embateu contra o pico de uma montanha e ficou completamente destruído. [pausa] No desastre morreram 34 estudantes, dois professores e os três tripulantes do avião.

O noticiário internacional tem menos relevância do que aquilo que acontece em território português: 73,8% das peças da nossa amostra referentes ao período 1959-1973 são nacionais e apenas 13,7% são internacionais (as restantes cruzam o nacional com o internacional). Os países mais visíveis são a França e os EUA, com nove e catorze peças, respectivamente. A lista de países que foram notícias é, na verdade, muito reduzida. As colónias, nomeadamente Angola e Moçambique, tiveram assinalável destaque, muitas vezes para se falar de um clima aprazível e calmo, mesmo no tempo da guerra colonial. Essa preocupação era tal que muitos dos textos apresentam um alto grau de rasuras, como se vê na edição do TJ de 20 de Outubro de 1961 (sexta-feira):

e insistentes
Apesar das maléficas ~~atua~~ções de Radio Moscovo *sobre pretensas* ~~seguranças~~
~~de ordem~~ *desordens* na Guiné Portuguesa, *tele-*
~~grafam-no de Bissau assegurando que~~
~~aquele~~ *aquele* Província portuguesa do Ultramar
está calma e não se registando o mais leve incidente, nem o mínimo
sintoma ou suspeita de inquietação.

No continente, a região mais destacada é Lisboa. Quando a referência é a capital, menciona-se determinada igreja ou centro cultural e pressupõe-se que todos saibam que estamos a falar da principal cidade do país. Os outros locais poucas vezes são notícia. A RTP destaca-os no Verão, quando fala das romarias ou quando o poder político se desloca à província. Aí não se poupam descrições. Por exemplo, a 13 de Agosto de 1962, diz-se que o Presidente da República se deslocou a Coimbra. Descrevem-se pormenorizadamente os sítios por onde Américo Thomaz passou, embora nada se diga do que falou. No dia seguinte, o TJ haverá de replicar a mesma abertura. O “onde”, o “quê” e o “quando?” eram irrelevantes face ao “quem?”.

3.2. De 1974 a 1976: a conquista da liberdade

O ano de 1974 não é apenas um marco histórico em termos políticos; é-o também para o jornalismo, que abandonará progressivamente o tom elogioso com que se reportava ao governo para adquirir um tom mais isento. Reflexo das mudanças em curso na sociedade, o próprio discurso jornalístico da televisão virá a dar conta de um país que se rebela contra o moralismo e o ‘agachamento’ relativamente às instâncias de poder, característicos do Estado Novo. Longe da estabilidade e de uma certa conformidade com a norma própria de um regime mais opressor que expansivo, o jornalismo sofrerá uma forte transfiguração, de que durante o período destes três anos vemos apenas alguns sinais. A partir desta altura, por exemplo, o Presidente da República deixa de ser referido como o “Senhor Presidente”, mantendo-se apenas, em algumas exceções, os títulos de “Dr.” e “Prof.”.

Nos momentos finais da ditadura, porém, a palavra de Marcello Caetano era ainda, como sugestivamente se afirmava na abertura da edição de 6 de Março de 1974, «escutada, em todo o país, com a atenção e o interesse que a sua condição de Chefe do Governo implica». Só talvez por esta razão seja compreensível que uma comunicação de Caetano à Assembleia Nacional tenha justificado a abertura do principal noticiário durante três dias consecutivos. Só talvez por esta razão também e pela circunstância de as matérias informativas serem ainda submetidas ao constrangedor processo de ‘Exame Prévio’ se compreenda o tom elogioso adoptado pelos jornalistas para se referirem a este discurso do sucessor de Salazar. Num parágrafo particularmente opinativo, dizia um dos locutores, nessa edição de Março, que

... para além de ter sido um exemplar político do ponto de vista da clareza e brilho da exposição, da lógica do raciocínio e da coerência doutrinária – a comunicação de Marcello Caetano teve o condão de desfazer quaisquer dúvidas e de afastar as inquietações e as incertezas que pairavam em muitos espíritos.

Peça exemplar de um certo comprometimento da informação com o regime autoritário, a abertura do *Telejornal* nesse dia consideraria ainda que

a lição de dignidade do presidente Marcello Caetano traduz uma nobreza de espírito, uma coragem moral e uma rectidão de carácter que o País não pode deixar de registar como um dos momentos mais altos da sua história política.

Ainda que não tenha sido sempre com este carácter laudatório que os assuntos de âmbito político foram tratados, eles correspondem a 89% das aberturas dos Telejornais, podendo dizer-se que os eventos políticos dominaram inteiramente o arranque do principal noticiário da televisão portuguesa entre 1974 e 1976. São muito residuais os valores registados para as outras categorias temáticas, que, por essa razão, não nos mereceriam especial referência não fosse uma das curiosidades de que também se faz a história do *Telejornal*. Em Agosto de 1974, no dia 14, o boletim informativo abria com uma notícia de Desporto. Em plena ‘Volta a Portugal’ em bicicleta, as primeiras palavras do

locutor terão sido: «Sob o signo da monotonia e lentidão correu-se, hoje, a 17.^a etapa da ‘Volta a Portugal’ em bicicleta». Numa formulação pouco condizente com a linguagem televisiva tal como a entendemos hoje, esta abertura ilustra também a resignação do *Telejornal* a notícias ‘mornas’ para o arranque do noticiário.

Observando mais particularmente que áreas da política justificariam a abertura do noticiário, registamos que a Política de Estado foi, na verdade, a categoria temática que mais sistematicamente deu o mote para a informação televisiva, tendo muito menor expressão os assuntos relativos aos Partidos Políticos ou mesmo as referências a questões militares e de segurança ou as de índole diplomática. Ainda que o período seja excessivamente curto para fazermos uma leitura longitudinal, há sinais de que os temas de política europeia serão também de menor relevância, tendo justificado apenas uma notícia de abertura em 92 registadas para estes três anos. Em todo o caso, considerando a excepcionalidade histórica dos anos examinados neste período, não serão, com efeito, de estranhar os resultados que dão conta de uma atenção particular sobre a política nacional.

Extraordinariamente considerados nesta amostra, os alinhamentos do *Telejornal* do final de Abril de 1974 são, talvez sem grande surpresa, pouco expressivos da dimensão da Revolução dos Cravos. Na noite de 24 de Abril de 1974, o *Telejornal* abria com a notícia da morte do Presidente da Áustria. Curiosamente, e talvez apenas por uma certa coincidência ocasional, numa noite que viria a ser singular na história política nacional, a notícia de abertura dava conta de uma informação internacional a que se seguiu outra relativamente à designação de um novo governo na Bélgica. Durante a madrugada, porém, entre as 3h00 e as 4h30 da manhã, a RTP seria tomada pelo Movimento das Forças Armadas. Às 18h40 do dia 25, a Televisão Pública emitiria o primeiro *Telejornal* livre, «difundindo um comunicado em que o MFA anuncia a rendição das forças fiéis ao Governo» (Reis, 1993: 17). Ao serão, a RTP apresentaria ainda a Junta de Salvação Nacional ao país. Na documentação consultada para esta investigação não há, porém, registo nem do *Telejornal* nem de qualquer outra informação difundida no dia 25. A edição das 19h30 do *Telejornal* do dia 26 pedia a atenção dos telespectadores para anunciar que, «segundo as últimas notícias chegadas ao comando do Movimento das Forças Armadas, a situação em todo o país está normalizada». Tomada de assalto, o que a Televisão emitia era menos trabalho jornalístico do que anúncios ou informações instrumentais dos militares. É esse pelo menos o tom que se lê nesta insistência: «Repetimos – a situação em todo o país está normalizada!». De algum modo surpreendente também a forma como, imediatamente antes da leitura de um comunicado da Junta de Salvação Nacional, se dizia ainda que «outras notícias que circulam podem e devem ser consideradas boatos. Todas as informações são emanadas pelos meios de comunicação social» (26 de Abril de 1974, edição das 19h30). Na edição do fim da noite, pelas 0h00, o alinhamento dava conta, em notas muito breves, das várias felicitações manifestadas por diferentes governos europeus à tomada de poder pelo MFA. Na mesma edição, a RTP agradecia as felicitações recebidas pelo «trabalho desenvolvido pelos funcionários da RTP»:

Embora o livre exercício da profissão seja, para nós, um desejo agora transformado em realidade – o que nos compensa largamente pelo esforço dispendido –, não queremos deixar de agradecer, em nome de todos os que trabalham nesta casa, essas provas de simpatia e compreensão.

Transmitir comunicados era, na verdade, uma vocação particular do *Telejornal* em meados da década de 1970. Mais apto a cobrir acontecimentos com um certo grau de previsibilidade (75% das notícias de abertura são neste período relativo a acontecimentos previstos e/ou previstos com elementos imprevistos), este serviço noticioso manteve, por conseguinte, uma forte dependência relativamente aos acontecimentos de agenda. Ainda que as razões deste facto reclamassem um estudo mais vasto sobre os critérios de noticiabilidade associados à primeira notícia do alinhamento, seria aceitável considerar que, tendo meios limitados para cobrir acontecimentos de última hora, a televisão teria dificuldade em reportar acontecimentos de algum modo inesperados. Decerto pela mesma razão são ainda irregulares as peças como unidades independentes, correspondendo à leitura dos textos-*pivot*, eventualmente sobrepostos a imagens cuja função era apenas a de ilustrar aquilo ou aqueles a que se referia o texto. Com efeito, foi assim que, no âmbito da amostra considerada, abriram 60% das emissões do *Telejornal*, ou seja, mais de metade das edições corresponde a notícias que não deram lugar a peças e, eventualmente, nem sequer à emissão de imagens.

Por outro lado, só 8% das notícias chamadas à abertura do *Telejornal* conseguiram, entre 1974 e 1976, antecipar o acontecimento, sendo que 69% das notícias diziam respeito a acontecimentos do dia. O facto de os acontecimentos do dia anterior e/ou da última semana perfazerem apenas uma quota de 13% das aberturas denota já uma evolução relativamente ao período anterior, marcado especialmente pela incapacidade de informar sobre a actualidade do próprio dia.

Relativamente ao tipo de acontecimento agendado que figura na abertura dos *Telejornais*, pode dizer-se que mais de metade dos acontecimentos com grau de previsibilidade reporta a reuniões (nomeadamente do Conselho de Ministros e da Assembleia), embora sejam também relevantes os registos de notícias originadas em conferências de imprensa e a pretexto de tomadas de posse ou nomeações. Em terceiro lugar nesta hierarquização do tipo de agendamento aparecem as visitas ou as chegadas de visitas oficiais.

No que concerne à localização dos acontecimentos, regista-se um predomínio esmagador da informação nacional, que representa 85% das notícias de abertura. No panorama nacional, Lisboa é, quiçá expectavelmente, o local onde têm origem mais notícias de abertura. Registe-se que, em associação com o tema das referidas notícias, se poderá perceber que a maioria dos acontecimentos tem, no entanto, impacto nacional. Trata-se, na verdade, de notícias referentes aos resultados das reuniões de Conselhos de Ministros, a tomadas de posse para cargos da nação ou à divulgação de comunicados. Por esta razão, apesar de o facto desencadeador da notícia ter epicentro em Lisboa, em mais de metade das notícias registadas, uma parte significativa pouco terá a ver com a vida urbana de Lisboa, mas antes com a circunstância de o poder central estar sediado na capital.

Apesar de não contemplar este trabalho um olhar específico sobre as fontes de informação, merece também este ponto uma anotação ao jeito de nota marginal. Na verdade, não são poucos os casos de notícias que não identificam a fonte originária da informação. Ainda que a questão da ausência de fontes ou a suposta dependência de fontes anónimas seja um problema transversal que se mantém até à actualidade, é meritória de registo a forma como a referência a essas supostas fontes é feita. Note-se, por exemplo, na expressão adoptada num texto-*pivot* de 16 Agosto de 1974 (edição das 21h30), a propósito das relações entre Portugal e Moçambique: «... fontes dignas de fé indicam que Mário Soares, Almeida Santos e o major Melo Antunes se deslocariam a Lusaka» (sublinhado nosso).

A questão da linguagem é, na verdade, um dos aspectos mais interessantes da análise destes materiais, sendo a conviência com um certo tom moralista uma das marcas predominantes. Veja-se, por exemplo, como se referiam os locutores, em Agosto de 1975, a propósito de manifestações e comícios ocorridos em Lisboa e em Cascais:

Em jeito de prólogo, apenas diremos, parafraseando a linguagem do povo, que as acções (aqui, nas palavras e nos sons) ficam com quem as pratica. E será o próprio povo a julgá-las – certo que a verdade virá sempre ao de cima.

Não ficamos, certamente, esclarecidos sobre os factos que esta afirmação encerra, mas seria impossível ignorar uma certa preocupação pela expressão de opiniões ‘moralizadoras’. Esta é uma tendência, porém, que viria a esbater-se nos anos seguintes.

3.3. De 1977 a 1991: o caminho da democracia

Os anos que se seguem à Revolução dos Cravos são de franca instabilidade política, sucedendo-se governos de curta duração, o que agitou e dinamizou enormemente a política nacional e, por conseguinte, a actividade dos *media*. O grande volume de informação é, aliás, também o sentimento de uma época em que os editores se permitem abrir o *Telejornal* dizendo, como neste exemplo: «Boa noite, sexta-feira 16 de Março *um dia particularmente cheio de acontecimentos noticiosos*» (edição de 16 de Março de 1989, sublinhado nosso). A década de 1980 tem, por outro lado, a particularidade de consolidar um interesse pela resposta à pergunta “o quê?”, o que reflectirá não apenas as mudanças desencadeadas no jornalismo televisivo, mas certamente no jornalismo em geral. Na verdade, se nos períodos anteriores a visita de um ministro estrangeiro a Portugal era notícia independentemente dos motivos que o traziam ao nosso país e, em muitos casos, sem chegarmos a saber verdadeiramente o que fez ou disse durante a sua estadia, nos anos 1980, a visita enquanto tal esvazia-se de impacto noticioso, sendo, por outro prisma, pretexto para divulgação de informações, por exemplo, de natureza diplomática. É disso indicador este exemplo de 1981:

A França não põe em causa a presença dos emigrantes portugueses. Quem o disse foi o ministro francês do trabalho Jean Matteoli, que hoje terminou uma visita a Portugal. (edição de 13 de Março de 1981)

Menos a pretexto de visitas do que antes, é certo, a Política continua, no entanto, a dominar as notícias de abertura, embora em menor percentagem do que no período anterior. Se entre 1974 e 1976, as notícias referentes a este âmbito correspondiam a 85% das aberturas do *Telejornal*, de 1977 a 1991 esta parcela desce para os 67%, o que significa uma considerável dispersão dos motivos de abertura por outras secções como Sociedade e Economia, que no conjunto representam quase um terço dos topos dos alinhamentos. Embora se mantenha um predomínio das notícias sobre Política de Estado, é também notória a progressiva ascensão das notícias sobre questões europeias para o topo da actualidade. Por outro lado, no que a matérias de Sociedade diz respeito, ganham expressão maior as notícias sobre Justiça e sobre acidentes e desastres. No que concerne ao campo económico, estão no topo dos alinhamentos também notícias sobre a situação económica em geral e questões de divisas em particular, bem como sobre questões laborais e sindicais (nomeadamente a pretexto de greves e manifestações).

Se é verdade que a linguagem não perde imediatamente os sinais de um certo comprometimento opinativo, pois que em Outubro de 1977, no dia 13, os locutores anunciam na abertura uma «visita oficial e amistosa» do Presidente da Jugoslávia a Portugal, é-o também que se nota uma progressiva transformação até um registo mais isento, que dispensa adjectivos. Diferenças profundas são, na verdade, notadas mesmo antes da abertura dos canais privados. A linguagem torna-se gradualmente mais directa, eventualmente mais aproximada da rádio do que da imprensa. É ainda assim marcada pontualmente por expressões que causam a uma leitura actual alguma estranheza. Em Outubro de 1985, a propósito da abertura do novo ano escolar e das dificuldades vividas por algumas escolas em particular, nomeadamente uma «situada numa dependência do Palácio da Ajuda», referem-se os problemas com os ordenados dos professores que colocam em causa o futuro dos alunos, diz-se durante o longo texto-*pivot* desta abertura:

... é uma pena – até porque esta escola da Ajuda tem características únicas... é o género de projecto imaginativo que poderia mudar tanta coisa que precisa de ser mudada aqui... (edição de 14 de Outubro de 1985).

Ainda que esta seja uma formulação algo surpreendente, a verdade também é que aumenta neste período a capacidade de o noticiário acompanhar acontecimentos imprevistos. O valor das notícias de acontecimentos previstos, de agenda, portanto, é ainda elevado, mas decresce cerca de 10% em valor dos acontecimentos imprevistos.

Em matéria de agendamento, mantém-se especialmente elevado o número de notícias que têm origem em reuniões, audiências, encontros e cimeiras. A sucessão de crises políticas desencadeadas pela demissão e substituição dos diversos governos constitucionais que se formam nesta altura multiplicam a visibilidade de reuniões entre partidos políticos e entre elementos do Poder Central. Pela mesma razão se justificará o interesse em conferências de imprensa. Por outro lado, têm também grande expressão as notícias de encontros entre políticos nacionais e representantes de outros países de que decorrem, por norma, negociações diplomáticas. Em Outubro de 1977, a visita do Presidente da Jugoslávia a Portugal justificaria a abertura do *Telejornal* durante quatro

dias consecutivos na mesma semana. Como a análise dos temas já tinha evidenciado, são significativas as greves e manifestações registadas neste período, nomeadamente da Função Pública, dos trabalhadores dos transportes e dos CTT. Mas não são apenas as greves nacionais que justificam as aberturas. Greves na Polónia e em Itália são noticiadas em 1980.

Se entre 1977 e 1991 aumenta a dispersão pelos temas das notícias, crescendo o número de aberturas motivadas por questões sociais e económicas, também aumenta similarmente a informação de carácter internacional. Durante a década de 1980, o Internacional conquista um terço das aberturas do *Telejornal*. É sobretudo a Europa que aparece no topo dos alinhamentos, mas África continua a ser o segundo continente mais visível. Já não são, porém, as ex-colónias portuguesas os motivos por que as questões africanas são chamadas ao topo da actualidade. Na verdade, se continuamos a registar um interesse sobretudo por Angola e Moçambique, e residualmente por S. Tomé e Príncipe, é da África do Sul e do Egipto que chegam as informações conduzidas à abertura dos Telejornais. No contexto nacional, Lisboa continua a ser o centro de maior difusão de informações, mas há um progressivo deslocamento para notícias assumidamente de interesse global nacional. E se acrescentarmos a esta impressão o facto de serem igualmente elevados os registos em que não é indicada a localização, teremos neste domínio uma certa desvalorização da capital. Com efeito, os textos-*pivot* nem sempre identificam o local gerador do acontecimento, por duas razões sobre as quais a partir do material analisado apenas podemos especular: 1) por um lado, porque o tipo de acontecimentos reportados é por si suficiente para indiciar o interesse nacional das notícias; 2) por outro, tendo em conta que o número de peças informativas como unidades independentes é cada vez maior, o jornalista apresentador sentir-se-á dispensado de prestar todas as coordenadas de situação do acontecimento, remetendo esses esclarecimentos para o interior das peças. Em matéria de localização, registre-se finalmente o lugar residual do Porto e do Resto do País no topo da actualidade.

Pode dizer-se que a análise do tempo, tal como a do lugar da notícia, não registam diferenças significativas relativamente ao período anterior. Ora, apesar das expectativas com que partimos para esta investigação, não aumenta a proporção de notícias de antecipação de acontecimentos. Em todo o caso, diminuem os registos do dia anterior, sendo praticamente dois terços da informação relativa ao próprio dia.

No que diz respeito à tipologia das peças de abertura, pode dizer-se que se consolida a utilização de peças como unidades independentes do texto-*pivot*. A este nível, 88% da informação analisada corresponde ao lançamento para peças maioritariamente isoladas. Por outras palavras, à medida que avançamos na década de 1980, as notícias lidas apenas em *off* pelos apresentadores do *Telejornal* tornam-se cada vez mais escassas, dizendo, na maior parte dos casos, respeito a informações cujos desenvolvimentos se remetem para mais tarde. O directo é ainda escasso, tendo-se justificado apenas em catorze das 393 notícias examinadas neste período e em todos os casos apenas para informações de âmbito nacional. Finalmente uma nota para a proporção de peças que abrem o *Telejornal* compondo blocos temáticos. Esta é uma tendência visivelmente crescente.

3.4. De 1991 a 2009: a urgência de noticiar a última coisa que acontece

A velocidade é um dos principais traços distintivos do *Telejornal* entre 1992 e 2009. Porque à mesma hora há dois produtos concorrentes nos canais privados. Porque os meios tecnológicos permitem cruzar lugares longínquos e encurtar intervalos de tempo entre o acontecimento e a respectiva mediatização. Porque as fontes de informação, que podem e costumam ser notícia, estão profissionalizadas nos ritmos cronometrados do trabalho jornalístico. Porque a redacção da RTP soma mais de três décadas de experiência e, nesse tempo, foi adquirindo uma centralidade informativa, acentuada pelo surgimento da TV privada. O TJ apresenta-se assim como uma espécie de mapa que absorve e reconfigura determinada realidade: aquela que entra numa estrutura circular de informação que se estende aos outros canais televisivos, aos jornais, às rádios e, mais recentemente, ao universo *on line*.

Por vezes, essa reconfiguração desenvolve-se em (fugazes) ondas noticiosas que desaparecem sem haver obrigatoriamente um desfecho daquilo que é retratado, potenciando-se aí coberturas mediáticas favoráveis à criação de pseudo-acontecimentos ou até a rumores, como sublinha Peter Vasterman (2005) num artigo académico sobre este assunto.

Em termos formais, o alinhamento do TJ tende a abrir com notícias integradas num bloco temático. Porque o assunto é complexo e exige outros enquadramentos. Porque o tempo de uma peça se tornou demasiado curto para reportar um acontecimento. Porque se multiplicaram as possibilidades de reportar: infografias, ligações em directo...

Quanto ao tempo do acontecimento que se torna notícia, mais de 90% das peças relatam assuntos do dia. É irrisória a percentagem de peças que fazem eco de acontecimentos do dia anterior, mas também não há uma tendência para antecipar factos. O intervalo de tempo entre o acontecimento e a respectiva difusão é, a partir dos anos 90, cada vez mais curto. O exemplo de 12 de Agosto de 1993 não é de todo excepcional:

O Tribunal Constitucional deu razão às dúvidas colocadas pelo presidente a três das mais importantes leis recentemente elaboradas pelo Governo. A lei anti-corrupção, segredo de Estado e estatuto dos magistrados não respeitam a cem por cento as regras constitucionais. Por isso foram chumbadas pelo tribunal. Uma decisão divulgada há cerca de meia hora.

O noticiário das 20h00 do canal generalista de serviço público conta o que aconteceu no dia e, na abertura, esse relato reflecte, sobretudo, factos imprevisíveis (44,6%). Quando os acontecimentos que se colocam no topo do alinhamento são agendados de véspera, procuram-se ângulos inesperados. Veja-se esta abertura de 17 de Março de 1992:

Boa noite. A discordância é total entre Portugal e a Austrália quanto ao estatuto político de Timor-Leste. Se dúvidas havia, elas foram desfeitas hoje pelo ministro dos Negócios Estrangeiros australiano. Gareth Evans afirmou que a situação de Timor é irreversível e que para o seu governo o território é, de facto, a vigésima sétima província da Indonésia. Foram declarações do ministro australiano feitas em Lisboa durante uma conferência de imprensa com o seu homólogo português. Gareth Evans foi mais longe ao criticar duramente a pre-

sença colonial portuguesa em Timor-Leste. O ministro disse que Portugal abandonou Timor, deixando-o sem nada... sem escolas... sem outro tipo de estruturas. João de Deus Pinheiro reagiu e respondeu à letra dizendo como é possível uma experiência tão horrível ter deixado sentimentos de respeito dos timorenses para com Portugal. A nossa reportagem regista alguns momentos deste diálogo acalorado.

A mesma tendência é notada no agendamento noticioso. A este nível, as reuniões/cimeiras/encontros, as apresentações de planos/programas políticos e os jogos/provas desportivas são, por esta ordem, os acontecimentos com maior número de aberturas neste período. No entanto, isso não implica uma transposição directa para o topo do alinhamento daquilo que motivou a cobertura televisiva. Muitas vezes, o jornalista vai a um evento, mas a notícia constrói-se por outro ângulo. O exemplo da edição de 18 de Março de 2005 é ilustrativo de uma prática corrente:

Boa noite. José Sócrates diz que o Programa de Governo nada prevê quanto ao aumento de impostos. O primeiro-ministro explica que mantém a linha definida no programa eleitoral do PS:

Fazer crescer a economia através da redução da despesa pública e do combate à fraude e evasão fiscal.

[*Início da peça:*] pela primeira vez, desde a tomada de posse José Sócrates pronunciou-se sobre a actualidade política. O programa de governo foi entregue ontem na Assembleia da República, a Oposição diz que o documento deixa em aberto a possibilidade de aumentar os impostos.

... [VIVO] ...

Uma linha da qual o primeiro-ministro promete não sair. Sócrates reitera que nada fará para o agravamento das contas públicas, o compromisso é o do crescimento económico.

... [VIVO] ...

Esclarecimentos de Sócrates, ao participar num congresso dos jovens socialistas europeus. Mais uma oportunidade para o líder socialista apelar ao Sim à Constituição Europeia.

A política de Estado continua a ser o tema com mais visibilidade nas aberturas dos alinhamentos do TJ (25,6%). Esta foi, aliás, uma constatação dos estudos que Felisbela Lopes (1999) e Nuno Brandão (2002) desenvolveram em torno do *Telejornal*. No entanto, ressaltam-se outras áreas que, em períodos anteriores, não reuniam grande expressividade. Como os acidentes/desastres, que, na nossa amostra, se situam em segundo lugar. Devemos aqui acrescentar que esses números se devem, em grande parte, ao trágico acidente da queda do tabuleiro da ponte de Entre-os-Rios que, em Março de 2001, vitimou várias pessoas que ali passavam de autocarro e de carro e que suscitou uma grande atenção dos jornalistas. Mas também poderemos acrescentar que, nessa altura, os três canais generalistas e o canal de cabo SIC Notícias criaram uma noticiabilidade que se auto-alimentava de meta-acontecimentos, ou seja, de factos criados pelo discurso mediático. Estas ondas noticiosas são, aliás, um traço distintivo deste período. Ao percorrer os alinhamentos pós-privadas, encontramos vários acontecimentos que emergem no topo do noticiário e que se mantêm aí nos dias seguintes,

muitas vezes motivados pelo destaque que lhes foi dado no dia anterior. Veja-se o chamado “Caso Marcelo”, que ganhou esse estatuto não apenas pela polémica que rodeou o afastamento de Marcelo Rebelo de Sousa dos comentários que fazia no noticiário de domingo da TVI, mas também porque os jornalistas foram multiplicando os depoimentos que iram sendo feitos sobre o assunto. A 6 de Outubro de 2004, o TJ abria assim:

Marcelo Rebelo de Sousa deixou de fazer comentários na TVI. O político anunciou esta tarde que já não é comentador da estação de televisão. O anúncio surgiu depois de o Governo o ter acusado de dizer inverdades nos seus comentários semanais e de alimentar ódios contra o Primeiro-Ministro.

Nos dois dias seguintes, o mesmo tema continuava na abertura do noticiário das 20h00 da RTP. Em tempo de Verão, os incêndios e os casos de polícia, que adquirem neste período grande visibilidade, são os tópicos que mais ondas noticiosas criam. No entanto, estes temas e outros, que em tempo anterior não eram muito valorizados, continuam em destaque para lá do tempo estival. Como os julgamentos, muitos dos quais convertidos em espectáculos mediáticos. Como o do Padre Frederico, cuja sentença foi noticiada assim a 10 de Março de 1993:

O padre Frederico foi condenado a treze anos de prisão. O tribunal do Funchal considerou-o culpado dos crimes de homicídio e homossexualidade com o menor Luís Miguel Correia. Termina assim um julgamento que apaixonou o país e cuja sentença, há pouco mais de uma hora, foi transmitida em directo para todo o país através da TV2.

O discurso televisivo tem um papel importantíssimo na reconfiguração deste *factum* num acontecimento de relevância pública com grande visibilidade. Essa interferência é inevitável, mas por vezes o jornalista vai ao ponto de assumir um estatuto participativo nos factos. E, por causa disso, o seu trabalho ganha mais valor noticioso. Como aconteceu na edição de 14 de Outubro de 1999, quando se noticia em abertura um caso que a equipa da RTP descobriu, na Póvoa de Lanhoso, em que crianças fugiram da instituição “Casa do Miradouro”, por não quererem ser separadas, após o encerramento da instituição pela Segurança Social.

Quanto ao lugar dos acontecimentos colocados no topo dos alinhamentos, a zona da Grande Lisboa continua a reunir quase metade das aberturas do TJ (42,6%). O restante continente permanece silencioso e as ilhas constituem manchas praticamente invisíveis. São notícia de abertura essencialmente em caso de acontecimentos de ruptura ou quando o poder político dominante faz os seus périplos pelo chamado “país real”, que continua a experimentar grandes dificuldades em conquistar valores-notícia como os da actualidade, importância, interesse público. Em tempo de Verão e seguindo ondas noticiosas que podem oscilar entre incêndios, assaltos ou crimes, o também designado “resto do país” torna-se mais notícia. Assim:

Boa tarde. As chamadas estiveram incontroláveis durante toda a tarde na Sertã. Os meios aéreos tentaram controlar uma frente de fogo que surgiu ao início da tarde, mas até agora sem sucesso. (6 de Agosto de 2003)

O Internacional não tem grande relevância nas aberturas do TJ. No entanto, nota-se um alargamento do número de países que ocupam o topo dos alinhamentos: 32 países identificados na nossa amostra. Espanha, Estados Unidos, Alemanha e Angola são os lugares com maior número de peças que abrem o noticiário da RTP: 15, 14, 11 e 10 respectivamente. As delegações/correspondentes sediados nestes locais e a proximidades geográfica/linguística serão factores que nos ajudam a perceber estes dados quantitativos, embora a relevância dos acontecimentos seja também um elemento decisivo nesta contabilidade.

No que diz respeito à linguagem, há uma tendência para encurtar os textos-*pivot* e o tamanho das respectivas frases. Regista-se também um aumento significativo de *offs* (peças lidas pelo *pivot*). À imagem, o TJ junta cada vez mais elementos infográficos. A primeira notícia da edição de 15 de Outubro de 2008 é um exemplo disso:

Boa noite. O pânico voltou aos mercados. Depois de dois dias de euforia, as bolsas registaram hoje um novo *crash* em todo o mundo

[MPB1 (Moving Picture Box)]: A Bolsa de Lisboa encerrou em terreno negativo. O PSI 20 fechou a cair 3,6%, com a quase totalidade dos títulos no vermelho. Mesmo assim foi a que registou menores perdas na Europa.

[MPB2]: O título que mais desvalorizou foi a Galp Energia, que perdeu quase 10%. O restante sector energético também registou uma queda acentuada. A EDP perdeu quase 5% e a EDP Renováveis caiu 3,47%. No sector da banca, o BCP foi o que mais desvalorizou, ao perder 2,67%.

[MPB3]: O receio voltou aos mercados europeus apesar do optimismo que marcou as duas sessões anteriores. Londres mergulhou num *crash* que ultrapassou os 7%. Seguiram-se as bolsas de Paris e Frankfurt, a perder mais de 6%. Madrid também encerrou no vermelho, a desvalorizar mais de 5%. Nos Estados Unidos a situação não era melhor com o Dow Jones e o Nasdaq a perderem quase 5% a menos de uma hora do fecho.

[VIVO]

[Início da peça]

4. A notícia de abertura do TJ em perspectiva ao longo de meio século

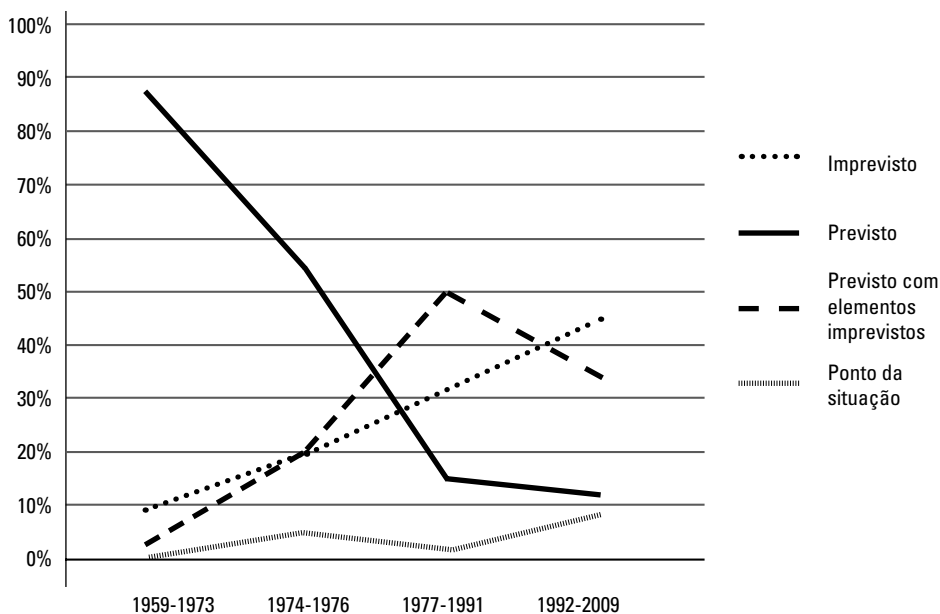
Nestes 50 anos de emissões, a composição do alinhamento do *Telejornal* alterou-se significativamente. Nos primeiros tempos, a notícia de abertura fazia-se sob a forma de *off* (texto lido pelo *pivot*, sendo predominantemente ilustrado com fotografias e imagens fixas). No período de monopólio em regime democrático, regista-se um aumento progressivo das peças isoladas e, em fase pós-privadas, há um predomínio de peças em bloco temático. O directo é mais visível numa fase mais recente, embora não reúna um número significativo de aberturas.

No que diz respeito ao lugar dos acontecimentos noticiados, as diferenças são pouco significativas ao nível da distribuição entre Nacional e Internacional. As peças nacio-

nais correspondem sempre a cerca de três quartos das aberturas que compõem a nossa análise. Em termos numéricos, também não se notam grandes discrepâncias no que diz respeito ao tempo da notícia. Entre 1959 e 2009, os acontecimentos do dia marcam a maior parte do topo dos alinhamentos do TJ, mas o grau de (im)previsibilidade das peças emitidas alterou-se significativamente, como se comprova no Gráfico 1. Essa evolução tem naturalmente implicações no modo como o noticiário da RTP ia lidando com o presente.

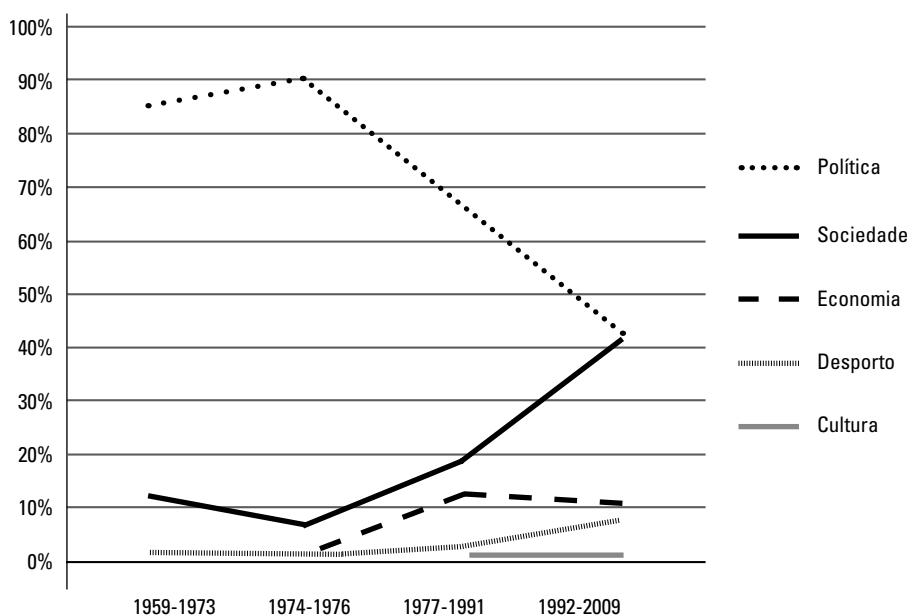
Nos anos 60 e 70, as peças de abertura do TJ relatam cronologicamente os factos como se de um livro de actas se tratasse, anunciando os acontecimentos previstos numa lógica de agenda. O tempo é um valor-notícia menor. Depois da revolução de Abril e até ao início dos anos 90, os alinhamentos ganham velocidade. Os acontecimentos continuam a reflectir a actualidade do dia, mas encurtam o intervalo entre o tempo do acontecimento e o tempo da notícia. Percebe-se que a redacção da RTP sabe que o mundo corre depressa, embora o TJ nem sempre consiga acompanhar o ritmo vertiginoso daquilo que é imprevisível. No dealbar do século XXI, há uma tendência para noticiar acontecimentos ainda em desenvolvimento. A RTP percebe que o mundo corre a grande velocidade e o TJ parece andar ainda mais rápido. O tempo é um valor-notícia que remete para o que está/vai acontecer.

Gráfico 1
Grau de (im)previsibilidade dos acontecimentos em notícia entre 1959 e 2009
(valores percentuais)



Quanto aos temas que abriram o *Telejornal* ao longo destes 50 anos, nota-se um predomínio dos assuntos políticos, embora essa hegemonia tenha vindo a perder espaço. Durante o Estado Novo, mais de 80 por cento das edições estudadas abriram com peças políticas, um valor que cai para metade meio século depois. A partir do 25 de Abril, cresce o número de peças de temática social que, nos anos mais recentes, quase coincide com as notícias do campo político. Refira-se igualmente a visibilidade conquistada pelos temas económicos a partir da segunda metade dos anos 70 e, nos últimos anos, o tímido crescimento dos tópicos culturais ou desportivos (aqui com o predomínio do futebol) na abertura do TJ.

Gráfico 2
Categorias temáticas da notícia de abertura do *Telejornal* entre 1959 e 2009
(valores percentuais)



5. Notas conclusivas

Em que medida uma única notícia nos pode servir de indicador sobre as tendências de um serviço noticioso e ser tomada como significativa no contexto de um alinhamento? Esse é o desafio subjacente ao trabalho de que este texto dá conta. Apesar dos limites, há bons motivos para pensar que, a exemplo do principal título de primeira página de um jornal, a peça de abertura do *Telejornal* significa qualquer coisa. Isto é: foi colocada a abrir por algum motivo de importância atribuída. Nessa medida, pode ser tomada como indicador, sintoma e revelador, quer de um ponto de vista conjuntural quer diacrónico.

Observamos, em primeiro lugar, aquilo que poderia ser designado como o culto das personalidades que, de alguma forma, se associavam ao poder, no regime a um

tempo autoritário e paternalista (Williams, 1978: 125-126), deposto pelo movimento dos capitães, em Abril de 1974. Secundarizando os motivos e as circunstâncias espaço-temporais dos acontecimentos, os holofotes projectam-se sobre as individualidades, escamoteando os assuntos. Como que a dizer-nos (a televisão oficial) que quem decide lá sabe o que faz. A nós, gente comum, bastar-nos-ia saber não o que eles fazem e o que acham as pessoas do que eles fazem, mas que eles lá estão, viajando, inaugurando, recebendo, discursando... funcionando, para nosso bem. A instituição da censura lá estava para prevenir qualquer veleidade ou desatenção. O problema da relação com o tempo da notícia, isto é, com o moderno conceito de actualidade jornalística, sendo também um problema técnico, era certamente mais do que isso, na década de 60: noticiar algo acontecido três ou quatro dias antes exprimia simultaneamente uma vivência de um tempo mais lento, mais “rural”, poderíamos dizer, e também uma relação cautelosa e controlada na aproximação a (e gestão de) esse mesmo tempo. Nos primeiros anos do *Telejornal*, era mais rápido pegar nas imagens e textos das agências internacionais e apresentar notícias enxutas, ainda que não anódinas, relativas ao que se passava além-fronteiras do que cobrir um acontecimento em Coimbra ou na Guarda, transportar as imagens para Lisboa ou para o Porto, editá-las e dar a notícia no mesmo dia. Mas esses constrangimentos operavam de modo funcional ao ritmo e à lógica oficiais.

Note-se que o *Telejornal* assume, como bem demonstrou Francisco Rui Cádima (1996), uma faceta e um papel paternalistas, se entendermos este conceito, na esteira de Raymond Williams, como expressão de um sistema autoritário com ‘valores’ e ‘objectivos’ que estão para lá da manutenção do poder: afirmam “o dever de protecção e de orientação” que implica controlo (Williams, *ibid.*). Ora, se toda a representação jornalística constitui por si mesma uma forma de escolher e enfatizar certos aspectos da realidade social em detrimento de outros, em contextos como aquele que Portugal viveu até 1974, isso adquire contornos e alcance mais vastos e profundos, dado que as matérias sobre as quais só o silêncio se admitia eram muitíssimo mais vastas.

Há, assim, que chamar a atenção para o que significa a revolução dos cravos, neste contexto. A liberdade de expressão que conflitualmente se vai conquistando é não apenas a possibilidade de falar, escrever e mostrar o lado silenciado da política, mas descobrir e surpreender-se com facetas de um país que haviam sido sistematicamente arredadas da visibilidade pública. O que ocorre a partir de então – e que é, a bem dizer, uma tarefa não terminada e, em rigor, interminável – é o processo de construção do profissionalismo jornalístico. Cobrir os assuntos não porque é A ou B o protagonista, mas porque é de interesse público o que está em jogo; tratar matérias que passam pelas instâncias do poder, mas que não hesitam em trazer à luz do dia o que de menos digno se acoberta sob a sua órbita. Atenção a novos assuntos e a novos grupos sociais; enriquecimento dos critérios de selecção e de hierarquização; assunção da função de escrutínio do(s) poder(es); uma linguagem mais directa, ágil e incisiva; ensaios de novos formatos e de um progressivo recurso ao directo – tudo isso faz parte dessa aprendizagem e desse capital de experiência que, não sem contradições e conflitos, se vai impondo, em especial com a entrada em cena dos serviços noticiosos dos canais privados de televisão. Neste enquadramento, a notícia de abertura vai ganhando em riqueza formal e em velo-

cidade, mas mantém uma focagem excessivamente polarizada na vida política e centrada na capital do país. Ou seja, visto pela luneta da notícia de abertura, o *Telejornal* parece não ter arrepiado caminho, continuando, algo autisticamente, a mover-se num universo aperreado.

Trabalhos mais aprofundados, que se debrucem sobre a totalidade dos alinhamentos poderão enriquecer ou questionar o retrato que aqui traçamos. Fica, para já, este pontapé de saída.

Bibliografia

- Bardin, Laurence (2004). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Brandão, N. (2002). *O Espectáculo das Notícias: A televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Editorial Notícias.
- Cádima, F. R. (1996) *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Editorial Presença.
- Quivy & Campenhoudt (2003). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Lopes, F. (1999). *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Ed. Minerva.
- Reis, António (coord.) (1994). *Portugal: 20 anos de democracia*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- Vasterman P. L. M. (2005). “Media-Hype. Self-Reinforcing News Waves, Journalistic Standards and the Construction of Social Problems”. *European Journal of Communication*, Vol. 20, No. 4, 508-530.
- Williams, R. (1978) *Los Medios de Comunicación Social*. Madrid: Ediciones Peninsula (ed. original: 1962, Penguin, London).

A evolução da grelha programática pré- e pós-*Telejornal* (1959-2009)

Nilza Mouzinho de Sena*

Resumo

A microprogramação tem sido objecto de poucos estudos nacionais, à semelhança de outros temas ligados ao audiovisual em geral e à televisão em particular. Esta contribuição analisa a programação televisiva antes e depois do telejornal, numa análise evolutiva em que a diacronia permite perceber três períodos distintos: a fase do Estado Novo (1959-1974); a fase monopolista de serviço público em regime democrático (1975-1992) e a fase concorrencial com três operadores (1993-2009). Cada uma delas encerra particularidades relativamente ao tipo de produtos que rodeia o noticiário, permitindo perceber tendências de oferta programática em função da evolução do modelo televisivo em causa.

Palavras-chave: programação, RTP, *Telejornal*, horários

1. A televisão de serviço público

A maioria dos sistemas televisivos em todo o mundo nasceu entre os decénios de 40 e 50 como modelos públicos (semelhantes aos já testados em rádio), dependentes dos respectivos Estados e com domínio monopolista do mercado. Enrique Bustamante admite que «em quase toda a Europa ocidental é constituído um modelo específico de televisão estatal de serviço público, caracterizado por uma oferta de programas em que predominam objectivos pedagógicos, cujo financiamento é de imposto (a taxa) e existe uma progressiva autonomização da gestão dos respectivos governos» (Bustamante, 2004: 31). A gestão de monopólio público desenvolveu-se a partir de uma orientação em tríade: produção de programas, programação unívoca (oferta única e autorizada) e difusão controlada directamente pela própria rede de difusão de sinal, na qual sobres-

* Doutora em Ciências Sociais na especialidade de Sociologia. Professora Auxiliar no ISCSP-UTL. nsena@iscsp.utl.pt; nilzasena@netcabo.pt

saía, nos sistemas televisivos nacionais, uma regulação constante da actividade (Guillou e Padioleau, 1988: 11) e uma preocupação, numa primeira fase, de reforço do sentimento e coesão nacionais e, numa segunda fase, de consolidação da democracia.

À televisão regulada dos primeiros anos correspondeu uma lógica de funcionamento e de oferta de produtos atinente ao cumprimento de um serviço público, autónomo e independente, que não se submeteria a critérios comerciais. Essa missão contemplaria a obrigação de pluralismo, diversidade e qualidade, obedecendo ao imperativo de formação para a cidadania a valorização de valores identitários. Nesse período inicial, a Europa Ocidental constituiu um modelo específico de televisão estatal de serviço público que, depois da Segunda Guerra Mundial, entrou de modo competitivo nos mercados mundiais e se instalou até meados do decénio de 70. Um dos princípios orientadores deste modelo era o padrão da oferta, cujos objectivos principais radicavam em programas de carácter educativo-culturais, com acentuado pendor pedagógico e documental claramente tutelado, regulado e dirigido pela entidade estatal. Na realidade, este tipo de televisão pressupõe que o Estado tenha um papel-chave na definição de identidade da estação televisiva nacional, além de uma função arbitral de regulação constante, com vista a assegurar um serviço à comunidade. A conjuntura do pós-guerra e as debilidades próprias da recuperação económica e social dos diversos países, nos quais a soberania nacional e o sistema político estavam fragilizados, fomentaram o desenvolvimento da televisão estatal regulada, com princípios de restauração do consenso e da valorização da Pátria. Desse modo, ganhou força a famosa trilogia de objectivos (e funções): informar, educar e entreter, por esta ordem. Estas três funções foram sendo convencionalmente atribuídas a todos os meios de comunicação de massas e não exclusivamente à televisão. Contudo, nesta assumiu uma relevância maior, dada a projecção do meio (Netto, 1972: 38). Esta tríade influenciou largamente os conteúdos emitidos, enquanto potenciava o controlo político efectivo dos governos no poder e favorecia uma certa paternalização do meio – cada vez mais elitista e sectário. A oferta televisiva era maioritariamente produzida a nível interno, o destinatário era o cidadão e o negócio prosperava com a audiência acumulada (*reach*).

O serviço público de televisão, adoptado largamente pela generalidade dos países europeus (renitentes quanto à liberalização do sector e confiados na experiência da rádio), segue um conjunto de pressupostos, sintetizados por Jay Blumer e que se resumem na universalidade, pluralismo, diversidade, qualidade e vocação cultural (Blumer, 1992: 7-14).

O conceito de universalidade implica uma ampla cobertura geográfica, garantindo a recepção à generalidade da população de um território nacional, enquanto a diversidade se refere ao leque de conteúdos programáticos que devem atender às necessidades de todos os grupos da população, inclusivamente os minoritários. O pluralismo consagra também uma programação diversificada que agrade à multiplicidade de públicos e que permita a expressão de diferentes correntes de opinião. A vocação cultural prende-se com um sentido perpetuador do património cultural de uma determinada sociedade e como veículo da identidade nacional. Já a qualidade é outra exigência comumente dirigida aos organismos públicos e refere-se ao cumprimento dos requisitos anteriores

quanto à ética em antena e à formação cívica e educacional. George O. Gillingham observa que inicialmente «as instituições educacionais contavam-se entre os pioneiros da transmissão experimental e obtiveram considerável proporção das primeiras licenças para a transmissão» de televisão nos EUA, confirmando uma vocação educativa preliminar (Gillingham, 1972: 324). Outra característica apontada por Blumer é o distanciamento do mercado (Blumer, 1992: 7-14). O serviço público de televisão foi originalmente concebido distante dos grandes grupos económicos e tendo no investimento publicitário apenas um apoio supletivo.

Em rigor, a televisão de serviço público é a que responde de forma mais efectiva às necessidades mais prementes de uma sociedade heterogénea, preservando a sua autonomia e independência relativamente aos critérios comerciais, defendendo e enaltecendo crescentemente valores identitários e culturais enraizadores de uma Nação. O modelo de televisão de serviço público encarna ou deveria encarnar «um princípio de resistência crítica face à mediocridade audiovisual, uma força de dissidência diante de todas as tutelas, políticas, ideológicas e mercantis» (Martins, 2005: 9). Nesse sentido, esta televisão deve produzir ainda programas que sirvam todos os públicos, inclusive os interesses específicos de determinadas regiões, regionalizando até a sua programação ou, em alternativa, criando emissões autónomas para as diferentes localidades (Coelho, 2005: 105). Para as demais exigências, acresce o papel do Estado, cujo *élan* é também a autoridade e a responsabilidade para com o meio.

Inicialmente, partindo do modelo regulado, as televisões de serviço público seguiam os aparelhos de Estado, as suas directrizes e até, nalguns casos, a sua ideologia. Francisco Pinto Balsemão afirma que, «em Portugal e noutros países sul-europeus, as televisões públicas estiveram ao serviço de ditaduras de direita e, nos países de Leste da Europa, ao serviço de ditaduras de esquerda» (Balsemão, 1999: 201). A verdadeira crise nesse esperado serviço público chegou com a liberalização do mercado e a concorrência com o sector privado. A legitimidade, o financiamento e a identidade sofreram um golpe inusitado e a progressiva aproximação ao serviço comercial colocou em causa os fundamentos, as funções e os recursos de serviço público.

2. A grelha programática

A forma de averiguar como funciona a difusão mediática em televisão é estudando o rol de mensagens, discursos, géneros e significados constantemente transmitidos. As razões para estudar os conteúdos televisivos de forma sistemática relacionam-se com a convicção de que a sua oferta reflecte valores e finalidades próprias do seu processo de gestão e dos seus objectivos. Para Denis McQuail, «o conteúdo dos *media* foi muitas vezes apreciado como evidências relativamente credíveis sobre a cultura e a sociedade onde eram produzidos. Todos estes pressupostos, talvez com excepção do último, foram questionados e o estudo do conteúdo tornou-se, por consequência, mais complexo e desafiante» (McQuail, 2003: 308).

O género mediático pode ser considerado um instrumento prático para que qualquer meio de massas possa produzir com eficiência e relacionar os seus objectivos com as

expectativas da sua audiência, ajudando os telespectadores a fazer opções entre vários conteúdos oferecidos. Stuart Hall considera que «o género depende do uso de um certo ‘código’ ou sistema de significados que pode estabelecer algum contacto e concordância entre os utentes do código (...) numa dada cultura» (Hall, 1980: 180). Arthur Asa Berger sugeriu que todas as produções televisivas pudessem ser enquadradas de acordo com o critério dual: grau de emocionalidade e grau de objectividade, remetendo para a dicotomia entre entretenimento e informação (Berger, 1992). Contudo, o mesmo autor salienta que estão a ser criados géneros mediáticos inovadores e mistos que dificilmente cabem apenas numa destas categorias. Essas balizas permitem considerar os conteúdos televisivos como reflexo dos valores, crenças sociais e culturais e traçar o quadro teórico do desempenho televisivo. Com efeito, independentemente da criatividade envolvida na criação de géneros mediáticos ou formatos, a programação televisiva é um fenómeno complexo que está relacionado com a cultura, costumes e hábitos sociais, como indicia a própria evolução de produtos emitidos de forma conexas ao *Telejornal* ao longo de 50 anos. Como refere Felisbela Lopes, «qualquer programa de televisão pode ser concebido como uma estrutura autónoma e independente. No entanto, a sua análise apenas ficará completa quando o inserirmos num contexto programático, ou seja, numa grelha de programação» (Lopes, 1999: 72).

José Ramón Perez Órnia acredita que «programar não é outra coisa senão ajustar a oferta de conteúdos e serviços à procura dos públicos que, em determinado momento, estão com disposição de ver televisão» (Ornia, 2001: 13). Não se trata somente de atrair o máximo público possível, mas também mantê-lo e conseguir que este seja fiel dia após dia a essa programação. O fluxo de programas seleccionado «não envolve apenas um conjunto de programas, mas também uma autêntica fabricação da procura e insere os seus programas de acordo com o tempo social quotidiano» (Brandão, 2006: 63).

O bom programador ou director de programas conhece os complexos universos que tem que relacionar e pôr em contacto não só a cada dia, mas em vários momentos do dia. O processo de programação mudou consideravelmente com o advento das televisões comerciais. Ao desenvolver uma determinada programação, o programador não valoriza apenas a quantidade de público, ou seja, o número de telespectadores, mas também se a programação é a mais adequada para o público e para os anunciantes.

O produto central da televisão é a programação, ou melhor, a grelha de programação. A grelha é um conceito de delimitação difícil, porque é mais do que uma soma de programas, é uma macromontagem ou um macrodiscurso. Mariano Cebrián Herreros criou o conceito de macromontagem para expressar a sua visão de organização de grelha como um todo (Herreros, 1978: 178), enquanto o macrodiscurso é um conceito que encara a comunicação televisiva de forma global, capaz de integrar vários sistemas semióticos numa lógica comum que parte da actualização acústica, verbal e visual (Requena, 1998). De modo geral, a grelha corresponde a um «produto elaborado final onde se insere todo o tipo de programas como simples matérias-primas ou produtos semi-elaborados, para dar um resultado que supera em muito a soma dos seus componentes» (Bustamante, 2004: 93). Uma grelha de programação constitui-se a partir de pontos de referência, conferindo identidade a determinados segmentos horários. José Miguel Contreras e Manuel

Palácio afirmam que «tal como os cimentos dos edifícios, cada grelha tem pilares nos quais assentam as diferentes estruturas que podem edificar. Normalmente, nos canais convencionais, estes pilares parecem ser os programas informativos, que acabam por definir os arranques dos diversos blocos de programação, todos os dias» (Contreras e Palácio, 2001: 169). O *Telejornal* tornou-se um referencial horário ou marcador, como também um símbolo de visibilidade informativa. No entanto, os programas-*cimento* podem não se restringir aos programas informativos. Por vezes, pode-se constituir uma grelha a partir de um esquema geral de conteúdos, que permita ao telespectador identificar uma cadeia e um conjunto de horários com conteúdos concretos que servem de referência e esquema-base para a restante programação.

Actualmente, a programação é planeada no sentido inverso ao que se verificou na programação de monopólio: procura-se cada vez mais produzir o que se programou e programar o que se vendeu, ou seja, programar determinados produtos traduz uma intensa aposta comercial e competitiva. Em termos empresariais modernos, a finalidade da programação «é fabricar o que se procura» (Bustamante, 2004: 94), porque essa procura é que vende. Esse pressuposto explica, de certo modo, o actual efeito de homogeneização da oferta entre competidores que procuram rentabilizar o mesmo mercado, nos mesmos horários. A programação moderna, que corresponde igualmente à programação da era concorrencial, constitui-se globalmente (Negri, Signorelli e Berti, s/d). A televisão contemporânea não se produz a partir do funcionamento de diversos programas singulares ou independentes, que formam um quadro geral, mas de programas com ligação entre si. José Miguel Contreras e Manuel Palacio afirmam que, «se houve um momento na televisão cuja história podia ser escrita com base na crónica ou análise individual dos seus programas, esse tempo acabou» (Contreras e Palacio, 2001: 38).

Hoje, a visão da grelha de programação e da própria acção programática faz-se de acordo com a perspectiva de «longo alcance» e a integração a partir de um «fluxo contínuo televisivo», que pensa a grelha como um todo e não como uma soma de partes. O conceito de «fluxo contínuo televisivo», depois simplificado para «fluxo programático», foi originalmente proposto por Raymond Williams para definir o modo como as novas tecnologias da televisão modificaram o conceito estático de uma programação considerada até então apenas como distribuição e ordenação de programas descontínuos, sem ligação nem sequência lógica. Raymond Williams criou o conceito de «fluxo contínuo televisivo» precisamente para reconhecer a lógica da oferta televisiva como um todo. Refere então que «houve uma evolução significativa do conceito de programação como sequência para o conceito de programação como fluxo. O fluxo televisivo é difícil de ver porque a programação antiga – a sequência temporal dentro da qual se opera a mescla, a proporção e o equilíbrio – está ainda activa e até certo ponto é real (...). O que se nos oferece, no modelo antigo, é um programa de unidades discretas, com inserções publicitárias determinadas, sem fluxo planificado em que a sucessão real dos programas não corresponde à grelha pensada para esses mesmos programas. Essa mesma sequência temporal de programas transformou-se pela inclusão de outro tipo de sequência pensada, de tal forma que ambas as sequências compõem o fluxo real e a televisão real (...)» (Williams, 1975: 89-90).

A TV generalista deixou de valer pelos programas singulares que transmite, embora se considerem alguns produtos como fundamentais na estruturação da lógica de programas – como é o caso do *Telejornal*. O valor unitário de uma emissão associa-se à relação que se estabelece com outros programas da grelha, formando um todo que se pretende que seja equilibrado e, ao mesmo tempo, diversificado, dependendo das próprias idiossincrasias da estação televisiva. O princípio de serviço público consagra uma visão de programação compósita, isto é, baseada na concepção de heterogeneidade do grande público em que a ideia é privilegiar a coerência da programação através da diversidade de temas, géneros e horários, substituindo-se a hora de maior audiência pela hora de melhor audiência (Mehl, 1992).

3. A programação pré- e pós-*Telejornal* ao longo de 50 anos (1959-2009)

Não é exagero afirmar que os aspectos mais interessantes da caracterização e análise dos conteúdos televisivos têm mais que ver com os significados latentes e sub-reptícios do que com os que são certos e evidentes. Para ter essa visão global é importante perceber estratégias inerentes à construção da grelha de programas, privilegiando a evolução dos produtos emitidos, neste caso antes e depois do *Telejornal*.

A análise que ora se apresenta abarca as emissões pré e pós-*Telejornal* entre 1959 e 2009, sistematizando programas de dois segmentos horários: o *access prime-time* e o *prime-time*, permitindo perceber quais as diferenças na programação que antecede e que procede o noticiário, bem como aferir tendências de género nesse mesmo período. O estudo das influências que operam no jogo programático televisivo «está actualmente relacionado com a compreensão do *status* que ganhou o seu conteúdo, ou seja, a informação e o entretenimento» (Sena, 2007^a: 201), enquanto vectores essenciais da dinâmica televisiva.

O período analisado consagra três momentos históricos decisivos para a compreensão das emissões televisivas: a fase do Estado Novo com cuidadosa e ostensiva tutela de conteúdos; a transição de regime político – de um modelo autocrático para um modelo democrático – depois do 25 de Abril de 1974, que inaugurou uma nova perspectiva de programação e até instrumentalização da grelha de serviço público; e depois de 1992, a transição do domínio monopolista de serviço público de televisão para uma fase concorrencial, na qual a dispersão de públicos e de interesses forçava a uma reconceptualização da oferta televisiva também nos horários objecto deste estudo.

A análise das emissões televisivas seguiu uma lógica de congregação de programas por microconteúdos que correspondem a programas unitários apreendidos na programação patente nos jornais diários *O Século* e *Diário de Notícias*, e nas revistas *TVGuia*. Para o efeito foram consultadas as edições dos meses de Janeiro, Fevereiro e Setembro e Outubro de cada ano.

Porque em televisão as características dos programas são muitas vezes arbitrárias face ao macroconteúdo em que se inserem, e também como o conceito de género foi fixado pelas próprias emissoras ou pelas empresas de audimetria, os indicadores considerados baseiam-se nas descrições encontradas nas fontes anteriormente referidas. Desse modo,

estipularam-se os grupos de programas que se descrevem no quadro seguinte. Sublinhe-se que a arrumação destes indicadores é original, tendo sido sistematizada em função da análise dos documentos encontrados e consultados para o propósito desta investigação.

Quadro n.º 1
Grupos de programas considerados

Indicador (Microconteúdos)	Síntese Descritiva
Musical	Programa dedicado a concertos, apresentação de bandas, espectáculos, concursos em que predominam as expressões musicais, etc.
Concurso	Programa que se pauta pela competição, com vista à obtenção de um prémio final.
Documentário	Programa constituído, preferencialmente, por conteúdo vincadamente cultural e com uma perspectiva pedagógica, educativa e informativa.
Desporto	Transmissão de práticas desportivas ou resumos dessas competições.
TV Educativa	Programa com conteúdos escolares (TV Educativa de Matemática, TV Educativa de Química, TV Educativa de Português, TV Educativa de Geografia...).
Série	Corresponde a séries ficcionais de duração curta ou média cuja produção pode ser de origem nacional ou estrangeira.
Magazine de informação	Programa que integra várias rubricas, convidados e participantes e que trata essencialmente de questões da actualidade, englobando no próprio programa blocos noticiosos com comentadores.
Culinária	Programa que visa dar a conhecer a confecção de especialidades gastronómicas.
Artes	Expressão de diversas formas artísticas como escultura, poesia, teatro, olaria e cerâmica, etc.
Variedades	Os programas de variedades são os mais dotados de hibridismo, ou seja, congregam elementos vários como espaços musicais, humor, representação, conversação, entre outros. Integram-se também aqui festas, celebrações, galas, revistas, etc.
Telenovela	É um produto contínuo, com um enredo ou trama complexa, geralmente de periodicidade diária.
Programas de humor	Programas que integram <i>sketches</i> , pequenas histórias, apanhados, cenas hilariantes, mas também <i>sitcoms</i> e séries relativamente curtas, de carácter ligeiro.
Programa de informação/ actualidade	Programa de natureza semanal que aborda questões relacionadas com a actualidade informativa.
Etiqueta	Programa em que se ensinam boas-maneiras e regras de convívio social.
Desenhos animados	Programas de bonecos animados que se destinam a públicos infanto-juvenis.
Filme	Corresponde a longas-metragens ou filme de longo curso, normalmente produções cinematográficas transpostas e reproduzidas em televisão.
Outros	Esta categoria integra programas com menor representatividade.

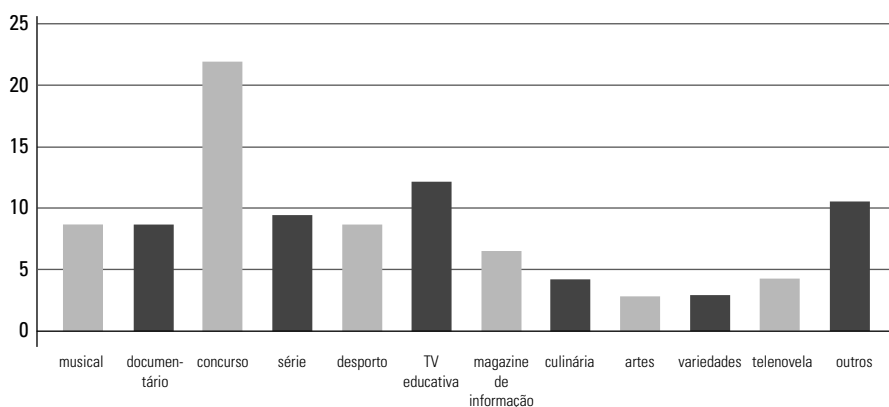
Fonte: Tipologia elaborada pela autora para o presente estudo.

Decorridos 50 anos desde o primeiro *Telejornal* é curioso perceber que a programação que antecipa o noticiário foi dominada por géneros relacionados com a produção de conhecimento e a cultura.

Na realidade, a programação e as formas de constituição da grelha têm variado ao longo do tempo. No período de monopólio público, a programação era uma instância menor do acto de programar, que se constituía basicamente a partir da colocação de um programa em determinado horário, às vezes com critérios pouco estudados, outras vezes seguindo critérios político-culturais diversos (como, por exemplo, elevar o nível cultural, informar melhor os cidadãos, etc.). O próprio objectivo da programação orientava-se para um pressuposto cultural e educacional, distinto do que se apresenta na programação concorrencial. Verificamos através do gráfico abaixo que o concurso é um dos programas mais emitidos antes do noticiário e que contempla uma perspectiva de aprendizagem de forma lúdica e competitiva. O segundo género a dominar este período corresponde a um programa que vigorava no Estado Novo, a *TV Educativa*, em que durante meia hora se ensinavam disciplinas escolares (*TV Educativa* de Matemática, *TV Educativa* de Química, *TV Educativa* de Português, *TV Educativa* de Geografia...), cumprindo um currículo de matérias consentâneas com as que vigoravam nas escolas de então. As séries, os momentos musicais e os documentários também tiveram ao longo dos anos uma expressão relativamente significativa, pelo que a dimensão cultural se encontra bem evidente. A marca da programação anterior à emissão do *Telejornal* é de uma programação votada ao entretenimento (concurso) e de feição pedagógico-cultural (programas educativos e documentários, programas musicais e séries).

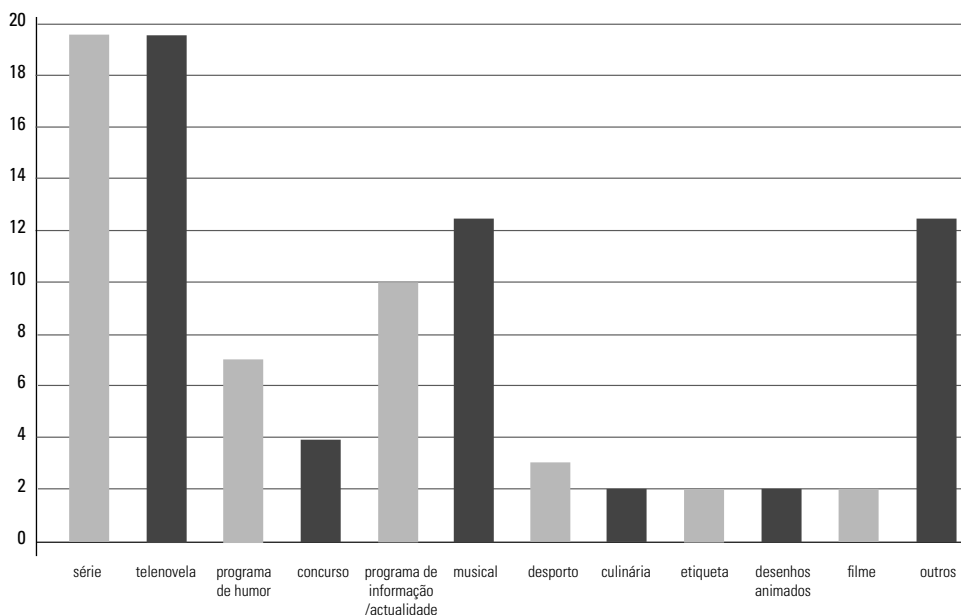
O gráfico que se segue demonstra mais pormenorizadamente os programas dominantes antes do *Telejornal*:

Gráfico n.º 1
Programas predominantes antes do *Telejornal* entre 1959 e 2009
(valores em %)



No decurso de cinco décadas de televisão, há dois programas que marcam decisivamente a programação pós-noticiário: as séries e as telenovelas. «As telenovelas brasileiras – cujas transmissões começaram com a *Gabriela*, em 1977 – mudaram o *modus operandi* das grelhas televisivas de então, sobretudo no horário nobre, e passaram a representar o elemento dominante ao nível da ficção» (Sena, 2007: 287-288), estando directamente associadas a uma necessidade crescente de fidelização dos telespectadores, obtida graças ao sucesso que alcançaram ao longo dos anos. O êxito das novelas em televisão assentou numa receita simples: «são faladas em português e compreendidas mesmo por analfabetos. Põem em cena actores que representam com enorme naturalidade. Descrevem personagens-tipo, familiares a largas camadas de público (...). Outro meio de reforçar os laços de familiaridade com a audiência consiste em pôr as personagens a viver problemas que estão na ordem do dia (...). O êxito das telenovelas permite-lhes já servir como veículo de campanha de causas colectivas que afligem a sociedade (...). Além de criar intimidade com uma larga maioria de espectadores através dessa moldura de situações, modos de representação, linguagem e personagens-tipo, a telenovela dá-lhes asas para voar, ao transpor, para os tempos modernos, o mito do amor romântico, que não conhece classes sociais, e ao afirmar que o sucesso depende da vontade individual» (Braga, 1997: 27). As séries têm igual importância no sentido da diversificação da ficção apresentada, sendo esta última estratégica para a cativação dos telespectadores. Outros programas predominantes depois do *Telejornal* são os de cariz musical, os programas de actualidade informativa e os de natureza humorística.

Gráfico n.º 2
Programas predominantes depois do *Telejornal* entre 1959 e 2009 (valores em %)



3.1. O *Telejornal* e a programação entre 1959 e 1974

No período de 1959 e 1974, as emissões em horário nobre pareciam reflectir exactamente aquilo que de melhor a televisão tinha para oferecer. Os programas emitidos no horário da noite eram os que, à partida, tinham uma chancela de qualidade indiscutível.

O ano em que surgiu o *Telejornal* (1959) foi o mesmo em que se inaugurou «o monumento ao Cristo-Rei, no Pragal, em Almada, em 17 de Maio, que testou, uma vez mais, a capacidade de produção e realização directa por meios electrónicos», e tiveram início «as emissões regulares a partir dos estúdios do centro de produção do Porto e a integração da RTP na UER – União Europeia de Radiodifusão (Eurovisão) – ambos em 20 de Outubro» (Sena, 2007: 260). O ano de 1959 ficaria mesmo documentado como aquele em que os programas do exterior ganhariam enorme preponderância, «passando a figurar no mapa-tipo como componente importante de diversificação de conteúdos (...) e de contributo percentual significativo para o tempo de emissão» (Teves, 1998: 90). Deu-se também uma viragem importante na informação da RTP.

O *Jornal RTP*, que em meados do ano substituíra o *Jornal de Actualidades*, cedeu lugar ao *Telejornal* que se iniciou a 19 de Outubro, com duas edições: «a primeira logo após a abertura da emissão (às 20.30), com meia hora; a segunda antes do fecho (que raramente ocorria depois das 23.30), com 10 minutos». «Há, todavia, uma clara aposta falhada: a de confiar a apresentação do *Telejornal* a jornalistas profissionais. Mário Pires e Alberto Lopes (vindos do *Diário de Notícias* e de *O Século*, respectivamente) são rapidamente substituídos pelos locutores do quadro, que assim voltam à leitura das notícias e sem dificuldade se adaptam ao “alinhamento” do novo *Telejornal*» (Teves, 1998: 90).

Num ano pródigo em novidades, o *Telejornal* aparece secundado principalmente por programas musicais ligeiros e de intróito a uma realidade mais factual. A música teve um lugar eminente neste período entre 1959 e 1974, com variedade de estilos exibidos que percorreram as apresentações mais populares – essencialmente fados, muitas vezes transmitidos em directo – mas também música folclórica de variadas proveniências regionais, jazz e música erudita, esta última dominante face à convicção da importância de acesso à alta cultura. Estes programas musicais tanto figuravam antes do *Telejornal* como depois do mesmo, tendo o volume de exibição sido mais significativo depois do noticiário.

Até 1974, além dos musicais, os programas que anteciparam o noticiário foram maioritariamente os desportivos e as séries, enquanto depois do noticiário predominaram as séries e outros programas musicais.

A tendência revelada na análise das programações da época mostra que os momentos musicais foram perdendo alguma expressividade e importância, dando lugar a outro tipo de conteúdos igualmente vocacionados para as artes (escultura, literatura, momentos de poesia...), a séries e a programas infanto-juvenis.

Outra particularidade deste período foi a exibição de programas dirigidos ao público feminino. Não raramente a RTP programava conteúdos alusivos a regras de etiqueta, culinária e magazines em que os temas pertenciam ao mundo da mulher, com ensinamentos acerca de labores femininos. Num conceito diferente do século XXI, os programas que se dirigiam às mulheres consagravam a mulher-mãe, a mulher dona-de-casa, a mulher em quase tudo submissa ao marido, à qual estava vocacionado o

governo doméstico do lar. Os programas desse período traduziam estes princípios tradicionalistas e conservadores, patentes inclusivamente no ordenamento jurídico vigente, onde se defendia o princípio da igualdade perante a Lei, mas admitindo algumas exceções como «diferenças resultantes da sua [da mulher] natureza e do bem da família» (Constituição de 1933). Exemplos desses programas emitidos são: *Culinária*, *Dicas de Etiqueta*, *Magazine da Mulher*, *Como receber bem?*, *Ser uma Belíssima Dona de Casa*, *Delícias e iguarias*¹, entre outros.

Quadro n.º 2
Grupos de programas considerados

Anos	Grelha-tipo de horários de exibição dos programas antes e depois do <i>Telejornal</i>
1959	--
	20.30 <i>Telejornal</i>
	21.20 Musical
1960	--
	20.30 <i>Telejornal</i>
	20.50 Musical; <i>Culinária</i>
1961	--
	21.00/21.40 <i>Telejornal</i>
	22.00 Teatro; Programa de informação
1962	21.05 Temas literários
	21.30 <i>Telejornal</i>
	22.05 Série; Bailado; Programa de informação
1963	20.50 Variedades; Teledesporto; <i>Culinária</i>
	21.20 <i>Telejornal</i>
	21.45 Seleção policial (Varatojo); Série, Bailado
1964	20.45 Teledesporto; Musical
	21.20 <i>Telejornal</i>
	22.00 Série; Programa de informação
1965	20.20 <i>Culinária</i> ; Série; Musical
	21.00 <i>Telejornal</i>
	21.35 Programa literário; Série; Desporto; Artes

¹ Programas referenciados nos jornais *O Século* e *Diário de Notícias*, de 1959 a 1974.

1966	20.25 Desporto; Série; Poesia
	21.00/ 22.00/ 19.30 Telejornal
	21.25 Bailado; Série; TV Jazz
1967	19.00 TV Educativa
	21.30 Telejornal
	19.50 Etiqueta; Culinária; Filme;
1968	19.00 TV Educativa; Teledesporto
	21.30 Telejornal
	19.50 Etiqueta; Variedades; Série; TV Jazz
1969	19.00 TV Educativa
	21.30/ 21.00 Telejornal
	19.50 Série juvenil; Desenhos animados; Programa feminino; Filme; Série
1970	19.00 TV Educativa
	21.30 Telejornal
	19.50 Série juvenil; Desporto
1971	19.00 TV Educativa
	21.30 Telejornal
	19.45 Série juvenil; Desenhos animados; Musical
1972	19.00 TV Educativa
	21.30 Telejornal
	20.00 Documentário; Artes
1973	19.00 TV Educativa
	21.30 Telejornal
	19.45 Série juvenil; Artes; Cartaz de espetáculos
1974	19.00 TV Educativa
	21.30/21.00 Telejornal
	19.45 Série juvenil; Desporto; Série

Fonte: Jornal *O Século* e *Diário de Notícias* (edições de 1959 a 1974).

3.2. O *Telejornal* e a programação entre 1975 e 1992

O serviço público de televisão deve ser o protótipo mais próximo do ideal de televisão generalista, onde cabem todos os géneros ao encontro de todos os públicos. A filosofia da criação do meio televisivo, particularmente na Europa, partia da premissa de que a televisão era um serviço público que tinha os objectivos funcionais de informar, educar e entreter. Estas missões eram de tal forma exigentes, que se tornava complicado seleccionar os programas com cabimento numa grelha.

Nesse contexto nasceu o conceito de televisão generalista, ou seja, uma estação que consagrava todos os géneros e que se dirigia a todos os públicos potenciais, devido à variedade de programas existentes na grelha. Desde as suas origens que a televisão generalista se constituiu como um produto para ser consumido por todo o tipo de públicos, dentro do âmbito familiar (Wieten, 2000: 17). Esta televisão vigorou, um pouco por toda a Europa, durante décadas, e em Portugal até 1992. Nenhum outro período traduz melhor a ideia de que a televisão emerge da bruma como um meio falagueiro de transmissão de mensagens, repleto de indicadores suplementares (Sena, 2006: 31) patentes também na programação emitida.

É certo que as estações televisivas comunicam com o seu público através da programação, sendo o modelo democrático um ponto de partida para uma programação tão consolidada quanto estratégica, embora ainda consentânea com essa necessidade de delimitação de géneros. Com efeito, neste período, os concursos e os documentários são os programas que mais vezes antecedem o *Telejornal*. É interessante notar que os documentários e programas de divulgação cultural, cuja exibição é pródiga neste período, tornam-se praticamente inexistentes com a liberalização do sector televisivo e a abertura à iniciativa privada.

As telenovelas e as séries aparecem como programas emblemáticos do horário nobre, exibidas depois do *Telejornal*. Isabel Ferin Cunha refere que «o caso das telenovelas brasileiras, em Portugal, é provavelmente um caso paradigmático da leitura que as audiências fazem de determinados géneros em função das alterações sociais por si vivenciadas. Nos primeiros dez anos depois de 1977, o êxito retumbante de *Gabriela* e a politização da recepção das telenovelas brasileiras estão estudados e devidamente documentados na imprensa de qualidade e de *coração* da época. «Nesse período, ao mesmo tempo que se mantém o interesse pelas telenovelas que focam temas de carácter histórico – nomeadamente, pelas que apresentam um imaginário lusófono –, aumenta o interesse pelas temáticas de ascensão social (tipo *Rainha da Sucata*) e pelas narrativas humoradas que privilegiem temas ainda tabus (por exemplo, *Guerra dos Sexos*, *Roque Santeiro*). Na década de noventa, a superioridade técnica de todos os agentes envolvidos na indústria da telenovela brasileira é unanimemente reconhecida em Portugal (...). Mas não é só esta superioridade técnica que capta as audiências, são também frequentemente apontadas as convergências entre os temas tratados nas telenovelas brasileiras, feitas para as audiências brasileiras e os interesses presentes nas audiências portuguesas» (Cunha, 2006).

Neste horário também pontificaram programas de actualidade informativa e alguns musicais, embora estes últimos com uma regularidade muito menor do que na época precedente.

Quadro n.º 3
Grupos de programas considerados

Anos	Grelha-tipo de horários de exibição dos programas antes e depois do Telejornal
1975	20.00 Musical; Programa de informação
	20.00/20.30 Telejornal
	21.15 Variedades; Documentário; Musical
1976	20.00 Artes; Desenhos animados; Teatro
	20.30 Telejornal
	21.05 Programa de informação; Série
1977	19.25 Concurso; Série
	20.30/20.00 Telejornal
	21.05 Programa de informação; Musical; Série; Telenovela
1978	19.25 Concurso; Série
	20.00 Telejornal
	21.05 Programa de informação; Musical; Série; Telenovela
1979	19.45 Desporto; Programa de saúde; Artes
	20.00 Telejornal
	20.30 Telenovela
1980	19.20 Divulgação; Documentário
	20.00 Telejornal
	20.30 Telenovela
1981	19.30 Documentário; Desporto; Musical
	20.30 Telejornal
	20.30 Telenovela
1982	19.50 Cartaz de espectáculos
	20.00/20.30 Telejornal
	20.40 Telenovela; Série
1983	19.30 Documentário
	19.30 Telejornal
	20.30 Telenovela; Bailado; Série; Programa de informação; Concurso

1984	19.30 Documentário
	20.00 Telejornal
	20.30 Telenovela
1985	19.30 Documentário
	20.00 Telejornal
	20.35 Telenovela
1986	19.15 Documentário
	20.00/19.30 Telejornal
	20.35 Telenovela
1987	18.50 Concurso
	20.00/19.30 Telejornal
	20.10 Telenovela; Série
1988	18.05 <i>Talk show</i> , Magazine informativo
	19.30 Telejornal
	20.15 Telenovela
1989	18.50 Série
	19.30 Telejornal
	20.05 Falar Português
1990	19.00 Concurso
	19.30 Telejornal
	20.05 Telenovela
1991	18.45 Concurso
	19.30/20.00 Telejornal
	20.10 Telenovela
1992	18.40 Concurso
	19.30/20.00 Telejornal
	20.20 Telenovela

Fonte: Jornal *Diário de Notícias* e *O Século* (edições de 1975 a 1978) e Revista *TVGuia* (edições de 1979 a 1992).

3.3. O *Telejornal* e a programação entre 1993 e 2009

Hoje, o acto de programar é uma tarefa pensada ininterruptamente para o período de 24 horas, mas numa lógica horizontal semanal. Enquanto o programador da televisão monopolista não sentia necessidade de conhecer e estudar os seus públicos, o programador da fase concorrencial deve conhecer e antecipar a resposta do telespectador.

Apesar da evolução sentida com o advento das estações televisivas privadas e com as correntes distinções entre modelo público e modelo privado, a verdade é que essas duas concepções não são mais do que fases distintas do processo de industrialização, em particular no que toca à acção programática. Assim sendo, «as características do modelo de programação público (planificação cultural, dieta equilibrada dos géneros oferecidos, técnicas de programação simples) não são privativas das estações públicas; tal como as características do modelo privado, são partilhadas igualmente por empresas de titularidade pública ou privada» (Contreras e Palacio, 2001: 32).

O horário nobre apresenta-se assim como o horário privilegiado quer em termos da selecção de programas, quer ao nível do volume publicitário. Este factor publicitário é cada vez mais decisivo na determinação das emissões e na tipologia de programas apresentados. É o momento em que se serve o LOP (*less objectionable program*), ou seja, programas de humor, concursos ou telenovelas – programação que mais facilmente pode criar consenso no seio da família que se pressupõe reunida. Hoje o panorama mudou face ao que era habitual no Estado Novo e nos anos de domínio monopolista do serviço público em período democrático: o horário nobre é aquele que mais representa em termos de *share*, logo, o que é mais rentável. Por conseguinte, os programas seleccionados são ‘colocados no ar’ para atingir audiências desejáveis e, desse modo, cumprir com as exigências publicitárias.

Neste período de análise, verificamos que a diversidade que tipificava os períodos anteriores sofreu uma redução. O programa que predomina na fase pré-telejornal é o concurso, seguido dos magazines informativos. O pós-noticiário passou a exhibir programas de humor e outros concursos, tendo desaparecido as telenovelas nesse segmento horário. Os programas semanais de informação diminuíram consideravelmente acompanhando o aumento da espectacularidade da oferta e a prevalência do entretenimento. Talvez seja muito anacrónico, como diz Felisbela Lopes, pensar em informação de qualidade sem ceder ao *showbizz* e à emocionalidade (Lopes, 2007: 324), e os próprios programas que são colocados como ‘amortecedores’ do *Telejornal* reflectem essa tendência geral. Reconhecendo uma grelha mais constante ao longo do tempo, também ressalta à partida uma débil capacidade de variar os conteúdos oferecidos, tornando fácil o exercício de adivinhar a programação.

Quadro n.º 4
Grupos de programas considerados

Anos	Grelha-tipo de horários de exibição dos programas antes e depois do <i>Telejornal</i>
1993	19.00 Telenovela
	20.00 <i>Telejornal</i>
	21.00 Telenovela
1994	19.00 Telenovela
	20.00 <i>Telejornal</i>
	20.30 Telenovela
1995	19.15 Concurso
	20.00 <i>Telejornal</i>
	21.00 Telenovela
1996	19.30 Concurso
	20.00 <i>Telejornal</i>
	21.00 Telenovela
1997	19.00 Magazine informativo
	20.00 <i>Telejornal</i>
	21.00 Programa de humor
1998	19.00 Magazine informativo
	20.00 <i>Telejornal</i>
	21.00 Programa de humor
1999	19.00 Telenovela
	20.00 <i>Telejornal</i>
	20.45 Programa de humor
2000	19.00 Magazine informativo
	20.00 <i>Telejornal</i>
	20.45 Programa de humor
2001	19.00 Magazine informativo
	20.00 <i>Telejornal</i>
	21.00 Concurso

2002	19.30 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.00 Programa de humor
2003	19.15 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.00 Programa de humor
2004	19.00 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.30 Concurso
2005	19.15 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.10 Programa de humor; Programa de informação
2006	19.00 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.00 Concurso; Programa de informação
2007	19.00 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.00 Concurso; Programa de informação
2008	19.00 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.00 Concurso; Programa de informação
2009	19.00 Concurso
	20.00 Telejornal
	21.00 Concurso; Programa de informação

Revista *TVGuia* (edições de 1993 a 2009).

4. Síntese conclusiva

Entre os aspectos a considerar futuramente no âmbito do serviço público de televisão devem ser realçados os que correspondem a uma programação criativa e de qualidade, representando ainda a diversidade cultural, social e regional de cada país e assegurando uma informação competitiva mas sóbria, equilibrada, plural e autónoma. Será igualmente importante reinterpretar a microprogramação que se encontra conexas à emissão

dos noticiários, averiguando tendências, estabelecendo perspectivas de oferta e avançando possibilidades de enquadramento dos conteúdos, numa lógica sempre mais próxima da comunicabilidade integrada e plural e menos numa representação simbólica de interesses, sejam eles económicos ou políticos. A natureza da comunicação televisiva – actualmente ajustada ao aumento da competitividade e às normas vigentes relacionadas com a emissão de programas e respectivos intervalos para transmissão publicitária – estabelece ritmos e tensões, numa narrativa que veio alterar o modelo de comunicação por parte do emissor e também as formas de recepção, sendo premente a configuração de propostas e prioridades de organização das grelhas.

Considerando os três períodos analisados: a fase do Estado Novo (1959-1974); a fase monopolista de serviço público em regime democrático (1975-1992) e a fase concorrencial com três operadores (1993-2009), quase poderíamos assumir que, no tocante à programação que escuda o *Telejornal*, a primeira corresponde a um modelo de televisão-cultura, a segunda a um modelo de televisão-diversidade e a terceira a um modelo de televisão previsível ou monotemática.

O primeiro modelo traduz um período em que, apesar da visível ausência de preocupação com os conteúdos num sentido estratégico-comercial da grelha, claramente se valorizou a emissão de produtos marcadamente culturais e educacionais, em detrimento de outros mais votados ao entretenimento ligeiro, sendo fácil perceber as funções clássicas de educar, informar e entreter.

O segundo modelo corresponde ao desenvolvimento e maturação do regime democrático e também à aproximação às realidades programáticas de outros países da Europa também em fase monopolista de televisão, nos quais a diversidade marcava a grelha, embora alguns produtos, nomeadamente os de ficção, assumissem já um lugar preponderante na organização de uma estratégia de aproximação ao mercado.

O último modelo, tendencialmente centrado em determinados géneros que desenvolve ao máximo, especialmente informação e entretenimento, apresenta um leque temático reduzido e pouco diversificado, contrariando o intuito original da televisão dita generalista. As estações generalistas mantêm-se como meio informativo de referência, mas ainda assim procuram já fazer face ao modelo multitemático e jogam em campos cuja tenacidade concorrencial é a mais forte.

As televisões generalistas reajustam as suas funções no sentido de satisfazer largas audiências, procurando temas e programas populares, exaltando determinadas estrelas, invadindo e explorando a vida de pessoas famosas, seleccionando as notícias mais apelativas ou espectaculares. Dominique Wolton refere a este propósito que, se bem que a qualidade tenha melhorado em alguns produtos, «continua a ser insuficiente no que toca à informação e aos documentários, pois, na Europa, existe uma falta aguda de jornalistas e de especialistas nos domínios da ciência, religião, cultura e conhecimento de outros países» (Wolton, 2000: 60). Em rigor, essas afirmações caracterizam o panorama da oferta programática em geral, mas não será menos verdade dizer que também serve para descrever as opções de conteúdos junto ao *Telejornal*, período em que também escasseiam programas mais enraizadores do ponto de vista cultural, em que se produz conhecimento e fomenta a reflectividade.

«Na televisão pública, a imprescindibilidade de tornar o serviço público como meio de garantir o pluralismo dos *media*, a igualdade de oportunidades e o reforço da cidadania e da identidade nacional» (Sena, 1992: 207) deveria quase que de forma automática equivaler a uma programação de qualidade. No entanto, estes cinquenta anos de programação conexas ao *Telejornal* marcam um tempo em que a evolução parece francamente regressiva, verificado o constrangimento nos géneros emitidos e a fraca capacidade de inovar. Será de esperar que os próximos cinquenta tragam, por isso, outras ou reinventadas formas de pensar o audiovisual, sobretudo com uma linha de conforto na programação televisiva que possa tocar também o imaginário português e solidificar melhor a cultura lusa.

Bibliografia

- Balsemão, Francisco Pinto (1999), “Os grupos portugueses devem concentrar-se para resistirem”, in Adelino Gomes, José Vítor Malheiros e Teresa de Sousa, *Portugal Dois Mil e Vinte*, Fenda Edições, Coimbra.
- Berger, Arthur Asa (1992), *Popular Genres*, CA: Sage, Newbury Park.
- Blumer, Jay (1992), *Television and the Public Interest: Vulnerable Values in West European Broadcasting*, Sage Publications, Broadcasting Standards Council, London.
- Brandão, Nuno Goulart (2006), *Prime Time – Do que falam as notícias dos Telejornais*, Casa das Letras, Coleção Media & Sociedade, Cruz Quebrada.
- Bustamante, Enrique (2004), *La Televisión Económica – Financiación, Estrategias y Mercados*, Gedisa Editorial, Estudios de Televisión, Barcelona.
- Contreras, José Miguel e Palacio, Manuel (2001), *La Programación de Televisión*, Editorial Síntesis, Comunicación Audiovisual, Proyecto Editorial Ciencias de la Información, Madrid.
- Gomes, Adelino; Malheiros, José Vítor; Sousa, Teresa de (1999), *Portugal Dois Mil e Vinte*, Fenda Edições, Coimbra.
- Guillou, Bernard e Padioleau, Jean G. (1988), *La Régulation de la télévision*, CNCL, La Documentation Française, Paris.
- Gullingham, George O. (1972), “O ABC do Rádio e da Televisão”, in Charles Steinberg (org.) *Meios de Comunicação de Massa*, Cultrix, São Paulo.
- Hall, Stuart (1980), “Coding and Encoding in Television Discourse”, in Stuart Hall (Editor), *Culture, Media, Language*, Hutchinson, London.
- Herreros, Mariano Cebrián (1978), *Introducción al Lenguaje de la Televisión. Una Perspectiva Semiótica*, Pirâmide, Madrid.
- Lopes, Felisbela (2007), *A TV das Elites – Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005)*, Campo das Letras, Porto.
- ____ (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Minerva, Coleção Comunicação, Coimbra.
- Martins, Manuel Meirinho (org.), (2006), *Comunicação e Marketing Político– Contributos pedagógicos*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.
- Martins, Moisés de Lemos (2005), “Por uma Democracia a Vir. A Televisão de Serviço Público e a Sociedade Civil”, in Manuel Pinto (coord.), *Televisão e Cidadania – Contributos para o Debate sobre o Serviço Público*, Campo das Letras, Porto.
- McQuail, Denis (2003), *Teoria da Comunicação de Massas*, Fundação Calouste Gulbenkian, Serviço de Educação e Bolsas, Lisboa.
- Mehl, Dominique Mehl (1992), *La Fenêtre et le miroir – La Télévision et ses programmes*, Éditions Payot, Paris.
- Negri, Alberto; Signorelli, Paolo e Berti, Raffaelli di (s/d), *Scènes de la vie quotidienne*, in Paul Beaud, et al. (editor), *Sociologie de la Communication*, Edición Cent, Coleção Réseaux, Paris.
- Netto, Samuel Pfromm (1972), *Comunicação de Massa*, Livraria Pioneira Editora e Universidade de São Paulo, São Paulo.

- Ornia, Ramón Perez (2001), “Programación de Televisión”, Prólogo da obra de José Miguel Contreras e Manuel Palacio (2001), *La Programación de Televisión*, Editorial Síntesis, Comunicación Audiovisual, Proyecto Editorial Ciencias de la Información, Madrid.
- Sena, Nilza Mouzinho de (2007), *A Televisão Portuguesa – Caracterização da oferta televisiva em Portugal 1990-2005*, ISCSP, Lisboa (edição policopiada).
- ____ (2007a), *A influência das elites no mundo dos media*, in *Revista de Ciências Sociais e Políticas*, UTL, N. 1, Primavera 2007, Lisboa.
- ____ (2006), “As regras e os equívocos do discurso político”, in Martins, Manuel Meirinho (org.), (2006), *Comunicação e Marketing Político – Contributos Pedagógicos*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa.
- ____ (2002), *A Interpretação Política do Debate Televisivo 1974/1999*, Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa.
- Sisors, Jack Z. e Baron, Roger B. (2002), *Advertising Media Planning*, McGraw-Hill, Chicago, New York, London.
- Teves, Vasco Hogan (1998), *História da Televisão em Portugal – 1955/1979*, TVGuia Editora, 1.º Volume, Lisboa.
- Wieten, Jan, Murdock, Graham and Dahlgren, Peter (editors) (2000), *Television Across Europe – A Comparative Introduction*, Sage Publications, London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Williams, Raymond (1975), *Television, Technology and Cultural Form*, Schocken Books, New York.
- Wolton, Dominique (2000), *E depois da Internet?*, Difel, Algés, 2000.

Bibliografia electrónica

- Cunha, Isabel Ferin (2006), *As Telenovelas Brasileiras em Portugal*, Universidade de Coimbra, www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-isabel-ferin-telenovelas-brasileiras.html – em 28 de Dezembro de 2006.

Legislação

- Constituição de 1933.

Publicações periódicas

- Braga, Isabel, “Vinte anos de telenovelas brasileiras – Da estranheza à familiaridade”, in *Pública*, n.º 41, 2 de Março de 1997.
- Diário de Notícias* e *O Século* (edições de 1959 a 1978).
- TVGuia* de 1975 a 2009.

O *Telejornal* sob o olhar da cenografia: Da experimentação à imagem de marca*

Maria do Rosário Saraiva, Luciana Fernandes, José Azevedo**

Resumo

Os 50 anos do *Telejornal* servem de pano de fundo à análise da evolução da cenografia de informação televisiva em Portugal. Após 35 anos de exclusividade como ritual quotidiano, o *Telejornal* viu entrar em cena novos concorrentes: *O Jornal da Noite* (SIC) e o *Jornal Nacional* (TVI). Na procura da diferenciação e da sedução dos telespectadores – motivadas pela concorrência –, as três televisões experimentam cenografias e tecnologias, inovaram nos materiais empregues e nos ambientes instalados ou na abertura para as redacções. Os elementos gráficos invadem os ecrãs dos televisores. Através da análise comparativa das cenografias destes três espaços noticiosos, apresentam-se as principais características de cada um, as intenções comunicacionais subjacentes e a relação com o público. Serão igualmente discutidas as implicações destas transformações no processo de informação pelos telespectadores.

Palavras-chave: televisão, informação, *Telejornal*, cenografia.

Telejornal é um termo que, no cenário português, pertence ao canal público, a RTP, desde 1959, o que o torna no «programa mais antigo da televisão portuguesa» (Mendes, Santos Silva & Marques, 2007, Março 3). Porém, a generalização do nome aos outros canais pelo senso comum é um facto constatado, evidenciado pelas definições dadas por vários dicionários:

* Este artigo dá conta da primeira fase do projecto de investigação “A cenografia da informação televisiva em Portugal: da sobriedade à espectacularidade das redacções” (projecto PTDC/CCI/71951/2006, financiado), cujo *corpus* de análise se centra nos noticiários das 20h00 dos três canais generalistas portugueses.

** M. R. Saraiva, Investigadora do CETAC.média e coordenadora do projecto. L. Fernandes, Bolseira de Investigação. J. Azevedo, Professor Associado, Departamento de Sociologia da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

Telejornal: Espaço dedicado por uma estação de televisão para apresentação de peças de carácter informativo. O actual e generalizado modelo de telejornal, conduzido por um *pivot* de informação, foi inaugurado na década de 50 pela BBC, no Reino Unido, e pelas cadeias televisivas, nos Estados Unidos. (*Diciopédia*, 2008)

Noticiário transmitido pela televisão, em que geralmente se abordam os acontecimentos do dia. (*Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*, 2005)

Usualmente, em Portugal, designa o jornal das 20h00, conhecido na linguagem televisiva como horário nobre. Todos os dias, às 20h00, na maioria¹ das casas portuguesas, a televisão está pronta para os noticiários e, após os genéricos, começa o espectáculo! Estão lá o(s) *pivot(s)*, o logótipo da estação, a mesa, o oráculo, o *ticker*², o pictograma e ainda, como *background*, a redacção em funcionamento. Para trás ficam 50 anos de história de *Telejornal* que merecem ser contados, sob a perspectiva dos seus aspectos cenográficos, sem ignorar os jornais televisivos das estações de televisão privadas: *Jornal da Noite* e *Jornal Nacional*. Mas qual é a especificidade da *cenografia de informação*? Designa o conjunto de dispositivos reunidos para criar um cenário para transmissão dos noticiários em televisão³. Para além do cenário físico, integra também os dispositivos audiovisuais e grafismos e, mais recentemente, a cenografia virtual.

A abordagem aqui proposta permite, ao centrar o olhar do observador sobre a *forma* mais do que sobre o *conteúdo* da informação televisiva, analisar questões específicas do meio audiovisual e da própria produção da notícia em televisão que é o *contexto de produção*. Este contexto é constituído pelo conjunto: espaço cenografado (incluindo dispositivos tecnológicos) + *pivots*, realizador e operadores de câmara. A este contexto *in situ*, juntam-se os elementos gráficos (transparências, iconografia, janelas electrónicas, grafismo, etc.) e a cenografia virtual inseridos na imagem e percebidos pelo telespectador no ecrã e, como tal, assimilados como parte integrante desse contexto da notícia pelo telespectador. O conjunto dos elementos assim veiculados durante a emissão do noticiário ou, se quisermos, a aparência que assume este contexto de produção perante o olhar do telespectador, participa, de forma mais ou menos marcada, mais ou menos consciente, na formação da imagem e/ou do valor atribuído à informação e, por extensão, à estação de televisão que a propõe. Assim, formulámos a hipótese segundo a qual a cenografia de informação é um meio de as estações de televisão definirem uma imagem – a sua imagem de marca ou identidade –, exprimindo através dessa forma cénica (não-verbal) determinadas estratégias comunicacionais.

No sentido de evidenciar a evolução histórica dos cenários de informação televisiva, foram realizadas entrevistas em profundidade a alguns dos principais responsáveis pela con-

¹ Uma consulta às notícias editadas pela Marktest sobre o *share* mensal dos programas das três estações generalistas portuguesas (www.marktest.com, retirado a 1 de Janeiro de 2009), indica que os programas informativos de horário nobre, na generalidade, têm um *share* de cerca de 30% cada um.

² O *ticker* é conhecido pelo espectador como rodapé, utilizado para passar, no fundo do ecrã, títulos de outras notícias do dia. Este vocábulo foi adoptado do vocabulário de economia, onde designa a informações das cotações de bolsa que correm no fundo do ecrã.

³ E restantes programas de informação, distinguindo-se da *cenografia de produção* de outros programas televisivos não informativos: teatro, ficção, variedades...

cepção dos mesmos⁴, desde 1957. Com estas entrevistas, pretende-se saber, além das datas e alteração de cenário, o que está por detrás de uma mudança de cenário, bem como os objectivos a alcançar com cada um deles. Além disso, procedeu-se já à consulta de imagens de Arquivo da RTP e da SIC.⁵ A análise desta documentação processou-se a partir de três dimensões analíticas: a) caracterização da cenografia e da sua relação com as inovações tecnológicas; b) o cenário e a relação “imaginada” com o público; c) o contexto audiovisual português.

O noticiário televisivo e a evolução da cenografia de informação em Portugal

A análise produzida permitiu-nos chegar à caracterização de quatro grandes períodos da evolução histórica da cenografia de informação televisiva em Portugal⁶. Apesar de a evolução ser, obviamente, um contínuo, o estabelecimento de datas-fronteira de transição permite-nos sintetizar de forma clara as etapas da evolução da televisão. Esta divisão propõe delimitar contextos distinguindo-os pela (pre)dominância de determinados conceitos ou actores com implicações directas para a forma como se encena a informação.

1. A Era da Técnica: à procura de uma linguagem (1957-1974)

A televisão pública portuguesa inicia as emissões regulares a 7 de Março de 1957, após experiências diversas, nomeadamente a cobertura da visita oficial da Rainha Isabel II a Portugal. Esta visita determina por um lado o próprio aparecimento da televisão portuguesa e por outro a importância das notícias na televisão (Teves⁷, Entrevista: 3 Abril 2008). A RTP surge em Portugal durante o período salazarista, como televisão única sob controlo directo do governo. Este aspecto condiciona fortemente a forma e o conteúdo da programação e, obviamente, dos noticiários.

No início, a cenografia aplicada à informação é muito simples devido em grande parte à exiguidade do primeiro estúdio no Lumiar, de cerca de 18 m², partilhado com outros programas. Foi um recanto desse estúdio único, designado “a Caverna”, que foi transformado em estúdio de informação. Essa precariedade implicava a desmontagem dos cenários no final da emissão, a montagem dos da emissão seguinte e a permanência de duas equipas de cenografia 24 horas por dia (Polainas, 1998)⁸. Estas equipas traba-

⁴ RTP: António Polainas, Vasco Hogan Teves, António Casimiro, José Alberto Carvalho. SIC: Pedro Dias, Eduarda Silva, Vítor Duarte, Maria João Ruela, Luís Costa Ribas, Agostinho Ribeiro, Clara de Sousa. TVI: António Rego.

⁵ Uma segunda fase do projecto centrou-se na análise dos efeitos da cenografia informativa sobre o processamento da informação.

⁶ Partimos de uma primeira caracterização em quatro eras, referida por Polainas (1998) – Era dos Engenheiros (1926-anos 40), Era dos Realizadores (anos 1950-60 a 1970), Era dos Jornalistas (1970-1990) e Era do Marketing (a partir dos anos 1990), procurando introduzir novos conceitos e estender a análise até à actualidade. António Polainas, arquitecto e actual subdirector de Artes Visuais da RTP, trabalha no departamento de cenografia há trinta anos. É autor da tese de Mestrado em Teoria da Arquitectura, intitulada *Cenografia de televisão em Portugal (1957-1992)*.

⁷ Vasco Hogan Teves, profissional da RTP já reformado, ligado à informação de 1957 a 1974, foi Director do *Telejornal* entre 1971 e 1974.

⁸ Progressivamente chegou-se a uma optimização dos processos e definiu-se mesmo uma tipificação de cenários (Polainas, 1998). As equipas de execução foram reduzidas até serem extintas nos anos 90.



lhavam de forma artesanal e asseguravam todas as fases do processo de cenografia (concepção, execução, montagem, desmontagem, readaptação de elementos...).

Tal como noutras estações de televisão da época, a cenografia de informação na RTP debuta como a “mera” criação de uma cena ou *décor* para a transmissão das notícias: basicamente, um fundo neutro (cortina ou ciclorama), uma secretária e uma cadeira para o locutor, um microfone

para a captação de som. Lembremos que o início da transmissão das notícias na televisão corresponde também ao início da própria televisão como *media*, assistindo-se assim à procura de uma *linguagem* própria⁹, ao longo de experimentações e adaptação de técnicas e linguagens do teatro, do cinema ou da rádio.

A primeira emissão de um espaço noticioso ocorre aquando do nascimento da estação de televisão pública, pelas 22h00, meia hora depois do início das emissões regulares da RTP (Teves, 2007)¹⁰.

Do ponto de vista cenográfico, esta fase fica marcada pela influência do teatro, nomeadamente na disposição das câmaras «em linha», frente a frente com o cenário, com uma posterior adaptação às técnicas de realização do cinema (Polainas, 1998). A BBC, a CNL (EUA) e a RTF (França) são as estações que servem de inspiração a Marcelo de Moraes, arquitecto responsável pelo desenvolvimento da cenografia da RTP, cujo «objectivo prioritário» é «adaptar a estrutura da cenografia da BBC à nossa realidade» (Polainas, 1998: 120)¹¹. Em 1959, Marcelo de Moraes cria o termo *cenografista*, que ainda hoje designa o «profissional de cenografia para televisão» (Polainas, 1998: 122), aquele que concebe e cria os cenários de televisão. Esta área é a mais desenvolvida na jovem RTP, contando com uma grande equipa multidisciplinar de cerca de setenta elementos logo nos anos 1960.

A 18 de Outubro de 1959, pelas 20h30, o *Jornal de Actualidades* dá lugar ao *Telejornal* (Teves, 1998), nome que se mantém até à actualidade, ao mesmo tempo designação e formato específico do jornal televisivo de horário nobre. A sua duração fixa-se em meia hora¹² e é definido um alinhamento diferente do anterior, reservando mais espaço e tempo para os locutores¹³, inclusive através dos textos, pois “escrevia-se para os locutores” (Teves, Entrevista: 3 Abril 2008). Há a preocupação de intercalar a informação e a locução em estúdio para criar um certo dinamismo e evitar grandes blocos de imagem ou uso repetido de imagens. Em suma, cria-se um cenário que distingue

⁹ A procura do domínio da técnica audiovisual em detrimento do aspecto cénico levou a que Polainas caracterizasse este período como a Era dos Engenheiros.

¹⁰ Os antecessores do *Telejornal* são o *Noticiário*, o *Jornal RTP* e o *Jornal de Actualidades*.

¹¹ Logo em 1936, a BBC contratou «a primeira equipa de cenografia de televisão, formada por dois profissionais do cinema e do teatro» (Polainas, 1998: 23), levando à criação do *tv designer*, nos anos 50, profissional que concilia os conhecimentos de arquitectura, cultura geral e realidade televisiva.

¹² Trinta minutos é, durante muito tempo, a duração do *Telejornal*, seguida também pelas televisões privadas no seu início; antes de 1974 a duração chega a ser controlada ao minuto.

¹³ Até 1975 os redactores não podem ser considerados jornalistas por não estarem inscritos no respectivo sindicato, por isso são designados por locutores; esta questão atesta assim a dificuldade de aceitação pela profissão do novo meio jornalístico que é o jornal televisivo.

definitivamente o jornal de televisão das actualidades do cinema. Esta procura de um *estilo* para o *Telejornal* é discutida e experimentada pelos realizadores (Fernando Lopes e Hélder Mendes), o Chefe de Redacção e mesmo alguns dos locutores. Entra-se, assim, na *Era dos Realizadores*: as dificuldades técnicas iniciais já estão ultrapassadas e decide-se apostar na imagem e qualidade dos programas com a descoberta das potencialidades do mercado publicitário. Quem toma conta da produção televisiva são os realizadores e cenografistas. O desenvolvimento da cenografia toma então outras proporções, chegando a uma desejada autonomia no seio do panorama televisivo: «As técnicas de cenografia e de realização desenvolveram-se de forma a criarem regras próprias, que vieram a influenciar a “linguagem da televisão”» (Polainas, 1998: 147).

Os primeiros tempos do *Telejornal* demonstram inovação na cenografia, introduzindo o planisfério e o logótipo da estação. O planisfério, com algumas mudanças ao longo dos tempos, vai-se mantendo, pois é um elemento associado à informação (Polainas, Entrevista: 16 Janeiro 2008)¹⁴. A concepção é partilhada por Marcelo de Moraes, Octávio Clérigo e, mais tarde, António Casimiro¹⁵. Em cima da mesa (desenhada para o *Telejornal*), além do microfone, está um telefone para receber notícias de última hora¹⁶. Posteriormente, introduzem-se transparências de fundo (por um sistema de retro projecção de imagens fixas) por detrás do locutor, para difundir imagens ou texto.

1.1. A introdução do *videotape* e a cobertura dos eventos internacionais

Uma viragem tecnológica importante na história da RTP dá-se em 1964, com o intercâmbio noticioso com a Eurovisão e a introdução do *videotape*, que permite a divulgação de notícias do próprio dia¹⁷. Esta inovação permite criar uma primeira versão do que é hoje o pictograma: a projecção de uma imagem fixa ao lado direito do *pivot*. Segundo Polainas, esta inovação, que consegue transmitir a notícia à medida que acontece, acabou por cativar o olhar do espectador para a informação, olhar que antes se dirigia aos musicais e teatros emitidos pela televisão. A difusão de factos internacionais marcantes, nos anos 1960, como o assassinato de Kennedy, a Guerra do Vietname ou o Maio de 68 têm um impacto grande. “O público começa a aperceber-se de que estamos muito mais próximos do mundo do que estávamos anteriormente” (Teves, Entrevista: 3 Abril 2008). Esta mudança origina uma afirmação da importância dos programas de informação e consequentemente uma reorganização da programação e dos meios técnicos, a mobilidade de repórteres, os directos.



¹⁴ A representação do planisfério, mais ou menos estilizado ou colorido, é uma constante em quase todos os jornais televisivos, nacionais ou internacionais, e talvez o elemento cenográfico mais antigo, comum e transversal à informação televisiva. Por isso é, talvez, o ícone da informação em televisão, o símbolo do *Telejornal*, o símbolo da própria cenografia de informação. Ele representa a própria *essência* da informação televisiva: *do mundo para o mundo*, em directo.

¹⁵ António Casimiro é cenógrafo e trabalhou de 1958 a 1995 na RTP.

¹⁶ Este objecto que devia assegurar a transmissão em directo de notícias de última hora é transformado em mero adereço pela conjuntura política de controlo da informação pelo Governo de então (Teves, 2007), ou seja, o telefone não está ligado para não dar azo à difusão de notícias não controladas.

¹⁷ Notícias da Europa e também dos EUA. Até então só havia o filme, cujo tratamento atrasava a difusão actualizada das notícias (Teves, Entrevista: 3 Abril 2008).

2. A Era dos Jornalistas: do fim da censura à televisão privada (1974-1980)

O 25 de Abril de 1974 participa desta transformação da RTP: «tendo a área de informação passado pelas convulsões mais profundas, como o afastamento de pessoas anteriormente ligadas à programação (...), [surgindo igualmente um] novo formato de apresentação de notícias» com a introdução de debates no *Telejornal* e com programas independentes (Polainas, 1998: 206). É, nesta altura, resolvida a distinção entre locutores, redactores e jornalistas, contribuindo para a afirmação da profissão de jornalista no meio televisivo. Este período é marcado por mudanças constantes também na cenografia e no formato do *Telejornal*. É esta crescente importância atribuída à reportagem jornalística que nos leva a caracterizar este novo período como *Era dos Jornalistas*¹⁸. Os novos estúdios do Lumiar, inaugurados em 1977, permitem a cedência de um estúdio unicamente dedicado à informação, onde as mesas dão lugar às «bancas modulares» sendo, assim, possível adequar o cenário ao tipo de programa e ao número de convidados. «A planificação modular passou a ser uma referência para o espaço cenográfico. Todavia, a realização manteve-se simples e linear» (Polainas, 1998: 207).

2.1. A chegada da cor

A introdução da cor na televisão vem abrir novas perspectivas à cenografia, permitindo novas combinações, embora também potencie limitações: materiais utilizados na cenografia e logótipos, a iluminação, o vestuário dos *pivots*, a maquilhagem, etc.

Nos inícios dos anos 80, a área de cenografia opera uma reformulação cenográfica com implicações para a realização e a composição da imagem considerada ideal para a informação (Polainas, 1998): a *triangulação* introduzida na RTP por Manuel Tomás (Casimiro, Entrevista: 16 Abril 2008). Com os elementos cenográficos dispostos em triângulo, conseguia-se a captação dos vários intervenientes de frente bem como de distintos cenários, graças à mobilidade das câmaras e aos novos ângulos de captação de imagem, abandonando-se a tradicional disposição em *linha*. A escolha de cores, preocupação inerente ao trabalho do cenografista, assume agora grande importância, pois tudo deve transmitir uma mensagem determinada. No *Telejornal* a paleta de cores deve transmitir sobriedade e credibilidade, associada a uma imagem moderna e informal, não descurando o destaque do *pivot* através da iluminação, com aplicação de cores no cenário distintas do seu tom de pele, de modo a atrair para ele a atenção do espectador. Para tal, a RTP decide escolher o azul (Polainas, 1998).

Em Fevereiro de 1985, o cenário informativo aposta numa simplicidade com um fundo cinzento quebrado por uma linha vermelha e o símbolo da RTP. Mas logo em Junho, Carlos Fino apresenta o *Telejornal* diante de um fundo azul e cinzento com um globo iluminado a azul à esquerda do *pivot*.

A inauguração do novo centro de emissões da RTP na Avenida 5 de Outubro, em 1986, aumenta substancialmente o espaço dedicado à informação: passa a haver dois

¹⁸ Polainas (1998) utiliza esta designação para caracterizar um período anterior. E se é verdade que já antes do 25 de Abril se registava uma crescente importância do papel dos jornalistas na informação televisiva, consideramos que em Portugal só com a quebra da censura esse fenómeno ganhou consistência.



estúdios e a redacção ocupa vários andares (Polainas, 1998). Nesta altura a tecnologia invade os estúdios de informação, o que levou a dizer-se que «a Informação da RTP entrava numa nova era» começando a ser habitual o uso do directo no *Telejornal*¹⁹ (Teves, 2007). Esta tecnologia permitia integrar elementos como os ecrãs em *background*, a janela «como extensão do próprio estúdio

criando uma sensação de profundidade e permitindo a ilusão de um espaço aberto para o exterior», ultrapassando assim a limitação imposta pela exiguidade dos estúdios que não davam azo à criação de cenografias muito elaboradas (Polainas, 1998). Retomou-se o uso do planisfério de *design* moderno e estilizado, aplicado em Maio de 1986, Abril de 1987, Março de 1988, Novembro de 1988 e Fevereiro de 1991. As cores predominam no azul, branco e cinzento. Começa a apostar-se mais em infografia com a inserção do pictograma à direita e recorre-se ao *pivot* principal e ao *pivot* de Desporto.

Nesta transição para a década de noventa, «o *Telejornal* tornava-se o expoente máximo da Informação» (Polainas, 1998: 209) e ritual diário nacional, repercutindo-se na cenografia do programa. O destaque da banca de apresentação, os computadores, monitores e outras tecnologias, o *pivot* como vedeta, foram os novos elementos de uma cenografia que se pautava pela transmissão do conceito de transparência noticiosa através do uso de acrílicos. Surge uma parafernália de tecnologia com monitores, «televisores de grande formato (ou *mamute*), *videowall*, *janelas electrónicas*, *vidiwall*, composições conjugando *janela electrónica* com *vidiwall* e finalmente a utilização simultânea de todos eles: monitores de pequeno e grande formato, *vidiwall* e *janela electrónica*» (Polainas, 1998: 210). O final deste período anuncia a mudança do contexto audiovisual português com a abertura do espaço audiovisual à concorrência, previsto desde finais dos anos 1980²⁰, pondo fim a 35 anos de monopólio da RTP.

3. A Era do Marketing: competitividade na e pela informação (1992-2000)

A 6 de Outubro de 1992 iniciam-se as emissões da Sociedade Independente de Comunicação. Na SIC, o *Jornal da Noite* quis pautar-se pela diferença (Silva²¹, Entrevista: 17 Abril 2008). O logótipo composto por “cores quentes” transmitiu para a cenografia de informação da estação de Carnaxide essa mesma imagem. Pedro Dias²² (Entrevista: 27 Fevereiro 2008) caracteriza os primeiros cenários, da autoria de Tomás

¹⁹ Este facto faz mudar os hábitos dos políticos, que marcavam as suas conferências de imprensa para o horário do *Telejornal* (Teves, 2007).

²⁰ Pela mão do governo liderado por Cavaco Silva, através da segunda revisão constitucional, onde consta que «a Alta Autoridade para a Comunicação Social emite parecer prévio à decisão de licenciamento pelo Governo de canais privados de televisão, a qual, quando favorável à outorga de licença, só pode recair sobre candidatura que tenha sido objecto de parecer favorável» (Lei Constitucional n.º 1/89 de 8 de Julho, Segunda Revisão da Constituição), cumprindo o programa eleitoral de 1987 do PSD (Santos, 2002).

²¹ Eduarda Silva, autora de cenários para a SIC de 1992 a 2002, colabora actualmente com a estação em regime de *freelancer*.

²² Pedro Dias é co-fundador da SIC.

Taveira, como «opacos, com cores, linhas e ângulos quebrados»²³. O importante era demarcar a SIC da RTP com «mais cor e mais luz».

A inovação passa ainda por mostrar o que está por detrás do *Jornal da Noite* da SIC: a redacção, opção que foi posteriormente seguida pelos canais concorrentes. Este *open space* participa da mensagem institucional que podemos designar por *fábrica de notícias*, ‘local onde se fabrica algo’. Ou seja, a transmissão da notícia do próprio local onde é feita e por quem é feita. A esta junta-se a metáfora da *transparência*, dado que a notícia é transmitida pelos que a escrevem sem intermediários. Esta noção participa da imagem de marca da SIC e contrapõe-se como “crítica” à imagem algo asséptica do “estúdio” do *Telejornal* “rtpiano”, imagem demasiado *televisiva* em contraste com a imagem da redacção jornalística, esta sim *autenticamente* jornalística.

Conforme admite Casimiro (Entrevista: 16 Abril 2008), «a SIC causou um impacto muito grande», tendo alertado então para a necessidade de ser a «informação um dos grandes sectores a mexer» na RTP para fazer face à concorrência.

No ano seguinte, a 20 de Fevereiro de 1993, Clara de Sousa anuncia, no programa «Informação 4», da Televisão Independente (TVI), o nascimento do novo canal, sob um fundo que oscila entre as cores claras e o vermelho-escuro, e uma mesa de granito. A análise da cenografia seguinte da TVI (1994) ilustra bem a importância da clareza da intenção comunicacional ou da imagem corporativa que a cenografia deve traduzir. Os primeiros jornais televisivos têm uma aparência ‘sóbria’, uma só mesa, não há visão para a redacção. Por detrás do/a *pivot*, um cenário básico de cor cinzenta favorecia a concentração no apresentador; o único elemento de contraste era a mesa em vermelho mate e uma parede de ecrãs.

A resposta da RTP passa por uma nova mudança, onde a constância do planisfério alterna com uma parede de ecrãs. A mesa a que se senta Henrique Garcia em Maio de 1993 é completamente de vidro. Durante o período deste cenário, alteram-se e aperfeiçoam-se os grafismos e, com falta de uma estrutura como a da redacção da SIC, a RTP mostra também a sua através do *pivot* que por aí caminha com uma antevisão das notícias.

Posteriormente, assiste-se na TVI a uma procura de identidade cenográfica até à reformulação de 2000, já com a Media Capital, com uma imagem fortemente marcada pelo trabalho de Tomás Taveira, autor do actual cenário. As mudanças²⁴ foram surgindo timidamente com alguns apontamentos de cor até à reestruturação com José Eduardo Moniz, no final dos anos noventa. A registar duas transformações físicas evidentes, com a criação do estúdio com o *plateau* em baixo e a redacção à sua volta e numa varanda superior, em que a mutação mais evidente era a mesa do *pivot*. A par disso, registaram-se algumas evoluções no grafismo da TVI, em quase tudo semelhantes ao que o espectador vê agora, nomeadamente a gestão das cores básicas da estação: amarelo, azul e vermelho. Sem uma regra aparente, alternava a apresentação com ou

²³ Recuperado em 2008, Junho 24, de <http://www.youtube.com/watch?v=aBNuKtogREM>

²⁴ Sobre as mudanças de cenografia informativa da TVI pouco mais se pode dizer tendo em conta os poucos dados existentes sobre a estação, concretamente sobre esta temática; até agora, e apesar de várias tentativas, ainda não foi possível entrevistar responsáveis desta área na TVI.



dois *pivots*, rodeados dos elementos acima descritos: logótipo da estação, pictograma²⁵, títulos e rodapés com informação das várias outras notícias.

A estratégia adoptada pela SIC garante-lhe a conquista das audiências três anos depois do seu arranque (Santos, 2002), graças à aposta na informação (Lopes, citado em Santos, 2002; Traquina, 1997), sustentada em fontes que não as oficiais (Santos, 2002).

No seguimento da criação da SIC e da TVI, a RTP elaborou uma proposta de alteração de cenários, radicalmente diferente dos da concorrência (em 1995 e 1997), para «entrar num caminho em que se recuperou o rigor, a sobriedade, num estúdio onde não há um bocadinho de pintura, com utilização de madeira e grafismo como parte integrante, com organização geométrica, com um sentido e uma ordem» (Polainas, Entrevista: 16 Janeiro 2008). Manteve-se a imagem do planisfério, acrescentaram-se alguns dos elementos tecnológicos usados pela SIC (ecrãs), porém com muito menos destaque (*50 Anos, 50 Notícias*²⁶). O tratamento dos elementos gráficos assume uma clara importância e um papel determinante na criação de uma imagem de marca que distinga a RTP das outras televisões, a fim de retomar a audiência perdida para a SIC. A alteração de Janeiro de 1995 encobre os ecrãs televisivos com barras horizontais de acrílico transparente com planisfério recortado e parede de ecrãs por trás. Ao centro, a mesa branca e redonda que contorna um globo terrestre rodeado de ecrãs. O pictograma passa agora a ser apresentado à esquerda. Um *videowall* à direita dá ainda possibilidade de mudar o cenário por detrás do *pivot*.

Esta mutação evidencia a transição para a *Era do Marketing* em que a programação está submetida aos estudos de mercado e indicadores de audiências. Regista-se uma alteração nas temáticas e alinhamento do *Telejornal*, preenchido com os chamados *fait-divers* que prendem a atenção do espectador, alargando gradualmente os noticiários para cerca de hora e meia²⁷ (Polainas, Entrevista: 16 Janeiro 2008). O jornal televisivo aproxima-se mais do programa (de entretenimento) que do bloco de actualidades dos primórdios. Esta mutação verifica-se em todos os noticiários nacionais: cenograficamente falando, regista-se a integração de «elementos “perturbadores” para desviar e distrair a atenção do espectador mantendo-o preso ao ecrã: luzes, monitores espalhados pelo cenário, formas coloridas, etc.» (Polainas, 1998: 489). O arquitecto (1998: 448) afirma mesmo que:

Ao rigor desprovido de protagonismo dos serviços noticiosos do passado sucede o ‘espectáculo informativo’ dos nossos dias, no qual desfilam convidados (especiais e não tão especiais), pleno de cores e de luzes, por entre os quais vão espreitando alguns tímidos apontamentos noticiosos mais sérios.

²⁵ Destas, destaca-se o pictograma que indicava a sequência das notícias numa antecipação da informação e onde podia ler-se “agora, depois, a seguir”.

²⁶ Recuperado em 2008, Abril 10, de http://ww1.rtp.pt/wportal/informacao/50anos_50noticias/

²⁷ Este prolongamento dos jornais televisivos portugueses prende-se também com a possibilidade de introduzir intervalos publicitários em emissões mais longas, o que confirma a primazia do marketing neste período.

Em 1997, «para contrariar o efeito de erosão» (Santos, 2002: 96), a SIC renova os seus cenários informativos²⁸. No *Jornal da Noite*, é sobretudo a nível gráfico que se registam mais alterações: nos formatos e cores do logótipo da estação, rodapés, títulos, oráculos, *tickers* e pictogramas (por vezes com o uso de um plasma ao lado do *pivot*).

Em 2000 há uma nova mudança da RTP com uma mesa oval cinzenta ao centro sob um estrado com luzes vermelhas ou azuis. Os *desktops* dão lugar aos portáteis e os grafismos, incluindo o pictograma, são envolvidos em cor laranja. Atrás dos *pivots*, uma parede de *vidis*, sendo os da esquerda, que se vêem com o *pivot* de Desporto, ladeados por colunas luminosas a azul. Introduce-se, ocasionalmente, a apresentação em pé.

A RTP enfrenta o desafio da inovação e, já perto do século XXI, muda para um cenário bem próximo do actual (*50 Anos, 50 Notícias*²⁹). O novo estúdio integra a redacção, «não há um espaço fechado, tudo é um espaço de trabalho» (Polainas, Entrevista: 16 Janeiro 2008), situado no r/c do edifício da Avenida 5 de Outubro. Insiste-se novamente na apresentação ocasional em pé. A mesa do *pivot* é uma das grandes inovações, já que pode rodar a 180 graus, permitindo uma maior variação de cenários.

4. A Era do Virtual: novamente à procura de uma linguagem própria (2001-)

O novo milénio traz transformações tanto ao nível tecnológico (generalização do uso do virtual) como cenográfico em todas as televisões. Permutam-se directores e *pivots*.

Em relação à SIC, Silva (Entrevista: 17 Abril 2008) fala em “época Rangel” e “pós-Rangel”³⁰, com a entrada de Alcides Vieira para a direcção de Informação e o termo da colaboração de Tomás Taveira³¹. Importava haver aqui uma demarcação da imagem anterior, com uma nova cenografia³²: fecha-se a vista sobre a redacção com um *videowall* onde podem ver-se inúmeros canais em simultâneo. Abandonam-se os ecrãs e a SIC entrega-se ao virtual³³ e ao *croma key* numa redacção com a janela fechada.

A 31 de Março de 2004, nasce «a nova RTP», conforme o anúncio de José Rodrigues dos Santos na abertura do *Telejornal* nas novas instalações da Avenida Marechal Gomes da Costa. O estúdio, com cerca de 1000 m², foi «concebido e projectado pelas unidades internas de cenografia da RTP e combina as técnicas de cenografia de produção e informação respondendo assim à necessidade de concentrar meios cenográficos num espaço único, individualizar ambientes para produção semanal de vinte e três programas diferentes, possibilitar uma flexibilidade tal que permita a mudança diária de cenários para dez programas, aliada à presença de um espaço redactorial para cerca de setenta jornalistas»³⁴. Inicia-se o uso do virtual em notícias de grande impacto, em que o *pivot* apresenta as notícias de pé.

²⁸ «O cenário incluía *displays* de informação ao lado e por detrás do *pivot*, com informação suplementar, o que criou a imagem de marca do canal. Ainda não era um ecrã idêntico ao das múltiplas janelas da página da Internet, com um oráculo a correr no rodapé, como ocorreria já na passagem para o novo século, mas aproximava-se disso» (Santos, 2002: 96).

²⁹ Recuperado em 2008, Abril 10, de http://www.rtp.pt/wportal/informacao/50anos_50noticias/

³⁰ Emídio Rangel foi director-geral da SIC, ocupando o mesmo cargo na RTP a partir de 2001.

³¹ Dado que entretanto tinha, alegadamente, concebido cenários para o jornal televisivo da TVI.

³² Eduarda Silva assume com Agostinho Ribeiro a autoria deste novo cenário.

³³ Uma primeira experiência de cenografia virtual é feita pela SIC em 1997, aquando da emissão especial das eleições autárquicas (Santos, 2002).

³⁴ Recuperado em 2008, Março 13, de <http://www.rtp.pt/wportal/grupo/instalacoes4.htm>

Em Fevereiro de 2006, a SIC apresenta o *Jornal da Noite* com cenário remodelado. Agora, o espectador pode ver, alternadamente, a imagem de um globo terrestre em movimento rotativo e uma ilustração da notícia, usando o virtual. A apresentação em pé também figurava neste novo modelo, no lado oposto à mesa do *pivot*. Alcides Vieira reitera que o que importa é «melhorar, em muito, a qualidade da informação», através do seu fortalecimento com gráficos ou imagens, e apostando na predominância do vermelho, azul e branco (2006, Fevereiro 17). Porém, esta cenografia revelou-se problemática, dado que o movimento permanente era factor perturbador e a imagem do globo era constantemente substituída por imagens relacionadas com as notícias, levando à perda da identidade daquele jornal (Duarte³⁵, Entrevista: 26 Junho 2008).

Esta apresentação das evoluções das três televisões torna ainda mais clara a luta pelas audiências e a resposta “taco a taco” às alterações verificadas em cada uma. Na *Era do Virtual*, que prolonga a *Era do Marketing*, estas transformações traduzem a procura de inovação técnica para conseguir uma maior atracção do telespectador.

Tridimensional, virtual e real

A SIC utilizou pela primeira vez a cenografia virtual fora das telas verdes (*chroma key*) no *Jornal da Noite* de 19 de Novembro de 2007, com a tridimensionalidade. De um, passa-se para dois *pivots* e “repeca-se” a abertura da janela para a redacção. O virtual permite contornar os problemas de espaço, uma variação mais rápida dos cenários, ainda que não à velocidade desejada, ao invés do cenário real que exige tempo de montagem e desmontagem (Dias, Entrevista: 27 de Fevereiro de 2007).

Esta transformação resulta de um profundo trabalho de reflexão e de concepção de uma nova imagem para a informação da SIC e que passou pela criação da Bloom Graphics, em Março de 2007, empresa que reúne as áreas de cenografia, design gráfico e imagem gráfica de todos os canais SIC. Esta transformação mexeu com a organização espacial da redacção, da central técnica e do estúdio, com a forma de trabalhar dos jornalistas³⁶, mas também com os elementos gráficos que foram reduzidos em tamanho e em quantidade (Duarte, Entrevista: 26 Junho 2008). O estúdio passa a ter três espaços: a mesa ao centro, o “palco” virtual à esquerda e à direita um espaço dedicado aos especialistas. Contudo, o cenário virtual parece acrescentar pouco ao que se pretende informar. Tome-se como exemplo a edição de 19 de Março de 2008: numa notícia acerca da subida dos preços do petróleo adicionam-se, ao lado do *pivot*, alguns barris virtuais³⁷. Trata-se mais de um elemento ilustrativo do que informativo e de uma tecno-

³⁵ Vítor Duarte é actual director da Bloom Graphics, trabalha na área gráfica da SIC desde 1992; é um dos autores da última transformação cenográfica da SIC.

³⁶ A redacção passa a organizar-se num agrupamento concêntrico partindo de um pólo central ou *in-take* que processa a chegada da informação, estando os jornalistas distribuídos por áreas temáticas e já não por equipa de programa informativo. Nesta lógica o próprio acto de redacção da peça é alterado dado que o jornalista escreve a notícia para si mas também para o pólo central, podendo a notícia ser utilizada noutro bloco informativo. Os profissionais passaram a colocar-se de costas para o estúdio, deixando à vista os monitores dos computadores (Duarte, Entrevista: 26 Junho 2008).

³⁷ Recuperado em 2008, Maio 3, de <http://sic.aneiou.pt/online/noticias>



logia em experimentação ou adaptação. A composição da imagem é também um novo desafio para os realizadores, dado o tamanho do palco virtual, parecendo por vezes o *pivot* ficar muito pequeno.

Apesar do virtual, a concorrência é bem real, levando à conseqüente transformação da informação num produto comercial cujo valor está nas audiências que consegue gerar (Polainas, Entrevista: 26 Janeiro 2008).

Inevitavelmente, a RTP mudou o seu grafismo a 26 de Maio de 2008, sendo acusada de plágio pela SIC: a estação pública apostou em cores mais quentes no seu genérico, deixando de parte os rodapés corridos que deram lugar a frases fixas. Adaptando a cenografia ao novo grafismo, em Dezembro último, o aspecto da redacção *background* do *Telejornal* muda. Com um aspecto futurista, a RTP aposta numa mesa imponente e de design vanguardista.

Esta última mutação cenográfica da SIC põe em evidência um aparente paradoxo: ao mesmo tempo que se cria um “palco virtual” para dar todo o espaço à nova tecnologia – o tridimensional virtual –, redimensiona-se a cenografia convencional, reintegra-se a redacção no estúdio de forma mais cenografada (para que o que seja visto pelo telespectador seja mais pertinente e mais atractivo) através de uma reorganização total do espaço físico da redacção e do estúdio. O virtual comanda o concreto. Podemos talvez falar de uma nova *Era dos Engenheiros* ou, pelo menos, de uma tecnologização da informação. É interessante verificar que os autores desta transformação são maioritariamente *designers* gráficos e de equipamentos. A técnica e o design primam sobre o conteúdo.

Conclusão: Porquê mudar de cenário informativo?

Ao longo da evolução histórica dos jornais televisivos das três televisões generalistas nacionais, aparecem como principais razões de mudança de cenografia a inovação tecnológica e a decisão da direcção. De facto, a introdução de novos dispositivos tecnológicos obriga a repensar a cenografia, seja por pequenas adaptações seja por profundas transformações ao nível dos materiais, das cores, da iluminação, da relação da redacção com o estúdio e, conseqüentemente, da relação com o telespectador. A direcção da estação ou a direcção de informação são na maioria das vezes quem desencadeia as mudanças, para imprimir a sua marca própria, para fazer face à concorrência e reconquistar audiências ou para renovar o “visual”³⁸. Muitas vezes são também os cenografistas quem sugere e concebe alterações para encontrar soluções mais equilibradas, mais operacionais, mais “conseguidas”.

As alterações efectuadas à cenografia, nomeadamente nos seus aspectos gráficos, são decididas, em muitos casos, em resposta a críticas ou protestos (dos telespectadores

³⁸ Em período de monopólio “rtpliano”, havia os “mapas-tipo” recordados por Teves (Entrevista: 3 Abril 2008) e Casimiro (Entrevista: 16 Abril 2008), que ditavam a mudança dos cenários de dois em dois anos.

ou dos críticos³⁹) ou mesmo ajustes a problemas constatados internamente. Durante a nossa pesquisa não foi possível, ainda, determinar de que forma é tratada esta informação e por quem, se existem estudos sistemáticos da recepção dos telespectadores da RTP, SIC e TVI, embora existam referências a estudos pontuais. Este facto vem ao encontro do que já foi constatado noutras áreas em que a cenografia assume a mesma importância (como as exposições em museus⁴⁰), onde a reflexão sobre a linguagem própria da cenografia não merece uma atenção sistemática e continuada e parece não ter eco junto dos comanditários. Isto deve-se em parte às próprias características do processo de concepção cenográfica e ao estatuto da cenografia e dos cenografistas enquanto profissionais. Situada a meio caminho entre arte e técnica, entre arquitectura e design, entre arte de concepção do espaço e processo artesanal de fabrico de dispositivos, a cenografia padece, na televisão como nos museus, do reconhecimento que lhe é devido e que, paradoxalmente, lhe é de facto acordado pelos meios que as estações nela investem. Um aspecto que pode justificar em parte esta discrição da cenografia é o facto de ela ser, no fundo, “a receita secreta” da televisão, a “alma do negócio” da diferenciação e da imagem, donde deve permanecer secreta⁴¹.

Qual será o impacto desta (nova) relação de forças no estúdio sobre os profissionais da informação, por um lado, e sobre os telespectadores, por outro?

Em Portugal, esta preocupação está por se manifestar. No entanto, a investigação na área da comunicação tem procurado documentar a forma como os espectadores alteram a sua atenção em função de uma variedade de condições de visionamento, tendo como base a teoria da atenção selectiva de Broadbent (citado por Warshaw, 1978) que afirma que o processamento da informação está naturalmente restringido por uma filtragem sensorial da atenção que permite somente a um número limitado de estímulos aceder à memória de longo prazo. Alem Warshaw, também Reese (1981; 1983), Drew e Grimes (1987), Grimes (1991), Moore, Burton e Myers (1996) e Bergen, Grimes e Potter (2005) direccionaram a sua atenção para esta problemática.

No futuro, este projecto aponta para a caracterização do comportamento dos portugueses aquando do visionamento dos jornais televisivos de horário nobre, no sentido de elucidar os profissionais deste campo para as futuras concepções de cenários, tirando deles o máximo partido no que toca ao processamento da informação.

³⁹ O aspecto actual da cenografia de informação, nomeadamente os grafismos, é alvo do olhar crítico de antigos profissionais, sendo qualificado de “um certo barroquismo” (Casimiro, Entrevista: 16 Abril 2008) e de “saturação de informação” (Teves, Entrevista: 3 Abril 2008); é criticado também o recurso à repetição de imagens e peças ao longo do dia, prática evitada nos primeiros anos da RTP, apesar das limitações técnicas da época.

⁴⁰ Entre os trabalhos que abordaram esta questão da cenografia de exposições de uma forma mais englobante referimos Veron, Levasseur (1985), *Ethnographie d'une exposition*, Centre Georges Pompidou/BPI, e Saraiva, Maria (2001), *L'Environnement sensible dans les musées à caractère ethnologique. Approche interdisciplinaire des ambiances muséales*. Thèse de Doctorat en Architecture, Université de Nantes.

⁴¹ Daí a não publicação de projectos cenográficos, a não divulgação da estratégia comunicacional subjacente e mesmo a ocultação de certos dispositivos a profissionais em visita (aspecto referido por Polainas aquando de uma visita a estúdios de informação de uma televisão americana).

Bibliografia

- Bergen, L., Grimes, T. & Potter, D. (2005). "How Attention Partitions Itself During Simultaneous Message Presentations". *Human Communication Research*, 31, 311-336.
- Diciopédia 2008 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora, 2007. ISBN: 978-972-0-65263-8.
- Drew, G. & Grimes, T. (1987). "Audio-Visual Redundancy and TV News Recall". *Communication Research*, 14, 452-461.
- Feio, F. (2008, Maio 28). *Diário de Notícias*. Recuperado em 2008, Maio 28, de http://dn.sapo.pt/2008/05/28/media/sic_acusa_de_copiar_grafismo_informa.html
- Grimes, T. (1991). "Mild Auditory-Visual Dissonance in Television News May Exceed Viewer Attentional Capacity". *Human Communication Research*, 18, 268-298.
- Instituto António Houaiss de Lexicografia Portugal (2005). *Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa*. Lisboa.
- Lei Constitucional n.º 1/89, de 8 de Julho (Segunda Revisão da Constituição).
- Mendes, J. A., Santos Silva, C. & Marques, N. (2007, 3 Março). "Cultivar ou entreter". *Única* (suplemento do jornal *Expresso*). Recuperado em 6 de Março de 2008 de <http://clix.semanal.expresso.pt/unica/artigo.asp?edition=1792&articleid=ES248164>.
- Moore, M., Burton, J. & Myers, R. (1996). "Multiple-channel communication: the Theoretical and Research Foundations of Multimedia". Em D. H. Jonassen (Ed.). *Handbook of Research for Educational Communications and Technology*. Ohio, Estados Unidos da América: Ohio State University.
- Polainas, A. (1998). "Cenografia de televisão em Portugal (1957-1992)". Tese de mestrado inédita, Universidade Lusíada.
- Reese, S. (1983, Agosto). *Improving Audience Learning from Television News through Between-Channel Redundancy*. Comunicação apresentada no congresso anual da Association for Education in Journalism and Mass Communication, Corvalis.
- Santos, R. (2002). "Dez anos de história da SIC (1992-2002)". *Observatório*, 6, pp. 93-105.
- Teves, V. H. (2007). *RTP 50 anos de televisão*. Recuperado em 2008, Fevereiro 13, de <http://ww1.rtp.pt/wportal/sites/tv/50anos/>
- Teves, V. H. (1998). *História da Televisão em Portugal*. Lisboa: TV Guia Editora.
- Traquina, N. (1997). *Big Show Media: Viagem pelo mundo do audiovisual português*. Lisboa: Editorial Notícias.
- Warshaw, P. (1978). "Application of Selective Attention Theory to Television Advertising Displays". *Journal of Applied Psychology*, 63, 366-372.
- 2006, Fevereiro 17. "Informação da SIC vai mudar na segunda-feira". *Diário de Notícias*. Recuperado em 2008, Março 28, de http://dn.sapo.pt/2006/02/17/media/informacao_sic_mudar_segunda-feira.html

O meu Telejornal já não é o nosso: Questões que o determinismo tecnológico coloca ao dispositivo televisivo

Luís Miguel Loureiro*

Resumo

Quando a sua aplicação se cruza em campos da produção e recepção mediática como a Televisão e os Novos *Media*, as teses centradas no determinismo tecnológico revelam duas imediatas limitações. A primeira tem a ver com a noção de controlo dos respectivos dispositivos: os ‘espectadores’, passivos e controlados externamente, transformam-se supostamente, pela entrada em jogo do potencial das tecnologias, em ‘utilizadores’ totalmente autónomos e interactivos. Contudo, nestas análises, o determinismo tecnológico revela ainda uma segunda faceta paradoxal: é que o olhar que promove estabelece-se, invariavelmente, a partir da influência da tecnologia sobre dinâmicas que dela parecem depender. Assim, apesar de afirmar, com os Novos Media, a aparente vitória final do ‘utilizador’, na verdade, é sempre o dispositivo de produção de base tecnológica, qualquer que ele seja, que concentra o ponto de vista determinista. É a desmontagem crítica deste paradoxo que o presente artigo pretende promover. Para tal, escolhemos como objecto analítico o dispositivo ‘O Meu Telejornal’, disponível *online* no *site* de notícias da estação pública de televisão RTP. Neste texto, procura-se discutir, por um lado, os pressupostos de elaboração do dispositivo, para, por outro, questionar a relação funcional entre o dispositivo assim elaborado e os seus pretensos destinatários, levando-nos, enfim, a tentar perceber o verdadeiro lugar do ‘espectador’/‘utilizador’.

Palavras-chave: televisão, convergência, *Telejornal*.

* Jornalista da RTP (Rádio e Televisão de Portugal), doutorando em Ciências da Comunicação no Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

Em Março de 2009, a empresa pública portuguesa de Televisão RTP inaugurou no seu portal de Internet o serviço *O Meu Telejornal*. Trata-se de uma evolução funcional da fragmentação em notícias vídeo que já se observara anteriormente. O utilizador *online* da página de vídeos de informação da estação passou a ter não só acesso aos diversos conteúdos noticiosos separados notícia a notícia, extraídos para o *site* a partir dos principais serviços noticiosos da estação em sinal aberto (o programa da manhã, *Bom Dia Portugal*, e os noticiários do almoço, *Jornal da Tarde*, e da hora de jantar, *Telejornal*), como a poder organizá-los de acordo com um *alinhamento* por si definido para imediato ou posterior visionamento. A experiência significa, pois, a potencial geração de uma miríade de novas *totalidades* estabelecidas individualmente por cada um dos *utilizadores-espectadores* a partir dos fragmentos da *totalidade* primordial definida pelo *produtor-difusor*, bem como a consagração de uma *destemporalização* da relação entre emissor e destinatário da mensagem televisiva. Serão essas novas totalidades *partilháveis* como é a totalidade primordial que lhes dá origem? Pressupondo o sucesso de experiências como esta, está ou não colocado em causa o próprio dispositivo televisivo como o conhecemos? Onde fica o produtor? Que novos discursos emergem? Chegou a prometida era da *pós-televisão*?

Neste artigo, mais do que respostas a estas questões, procuramos essencialmente um olhar crítico sobre as consequências que uma perspectiva fundada nas teses do determinismo tecnológico¹ está a ter na elaboração dos dispositivos alternativos de interação que envolvem a reutilização e potencial reapropriação de aspectos constitutivos do dispositivo televisivo tradicional. De facto, embora crescentemente questionadas na academia, especialmente pelas Ciências Sociais, essas teses continuam a dominar os discursos sobre Televisão e a tomar conta de importantes processos de decisão. Escolhemos o questionamento do *espectador* e do lugar que este ocupa nos diversos dispositivos como ângulo central para estabelecer esse olhar.

O fim da televisão: o espectador em crise

Foi da conversa tecnológica que surgiram as primeiras noções de que a televisão, meio século depois de nascer, estaria já a contar os seus dias. O dispositivo, tornado tradicional pelos novos *media*, estaria também em vias de se tornar totalmente obsoleto. Desde 1995 que autores como Alejandro Piscitelli falam em *pós-televisão*. O investigador argentino considerava então que o avanço da computação à distância, com o crescente e facilitado manuseamento caseiro de conteúdos vídeo acabaria por subjugar a TV que conhecemos (1995: 23). Num livro que, anos mais tarde, dedicou ao assunto, Piscitelli desenvolve a sua argumentação partindo do prólogo de Alberto Ure. O texto, retirado de uma crónica escrita pelo autor no diário argentino *Clarín*, fala do modo centrípeto de funcionamento do dispositivo televisivo, mas também da peculiar posição do *espectador* nele:

¹ Muitos dos estudos e propostas que envolvem uma relação entre novos e velhos *media*, mesmo que não o assumam explicitamente ou que inclusivamente o tentem evitar, filiam-se na tradição sociológica do determinismo tecnológico, na qual “a tecnologia é tratada como se existisse acima da sociedade (como se fosse uma variável independente) e determinasse a sua forma, o que faz com que as análises se confinem aos chamados impactos sociais da tecnologia” (Simões 2006: 77).

O prazer estético funcionou sempre como um *zapping* sobre o objecto, porque toda a obra de arte é sempre uma obra aberta, embora não saibamos bem qual será a recombinação secreta que fará com que o receptor continue a segui-la. Além disso, a Televisão é um meio que abarca todos os objectos, submetendo-os às suas regras. (Ure in Piscitelli, 1998: 18)

Isto é, para o dramaturgo e cronista, já há muito que está latente o conflito relativo a quem controla o quê no ecrã televisivo. Ure resolve-o de modo peculiar, defendendo a ideia de que, mergulhado num oceano de imagens onde o dispositivo o pretende manter sob um suposto controlo, o *espectador* de televisão se torna cínico (Ure in Piscitelli, 1998: 20-21). Não foi certamente por acaso que Piscitelli chamou esta reflexão sobre a posição do *espectador* ao prólogo de uma obra em que desenvolve, a partir do entorno tecnológico que cerca o dispositivo televisivo, os seus argumentos sobre os últimos dias da televisão (1998: 33-75). Será, assim, neste cinismo, que Piscitelli inspira a sua proposta de uma *pós-televisão*. Esta seria o resultado terminal do encontro com um *espectador* que se volta cínica e criticamente contra o dispositivo televisivo tradicional e revela a sua face na consumação de um controlo efectivo do ecrã, obtido graças à promessa do novo universo da interacção *online*. Um *espectador* que se consome e se consoma. E deixa, por isso, de *ser*.

Para autores como o jornalista Ignacio Ramonet tem sido nos próprios ecrãs de televisão que esta fase *pós-televisiva* se vem desenhando. Há uma espécie de *TV do real* que emerge especialmente a partir de programas de *voyeurismo* colectivo como o *Big Brother*, mas que irrompe também nos restantes formatos, mesmo os de informação, fazendo surgir novas celebridades descartáveis e precárias para as quais “a recompensa simbólica não é apenas a satisfação pessoal, o narcisismo de ter aparecido na televisão, de ter conseguido fazer uma única e efémera passagem (num jogo, num concurso, num depoimento). Agora, é tornar-se a personagem de uma história” (Ramonet, 2001). Os sinais de uma *pós-televisão* seriam, então, dados por uma massiva invasão do ecrã televisivo por *espectadores* que deixaram de ser. Eliseo Verón recorre à semiótica de Peirce para explicar a sua convicção de que a terceira etapa da história da Televisão se iniciou precisamente com os programas que convidam a um cada vez maior *voyeurismo*, onde o novo interpretante central consiste “numa configuração complexa de colectivos definidos como exteriores à instituição-televisão, mais atribuíveis ao mundo não mediatisado do destinatário” (Verón, 2001: 7). Ou seja, Verón desloca o eixo do interpretante dominante para o exterior da televisão: é aos públicos que cabe o novo lugar central na enunciação mediática. E assim, para o semiólogo argentino, esta será mesmo a derradeira fase, a que decretará o fim da televisão de *grande público*: a deslocação do interpretante para o exterior da instituição-televisão (multiplicando-o) contraria, por definição, a noção de escassez de oferta que activava grandes audiências.

Mais recentemente, outro autor do espaço francófono, o sociólogo Jean-Louis Missika entrou também no debate, publicando, em 2006, o livro *La Fin de la télévision*. Para Missika, os argumentos já não se debatem hoje no campo tecnológico. Não é a televisão como tecnologia que está em causa, mas a televisão como meio capaz de reunir as sociedades modernas: “Estamos num mundo de omnipresença de imagens e

de inexistência de média. Cada vez mais imagem, cada vez menos televisão. Estamos prestes a conhecer uma sociedade sem televisão” (2006: 7). A grande mudança residirá na natureza da relação do *espectador* com a programação: se, numa fase inicial, a *paleotelevisão*, na designação proposta por Umberto Eco, o *espectador* assumia a posição, de inferioridade, do *aluno* perante o *professor* (2006: 13), esta evoluirá posteriormente, na *neotelevisão*, para uma posição de maior igualdade entre o *animador* e o *animado*, apesar de se manter um determinado ascendente exercido por um dispositivo de produção que garante ainda que haja *quem fale* e *quem escute* (2006: 21). É precisamente o desaparecimento contemporâneo desta diferenciação que, para Missika, anuncia a *pós-televisão* (2006: 29): um dispositivo que, paradoxalmente, avança para o seu epílogo produzindo diariamente as suas *estrelas*, do cidadão anónimo ao apresentador do telejornal (2006: 35). Mais: a *pós-televisão* já não é capaz, como antes, de reunir as multidões defronte dos ecrãs na partilha dos grandes cerimoniais colectivos, os quais a própria televisão tinha a capacidade de *criar*. Para Missika, os grandes acontecimentos da contemporaneidade *ultrapassaram* a televisão, esta deixou de *mediar*, deixou de *ter algo a dizer*, limita-se a transmitir aquilo que a negociação dos direitos lhe permite (2006: 88-90). Isto é, a *pós-televisão* perdeu a capacidade de reunir, é ela própria que se *re-une* ao acontecimento. Perdeu, assim, também, a capacidade de *sincronizar* o debate público e, com isso, acompanha o que, para o autor, é a própria desintegração do espaço público (2006: 93-105).

Rendez-vous para um novo espectador ou uma televisão que resiste

A televisão de arquitectura analógica, ou seja, a televisão como a conhecemos das últimas décadas, tem muito pouco de verdadeiramente interactivo: nela resta-nos pouco mais do que o *zapping*. A emissão, organizada na lógica sequencial de uma única linha temporal, é-nos facultada em fluxo contínuo. Programa após programa. Como consequência desta simultaneidade na difusão e recepção das mensagens audiovisuais, explica Felisbela Lopes que “a compreensão daquilo que é emitido só [é] possível se aquele que vê conseguir aproximar-se das relações contextuais que fixam o sentido de cada fragmento” (1999: 69). Ou seja, o receptor só pode compreender a mensagem, tornando-a efectiva, se a acompanhar com atenção ao mesmo tempo em que esta é emitida. O sincronismo é, assim, parte integrante essencial da percepção desta televisão sequencial e ordenada no tempo, através da sua programação. Este facto, que uma visão mais técnica pode considerar anacrónico ou mesmo ultrapassado à luz dos avanços tecnológicos mais recentes, é, como vimos, paradoxalmente percebido por autores como Dominique Wolton como uma das forças maiores da televisão generalista, mesmo eventual condição para que esta continue a fazer sentido no panorama mediático contemporâneo (1994: 128). Assim, se por um lado a mensagem audiovisual veiculada pela televisão sequencial, em especial a generalista, requer um receptor passivo, essa passividade tem de conter, no entanto, uma forma mínima de participação individual.

Foi baseada nestas premissas que, durante o último meio século, a televisão tradicional construiu o seu domínio absoluto sobre o panorama mediático, aplicando sempre

a mesma receita técnica: uma emissão em fluxo contínuo, síncrono – entre emissão e recepção – e único. Por quanto tempo mais?

Na última década e meia inúmeros investigadores debruçaram-se sobre todo o tipo de questões ligadas à transição da televisão para o digital. As tecnologias, os conteúdos, os desafios, as dúvidas. No livro *Presente Y Futuro de la Television Digital* fazia-se, já em 1999, uma análise de largo espectro ao processo de digitalização da TV em Espanha e noutros países. Contudo, chegamos a 2009, dois anos após o prazo fixado como limite pelas autoridades federais norte-americanas para o final do período de transição para a digitalização total dos sinais de televisão (Lafrance, 1999: 283), e o que vemos de facto? A televisão digital existe há muito como tecnologia, mas potencialidades próprias da digitalização como a interactividade no televisor parecem ainda estar relativamente distantes, ou no mínimo, subaproveitadas. Já em 1999, o investigador canadiano Jean-Paul Lafrance avançava com um conjunto de possíveis explicações de cariz comportamental que, uma década após, se mantêm pertinentes: enquanto a Cultura da Televisão emerge essencialmente da passividade do *telespectador*, a Cultura Informática exige uma atitude pró-activa do *utilizador* (1999: 288). Steven Shaviro resume tudo a uma ideia: “a Televisão dirige-se aos meus ouvidos e olhos; mas a Net solicita todo o meu corpo” (2002: 200). A noção de distância, invocada por vários autores, tem aqui particular cabimento: a televisão vê-se a dois metros, ou mais, o computador utiliza-se a quarenta centímetros. Se é verdade que, no essencial, as diferenças comportamentais se mantêm, temos razões para crer que estas se têm vindo a tornar meramente contextuais. Será antes no modo de utilização do ecrã que a diferença reside. Isto é, a utilização do ecrã como monitor de computador, quando nele processamos um texto ou navegamos na Internet, leva-nos a lançar o corpo todo na relação. Mas é ou não verdade que o ecrã contemporâneo, mesmo o do computador de mesa, tantas vezes evolui no sentido do ecrã televisivo e nos induz ao afastamento físico e à mera ligação pelo olhar? Estaremos, assim, perante o cenário de uma mudança que resulta da convergência e integração dos dois comportamentos, produzindo como efeito uma reconfiguração do dispositivo televisivo daí resultante?

O cepticismo manifestado em 2001 por autores como Manuel Castells² relativamente à convergência televisão-Internet está, de facto, de forma cada vez mais evidente, a esbater-se na evolução posterior para a chamada *web social* (ou *web 2.0*)³, especialmente naqueles que estabelecem o entretenimento como factor central do uso da Internet. Neste particular, *sites* e redes de partilha social como o *YouTube* surgem como referência incontornável na forma como os actuais utilizadores da Internet a procuram

² Castells considerava que, “em vez de convergir com os *media*, a Internet está a afirmar o seu carácter específico como meio de comunicação” (2004: 236), para concluir que, então, a Internet era essencialmente comunicação, enquanto a televisão era principalmente entretenimento (2004: 236-237). Trata-se, contudo, de um cepticismo manifestado de forma cautelosa. Em *A Galáxia Internet*, Manuel Castells admite que pode estar enganado e que o curso dos acontecimentos o pode vir a desmentir (2004: 230).

³ *Web social* ou *web 2.0* são designações utilizadas para definir a actual forma de uso e configuração da Internet dominada pela partilha de conteúdos gerados pelos próprios utilizadores, na qual se popularizaram as ferramentas de auto-edição desses conteúdos.

com o objectivo central da fruição. Isto é, a grande diferença da actual rede para a que Castells leu como estando longe do uso central dado à televisão é que, agora, a Internet parece servir cada vez mais o mesmo propósito da televisão. Se dúvidas restassem, é provável que o casamento celebrado no início de 2009 entre o *YouTube* e as produtoras japonesas de plataformas tecnológicas de jogos *Sony* e *Nintendo*, que permitiu cruzar o entretenimento proporcionado pelos conteúdos do *YouTube* com a fruição dos jogos em *interfaces* construídas sobre a plataforma televisiva, tenha servido para as dissipar.

O início de 2009 revelar-se-ia, aliás, bastante profícuo em dados que fazem antever a possível generalização desta tendência. A colaboração entre a estação de televisão *CNN* e a rede social *online Facebook*, experimentada no acompanhamento do dia de tomada de posse de Barack Obama como presidente dos Estados Unidos, foi anunciada como uma operação de sucesso global. De facto, neste dia, a televisão foi literalmente transportada, adicionada e reapropriada pela lógica de *egocasting*⁴ no ambiente *online*, originando vários números *record* que, por se apresentarem sem precedentes na história da Internet, foram alvo de um imediato fascínio. Devemos notar, contudo, que só nos Estados Unidos, as emissões tradicionais de televisão correspondentes continuaram a registar audiências bastante superiores. De acordo com dados da agência Nielsen Media Research, citados pela agência Reuters, referentes apenas a receptores ligados nas casas americanas (o que exclui a projecção para multidões que se reuniram junto a ecrãs gigantes e em locais como bares e cafés), o momento alto do acto de tomada de posse, entre as 12.00h e as 12.30h (hora da costa leste americana), foi seguido por uma média de 8,5 milhões de espectadores na *CNN*, 5,5 milhões de espectadores do *Fox News Channel* e 3,1 milhões de espectadores da *MSNBC*, ou seja, totalizando, só nestes canais de notícias, mais de dezassete milhões de espectadores, dez vezes mais que o total de *streamings* de vídeos simultâneos registados a partir do *site* da *CNN* para todo o universo da Internet. São dados que nos obrigam a manter algum do necessário distanciamento analítico em relação à onda de entusiasmo que o acontecimento motivou. O mesmo distanciamento que nos leva, no seguimento de um raciocínio que foi imediatamente proposto pela investigadora brasileira Beth Saad Corrêa no blogue *Intermezzo*, a deduzir a hipótese de que, quer através da emissão transportada e reapropriada na Internet, quer através das emissões televisivas tradicionais, este terá sido essencialmente um momento de *partilha*, em primeira análise, de âmbito nacional, mas também global, primariamente motivado por uma partilha de *identificação*.

Assim, tendo em conta os respectivos modos comportamentais de utilização, parece-nos que a Televisão e a Internet estão de facto a convergir, sendo, neste aspecto, o *entretenimento* e a *partilha* possíveis chaves que nos permitem entender melhor esta noção de *convergência*. Se é certo que este movimento fusional foi antecipado há mais de uma década por tecnólogos como Nicholas Negroponte (1996: 192), não deixa de ser interessante observar que, para se dar de facto, esta *convergência* comportamental

⁴ Num artigo escrito em 2005 para a revista *The New Atlantis*, a especialista norte-americana em Bioética Christine Rosen propôs o *egocasting* como forma de explicar “um mundo onde exercemos um controlo sem precedentes sobre o que vemos e o que ouvimos” (2005: 67). Para Rosen, o grande perigo do que designa por tecnologias da personalização é o facto de nos permitirem “evitar conscientemente ideias, sons e imagens com os quais não concordamos ou de que não gostamos” (*idem*).

parece depender, pelo menos em parte, da transformação do *utilizador* num novo tipo de *espectador*. Confirmar-se-á, assim, a pertinência do trabalho da investigadora norte-americana Michele White.

O que White propõe é, na realidade, um olhar alternativo à corrente analítica que tem dominado a conversa sobre a Internet. Na sua obra *The Body and the Screen* (2006), a autora assume a necessidade de estabelecer uma ruptura em relação às teses que defendem que os *utilizadores* da Internet deixaram de ser meros *espectadores* (2006: 8). Pelo contrário, White serve-se de um conjunto de argumentos teóricos que conjugam, entre outras, a teoria psicanalítica do cinema e a teoria do dispositivo, para analisar em profundidade o modo como a Internet *produz*, de facto, o seu *espectador*.

A proposta de White não só não é inócua neste alternativo ângulo de abordagem que propõe relativamente aos contemporâneos uso, interacção e contemplação em meios *online*, como rasga uma perspectiva abrangente relativamente ao modo como inserimos no quotidiano a nossa relação com os ecrãs. Permite-nos formular, desde logo, uma hipótese cuja imanência a partir deste raciocínio é quase óbvia: a de que a *convergência* comportamental de que falamos não se resume a uma dinâmica de um só sentido, à qual o discurso académico tem estado relativamente preso. Assim, não será apenas no dispositivo televisivo que se observará o reajustamento, tomado como mera adaptação perante uma nova realidade. Este terá também de acontecer relativamente à nossa posição perante o ecrã do computador, do telemóvel, isto é, os ecrãs da contemporaneidade. A conversa sobre *convergência*, mais do que uma conversa determinista que, grosso modo, parte da noção simplista de uma carroça na qual a televisão é *puxada* pela Internet, passaria assim a ser uma conversa integradora, na qual se tentam perceber as dinâmicas mútuas de aproximação ao nível da configuração dos dispositivos⁵. Fará, assim, sentido a ameaça terminal que paira sobre o dispositivo televisivo?

O meu telejornal e a nossa televisão

Analizados sumariamente os elementos de que dispomos⁶, não nos parece correcto afirmar que o público, enquanto *espectador*, esteja forçosamente a fugir da televisão, deixando-a sem alternativa que não seja o imperativo determinista de uma revolução tecnológica profunda. O que muitos estudos empíricos evidenciam, especialmente nos mais jovens (e não só) é não um abandono puro e simples da televisão (será, quando muito, um latente conflito com a sua lógica de oferta tradicional síncrona de sentido único), mas um movimento progressivo de integração de uma cultura comportamental fundada no individualismo da contemporaneidade, uma cultura que, estamos em crer, tanto induzirá

⁵ No limite, como é óbvio, estas dinâmicas conduzirão à elaboração de um dispositivo resultante da integração.

⁶ Aos dados que acima citamos junte-se, por exemplo, toda a panóplia de informações relativas aos tempos médios de visionamento televisivo que, num país como Portugal, têm tido variações mínimas de ano para ano e não indiciam, de modo algum, qualquer queda assinalável no visionamento televisivo, antes pelo contrário: por exemplo, de 2007 para 2008, observou-se um aumento global superior a cinco minutos por dia, por pessoa, sendo que segmentos como o das crianças dos 4 aos 14 anos e os jovens dos 15 aos 24, apesar de serem um dos segmentos da população que menos horas passa em frente ao televisor, viram mais televisão que no ano precedente (<http://www.marktest.com/wap/a/n/id-1290.aspx>).

comportamentos activos como comportamentos passivos, desde que orientados para a noção de satisfação narcísica ou de satisfação das necessidades imediatas. Ou seja, desde que dependentes da escolha individual do momento. Mas não é na tecnologia preexistente, e perpetuamente subaproveitada – ou não fosse essa uma ladainha que já nos habituamos a escutar nos discursos enformados pela tecnodependência –, que consideramos estar o cerne do problema televisivo da contemporaneidade. Será mais avisado, pensamos, um caminho que privilegie o conhecimento sobre o lugar do *espectador*, e o modo como este está a ser ajustado no seio dos dispositivos que o inserem na relação contemporânea com os ecrãs. Para isso necessitamos, de facto, de entender como, também *online*, isto é, em contextos que privilegiam o assincronismo individual da relação com o ecrã, se podem estar a gerar novos modos de utilização e permanência que permitirão elaborar um *espectador*, porventura diverso daquele que, antes, pouco mais podia fazer do que mover o polegar em direcção ao canal seguinte da grelha de televisão.

Dito isto, como inserir o *Meu Telejornal* nesta perspectiva analítica? Como se percebe, a nossa proposta não passa por reflectir o que ainda não pode ser reflectido. A experiência é demasiado recente. Podemos, contudo, propor um entendimento crítico dos princípios que levaram a RTP a disponibilizar *online* um serviço com as características deste e esses parecem-nos enquadrados por um discurso que coloca a tecnologia e as suas sempre prometidas potencialidades no centro, remetendo para a periferia as forças e dinâmicas sociais⁷. De facto, parece-nos que, na sua génese, o *Meu Telejornal* foi constituído na óptica de um serviço para *utilizadores* que terá a dificuldade de lidar com a possibilidade de estes se poderem tornar *espectadores*. Expliquemo-nos: ao ser convocado a escolher, do mosaico das notícias oferecido pelo ecrã, as que tenciona posteriormente visionar, bem como a ordem pela qual o irá fazer, o *utilizador* é chamado a navegar na página e a *clicar*, actos que insere naturalmente na cultura informática de que faz parte. A escolha pode ser feita numa só operação ou em várias, isto é, o *utilizador* pode voltar à página de notícias vídeo da RTP e juntar mais algumas peças ao seu *alinhamento*. Quando, finalmente, o *utilizador* escolhe ver o *Meu Telejornal* resultante desse conjunto de escolhas, com o que é que se depara? É provável que, como Jostein Gripsrud (2004: 218), ele se afaste instintivamente do ecrã de computador para ver o conjunto de notícias que escolheu, mas será que a sua metamorfose em *espectador* não comporta mais do que a simples passagem de uma posição a outra? Se assim fosse, não estaria o próprio dispositivo televisivo posto em causa pelo seu próprio processo de desconstrução? De facto, o que o *utilizador produziu* foi um *clip* que terá uma duração total que é a soma de cada uma das peças que o constitui. Só que, no alinhamento do noticiário de televisão, a soma é um discurso constituído sobre as regras da construção editorial, estabelecido sobre um eixo de temporalidade partilhável. Não arriscaremos muito ao afirmarmos que dificilmente algo disto estará presente no *clip*-sequência de

⁷ Será interessante, para uma análise mais aprofundada desta argumentação, o visionamento da peça de José Alberto Carvalho, emitida no *Telejornal* da RTP de 2/03/2009, mais concretamente das razões apresentadas pelo Director de Informação da estação pública de Televisão para a configuração da solução apresentada. Consulta *online* em: <http://tv1.rtp.pt/noticias/?headline=20&visual=9&tm=8&t=Site-da-RTP-surgiu-com-face-renovada-e-com-conteudos-reforçados.rtp&article=205901>.

notícias que o *utilizador* elabora de modo que, para os outros, será sempre mais ou menos aleatório: a temporalidade desfasou-se no sentido da individualização, a coerência discursiva do programa de televisão perde-se na miríade de possibilidades combinatórias dos seus fragmentos. O *Meu Telejornal* já não é o *nosso*. O *espectador* mergulhou nas águas da navegação e arrisca-se mesmo a nem sequer emergir. Ter-se-á, libidinosamente, transformado num utilizador capaz de um controlo tal que dificilmente dele abdicará. Será que, logo mais, ou logo ali, ele quererá mesmo ver, do princípio ao fim, todo o *clip*-sequência que, quase sem dar conta, produziu?

Como muitas outras propostas de solução da complexa equação contemporânea do consumo mediático, o *Meu Telejornal* não deixa de nascer de mais um paradoxo: embora pretenda actuar no âmago da recepção, promovendo uma alteração da mecânica de funcionamento desta, emerge no seio dos dispositivos de produção. Significará, por isso, mais uma entre tantas tentativas que a televisão tem realizado, ao longo das últimas décadas, para entender um *mistério da recepção* que, se é verdade que tem sido uma das suas forças maiores (Wolton, 1994: 72; 128), se abre agora, graças a uma digitalização que transforma decisões individuais em pegadas na areia tecnológica, à curiosidade da revelação total. O problema que a oferta tecnológica nunca consegue resolver não é saber como poderá ser *usada* mas, antes, de que modo será apropriada. Há uma metamorfose do *mistério* que interactua com a metamorfose do próprio dispositivo televisivo. Por outro lado, se existe promessa na posição do *espectador* é a da partilha. Dispondo-se a *receber*, o espectador dá-se a uma temporalidade em que pode receber *com outros*. Pelo contrário, a posição do *utilizador* constrói-se na individualização da *doação*, na qual o indivíduo que *utiliza* se dá ao *utilizado*, e daí a interactividade. A noção a reter aqui é a de um fluxo descontínuo bidireccional, que isola. O leitor dá-se ao livro para *em si* o livro se dar. Isto só pode suceder num encerramento temporal que não admite qualquer simultaneidade partilhável. Não há sincronismo intersubjectivo, apenas assincronismo subjectivo. Por isso, só *recebendo* se pode, ao mesmo tempo, *estar com*. O *espectador* partilha e assim, enquanto houver *espectador*, persistirá um horizonte de possibilidade para uma televisão partilhável, *de todos*. O investigador norueguês Jostein Gripsrud defende há anos este ponto de vista, que sustenta, precisamente, nas noções de partilha e de construção identitária individual e comunitária (2004: 213). Ou seja, se a convergência comportamental, que antes analisámos, está a elaborar um novo *espectador*, então esta convergência, conjugada com a própria condição de *ser espectador*, admitirá como consequência um dispositivo de mediação e coesão como a televisão. Será, assim, prematuro falar em ‘fim’, talvez até nem estejamos a falar de uma ‘revolução’, mas apenas de mais uma metamorfose do dispositivo televisivo no sentido, que defendemos, de uma *TV do ego* (Loureiro, 2008: 321-331): um dispositivo que centra ainda mais o indivíduo, abrindo-lhe as janelas temporais do mundo partilhável, que é também o mundo em que ele estabelece as trocas e dinâmicas que lhe moldam uma identidade em processo.

Bibliografia

- Castells, Manuel (2004), *A Galáxia Internet*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Corrêa, Beth Saad, “A posse de Obama e a experiência de compartilhamento nas redes sociais: o caso CNN com Live + Facebook”, in INTERMEZZO, Blog (2009), publicado a 21/01/2009, consultado a 22/01/2009: <http://imezzo.wordpress.com/2009/01/21/a-posse-de-obama-e-a-experiencia-de-compartilhamento-nas-redes-sociais/>
- Gripsrud, Jostein (2004), “Broadcast Television: The Chances of its Survival in a Digital Age”, in Spigel, Lynn; Olsson, Jan (org.) (2004), *Television after TV. Essays on a medium in transition*, Durham: Duke University Press.
- LaFrance, Jean-Paul (1999), “La Televisión del siglo XXI será digital o no será!”, in Bustamante, E. & Monzoncillo, J. M. A. (org.) (1999), *Presente Y Futuro de la Televisión Digital*, Madrid: Édipo.
- Lopes, Felisbela (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coleção Comunicação, Coimbra: Livraria Minerva Editora.
- Loureiro, Luís M. (2008), “Convergência e hipermodernidade: emerge a TV do ego”, in PRISMA.COM n.º 7, Porto: CETAC Media, disponível online em: http://prisma.cetac.up.pt/315_Convergencia_e_hipermodernidade_emerge_a_TV_do_ego_Luis_Loureiro.pdf
- Markttest (2009), *Crianças viram mais televisão*, publicado a 10/02/2009, consultado a 19/03/2009: <http://www.markttest.com/wap/a/n/id~1290.aspx>
- Missika, Jean-Louis (2006), *La Fin de la télévision*, Paris: Éditions du Seuil et La République des Idées.
- Negroponte, Nicholas (1996), *Ser Digital*, Lisboa: Editorial Caminho.
- Piscitelli, Alejandro, “Paleo-, Neo- y Post-televisión. Del contrato Pedagógico a la Interactividad Generalizada”. in Gomez Mont, Carmen (org.) (1995) *La Metamorfosis de la TV*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, Cidade do México: Universidad Iberoamericana.
- Piscitelli, Alejandro (1998), *Post-Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*, Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Ramonet, Ignacio (2001), “Big Brother”, in *Le Monde diplomatique* online (edição brasileira), edição de Junho de 2001, consultado a 30/03/2008: <http://diplo.uol.com.br/2001-06,a182>
- Reuters (2009), *Obama draws 37.8 million US TV viewers*, publicado a 22/01/2009, consultado a 22/01/2009: <http://uk.reuters.com/article/mediaNews/idUKN2150367720090122?pageNumber=2&virtualBrandChannel=0&sp=true>
- Rosen, Christine (2005), “The Age of Egocasting”, in *The New Atlantis – Journal of Technology and Society*, n.º 7, Washington: Ethics and Public Policy Center.
- RTP (2009), *Site da RTP surgiu com face renovada e com conteúdos reforçados*, publicado a 2/03/2009, consultado a 20/03/2009: <http://tv1.rtp.pt/noticias/?headline=20&visual=9&tm=8&t=Site-da-RTP-surgiu-com-face-renovada-e-com-conteudos-reforçados.rtp&article=205901>
- Simões, Maria João (2006), “Contributos para uma sociologia da tecnologia”, in *Configurações*, Revista de Sociologia, n.º 2, Porto: Campo das Letras.
- Shavero, Steven, “Ligações perigosas: a ontologia das redes digitais”, in Miranda, José Bragança de & Cruz, Maria Teresa (org.) (2002), *Crítica das Ligações na Era da Técnica*, Lisboa: Tropismos.
- Ure, Alberto (1998), “Un espectador cínico” in Piscitelli, Alejandro (1998), *Post-Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*, Buenos Aires: Editorial Paidós.
- Verón, Eliseo (2001), *Les Publics entre production et reception: problèmes pour une théorie de la reconnaissance*, comunicação proferida nos Cursos da Arrábida 2001 – Públicos, Televisão, texto policopiado.
- White, Michele (2006), *The Body and the Screen – Theories of Internet Spectatorship*, Cambridge MA: MIT Press.
- Wolton, Dominique (1994), *Elogio do Grande Público – Uma teoria crítica da televisão*, Porto: Edições Asa.

Jornalismo e cidadãos em interacção: Estudo de caso da rubrica 'Nós por Cá' (SIC)

Rui Couceiro*

Resumo

Neste artigo faz-se uma abordagem ao envolvimento dos cidadãos no jornalismo, concretizada através do estudo da rubrica 'Nós por Cá' do *Jornal da Noite*, da SIC. Numa primeira secção, exploram-se alguns conceitos fundamentais (jornalismo participativo, jornalismo cidadão...), que sustentam a inferência central que pretendemos tirar: a de que o espaço informativo em análise corresponde a um exemplo de jornalismo participativo. Utilizamos a análise de conteúdo como metodologia central e entrevistas semidirectivas como metodologia complementar. Através da análise dos casos enviados pelos telespectadores para a rubrica, inferiu-se que a maior parte reflecte o uso das novas tecnologias e versa sobre casos de índole colectiva – características que atribuímos ao jornalismo participativo e que, por isso, no nosso entender, confirmam o postulado desta investigação. Este artigo pretende não só dar algumas pistas para o estudo do envolvimento dos cidadãos no jornalismo, mas também ser um primeiro passo para uma análise mais aprofundada ao 'Nós por Cá' e a outros espaços semelhantes.

Palavras-chave: jornalismo participativo, cidadãos, 'Nós por Cá', SIC.

Introdução

A interacção entre jornalismo e cidadãos é apenas um de muitos aspectos que actualmente redefinem o campo jornalístico. Na verdade, este engloba realidades distintas e, por isso, interesses e desígnios difíceis de compatibilizar – os dos próprios jornalistas, os dos patrões, os das fontes, os dos anunciantes, os dos políticos e, claro, os dos cidadãos – facto que, só por si, demonstra a importância social do universo em questão. Vivendo

* Mestre em Ciências da Comunicação (ramo de Informação e Jornalismo), com tese intitulada 'Jornalismo e cidadãos em interacção – Estudo de caso da rubrica 'Nós por Cá'', defendida na Universidade do Minho, em Julho de 2008.

hoje num contexto digital, torna-se ainda mais urgente estudar as mudanças que atravessam o jornalismo. O surgimento de novas perspectivas e/ou a consolidação de outras contribuirão, por certo, para um entendimento quanto ao caminho a seguir pelo jornalismo, para além de que podem ter o condão de minimizar atritos entre facções com interesses antagónicos. Por outro lado, uma visão mais clara do fenómeno permitirá, seguramente, tirar maior proveito das constantes inovações que o vêm beneficiando.

Propomo-nos abordar o envolvimento dos cidadãos no jornalismo, através de um estudo de caso da rubrica ‘Nós por Cá’ (NPC) que, ao tempo do nosso trabalho, estava integrada no *Jornal da Noite* da SIC. Neste estudo, caberão algumas das realidades já referidas – desde logo, os jornalistas; também os patrões; as fontes; e, como é evidente, os cidadãos. A temática genérica e a problemática em que este artigo se enquadra são, pelo que referimos, pertinentes e actuais. O caso específico, porque nunca estudado, é deveras aliciante. É incontroverso o facto de que o espaço em questão funciona com a colaboração dos telespectadores, que, aliás, durante as emissões, são invariavelmente convocados a participar. Posto isso, resta saber que forma de envolvimento dos cidadãos no jornalismo tipifica o ‘Nós por Cá’.

Figura quase sempre central quando se fala de envolvimento dos cidadãos no jornalismo, Dan Gillmor (2005) considera que com o aparecimento dos blogues se deu início ao processo de «individualização dos *media*» e que foi com eles que se conseguiu o «derrube dos portões», numa alusão ao fim do papel de *gatekeeper* do jornalista. Bowman e Willies (2003), autores emergentes nesta área, consideram que jornalismo participativo é a assunção de um papel activo, por parte dos cidadãos, no processo de produção de notícias. A esse propósito, Kovach & Rosenstiel (2004) criaram até o interessante conceito de “prosumidores”, uma forma híbrida de produtor e consumidor, que visa caracterizar o cidadão que se envolve no jornalismo.

É um facto que todas estas dimensões têm já reflexos em Portugal. Circunscrevamo-nos à televisão a um tempo anterior ao segundo semestre de 2008. A RTP costuma pedir o envio de relatos e imagens para um endereço de *e-mail* que anuncia durante os informativos. A TVI (2008) também criou aquilo a que chama «um canal de comunicação entre a sociedade civil e a Direcção de Informação» da estação. O “EU VI” tem uma página própria no sítio da TVI, onde apresenta um regulamento para o envio de “peças” audiovisuais por parte dos cidadãos. A SIC, por seu turno, possui, desde 2004, um espaço próprio para o efeito – com características um pouco diferentes, é certo. O NPC funciona com a colaboração dos cidadãos e, como procuraremos demonstrar, é um exemplo de jornalismo participativo. É, também, nosso objectivo procurar clarificar os conceitos que envolvem a participação dos cidadãos no jornalismo, distinguindo, em especial, jornalismo participativo de jornalismo cidadão.

Estruturámos este artigo em duas partes distintas: uma de enquadramento e uma outra de análise ou verificação. Com a segunda assente na primeira, e de modo a irmos ao encontro do propósito da investigação, decidimos utilizar a análise de conteúdo como principal suporte metodológico. Em arquivo, a produção da rubrica só costuma armazenar, por questões de espaço (físico e informático), material recebido – *e-mails* e cartas – durante o ano anterior, sendo isso arquivado já filtrado editorialmente de

acordo com os interesses específicos do NPC. Decidimos, assim, a um primeiro nível, recolher todo o material de arquivo relativo ao ano de 2007. A um segundo nível, reunimos também material não filtrado. Em concreto, tudo o que a produção recebeu durante o mês de Fevereiro de 2008 – escolhido por questões de conveniência para a própria produção. Do cruzamento desses dados¹ resultaria, confiávamos, um conjunto de dados indiciador do propósito da participação e da forma como esta acontece, bem como uma panorâmica mais clara das respectivas características. À parte o interesse que víamos no conhecimento do processo de filtragem, o alargar do *corpus* a uma porção do ano de 2008 poderia torná-lo mais representativo – não esqueçamos que o material de 2007 era todo ele filtrado editorialmente. Como forma de complemento à análise de conteúdo, entendemos proveitoso realizar duas entrevistas semidirectivas: uma primeira, mais exaustiva, à autora do espaço 'Nós por Cá', a jornalista Conceição Lino, e uma outra, mais sucinta, ao Director de Informação da SIC, Alcides Vieira.

1. Os cidadãos aproximam-se do jornalismo... e o jornalismo aproxima-se dos cidadãos

É possível identificar, desde há muito, um interesse, por parte dos órgãos de comunicação social, em interagir com as audiências. As “cartas ao director” e os espaços de “correio do leitor” são das mais antigas e conhecidas formas de contacto com o público, convidando-o à discussão dos temas abordados pelas publicações. E, mesmo quando esse contacto não envolvia qualquer tipo de participação editorial dos cidadãos – como no interessante caso do *Houston Star*, que, em meados do século XIX, convidava os seus leitores a reunirem-se e a lerem as notícias no átrio do próprio jornal, desfrutando de uma bebida e de um charuto (Kovach & Rosenstiel, 2004) –, essa interacção era entendida como benéfica por parte dos responsáveis dos *media*.

A origem e as razões desta vontade de envolver as pessoas na discussão das notícias – o jornalismo visto como «espaço público de debate» (*ibidem*) – podem muito bem estar na própria génese da difusão noticiosa e no seu papel social. Por um lado, como explicam Kovach & Rosenstiel (2004), «antes do aparecimento da imprensa, “notícia” era algo já trocado entre uma cerveja e outra, numa “casa pública”», com vista à partilha de informações e opiniões, hábito que não se perdeu com o aparecimento dos primeiros jornais. Por outro lado, a informação tem sido vista como necessária, fundamental mesmo, para a orientação social. Guy Berger (2000) afirma que o jornalismo aparece com os primeiros órgãos de comunicação social, mas lembra que ele não existe sem sociedade e que possui «uma ligação orgânica e intrínseca à democracia». Na verdade, é fácil de ver que um regime democrático não pode funcionar correctamente sem informação, pois depende da “vontade do povo”². Com a população mal informada, o

¹ No total, analisámos 737 casos enviados por telespectadores.

² Aristóteles classificou os regimes políticos e chamou democracia àquele «em que o Poder é compartilhado por todos os cidadãos, que alternadamente governam e são governados» (Fernandes, 2008). António José Fernandes (2008), em *Introdução à Ciência Política*, considera que «são regimes democráticos aqueles em que a totalidade da população adulta pode participar, directa ou indirectamente, na tomada de decisões e na escolha de governantes».

próprio sistema não poderá operar correctamente, sendo esta equação tão simples de fazer como a que representa qualquer outro sistema de dependência funcional.

No entanto, numa época em que, em todo o lado, escolhemos a informação que queremos receber, seja via telemóvel, computador portátil ou qualquer outro dispositivo, os órgãos de comunicação social sentem a necessidade de fidelizar as audiências. Fazem-no envolvendo-as no seu trabalho e, mais, retirando daí um contributo valioso: as novas tecnologias (um bom exemplo é o telemóvel equipado com câmara fotográfica e/ou de filmar) tornam qualquer um num “cidadão repórter” e isso permite alargar exponencial e quase infinitamente a rede de (potenciais) “correspondentes”.

O jornalismo tem-se deparado com a necessidade de se adaptar à evolução dos tempos. Temia-se que o telégrafo acabasse com o jornal e, na verdade, acabou por trazer à prática jornalística a técnica da pirâmide invertida³. Actualmente, a televisão por cabo e, principalmente, a Internet, constituem grandes desafios para o jornalismo, que «tem sempre de responder às mudanças tecnológicas e sociais» (Bowman & Willies, 2003). Serão esses desafios, lançados pelos *self-media*, o instituir de novos paradigmas, à semelhança do que aconteceu com o telégrafo e a criação da pirâmide invertida no âmbito das técnicas de redacção?

Um desses modelos pode muito bem passar por uma alteração de postura dos cidadãos, até há alguns anos meros consumidores de informação seleccionada pelos jornalistas, no seu papel de *gatekeepers*. Foi provavelmente por isso que, em 1995, Nicholas Negroponte previu que, no futuro, as notícias *on-line* iriam dar aos leitores a possibilidade de escolherem apenas os assuntos e as fontes que lhes interessassem, falando em «personalização da informação» (1995). E isso, como é tradicional quando se fala numa quebra de hábitos, foi criticado pelos cépticos, que viam o jornalismo tradicional em risco.

O que é certo é que Negroponte tinha razão. Hoje, há uma série de serviços *on-line* que recolhem e agregam notícias (veja-se o exemplo do *Google News*), sendo que alguns o fazem de acordo com critérios definidos pelos próprios utilizadores (o diário *on-line* da Coreia do Sul *OhMyNews* é o exemplo mais recorrente, mas o *DailyMe* também é uma solução interessante⁴). Para além disso, há a liberdade de subscrição de *feeds*, que não são mais do que fluxos personalizados de informação, e, ainda, uma diversidade enorme de serviços informativos *on-line*. Porém, e tomando o caminho que mais convém a esta investigação, é importante dizer que, numa fase posterior, o cidadão deixa o papel de simples consumidor de informação – seja ela recebida acriticamente ou seleccionada – para assumir o de produtor de informação. E isto, sim, pode significar a definição de um novo paradigma no que toca à forma de fazer jornalismo. Se os cidadãos começam a integrar-se num mundo que era só dos jornalistas – veremos, adiante, se como substituto ou complemento –, então estamos, de facto, perante uma situação totalmente nova no que respeita à produção e distribuição da informação.

³ O medo das falhas técnicas, durante a comunicação, fazia com que se desse prioridade aos aspectos mais importantes, terminando nos detalhes (Bowman & Willies, 2003).

⁴ www.ohmynews.com e www.dailyme.com.

1.1 Jornalismo cívico, a base do envolvimento dos cidadãos

O envolvimento propriamente dito dos cidadãos no jornalismo é um fenómeno que não surge de modo descontextualizado. No final dos anos 80, começa a perceber-se, nos Estados Unidos, o surgimento de uma forma distinta de encarar o jornalismo. Aquilo a que se veio a chamar *jornalismo cívico* (ou, com ligeiras variações, jornalismo público, jornalismo comunitário...), em acepções defendidas até institucionalmente por organismos como o Poynter Institute for Media Studies ou o Pew Center for Civic Journalism, tem a ver com um tratamento diferente dos assuntos, de forma a dar bases às pessoas para estas intervirem socialmente como cidadãs. Segundo Fernando Cascais (2001) e Mário Mesquita (2004), esta corrente, da qual Jay Rosen foi um importante promotor, opõe-se à tradicional ideia de que a objectividade e a neutralidade são as principais marcas do jornalismo e terá surgido em jornais de cidades de pequena e média dimensão. No jornalismo cívico há comprometimento com os problemas das populações, motivando-as a procurarem e a lutarem por soluções. Esse comprometimento é fortemente criticado pelos opositores do jornalismo cívico e até mesmo pelos defensores do jornalismo público, que lembram que «deve ser claro que o jornalismo público se afasta da tradição de neutralidade e de reportagem objectiva, mas tal não é um retorno ao jornalismo politizado ou de causas» (McQuail, 2003).

Ainda assim, muitos dos jornalistas que defendem esta corrente vêem-se como justiceiros, na luta dos oprimidos contra os vários poderes, e argumentam, a favor do jornalismo cívico, com o facto de os cidadãos não se queixarem do eventual comprometimento dos conteúdos informativos. Fernando Cascais (2001), por exemplo, citando James Fallows, aponta os próprios jornalistas como os principais opositores do jornalismo cívico. Esta transformação do perfil do jornalista de observador para participante, que Mário Mesquita (2004) apresenta, constitui, de forma mais ou menos consensual (Cascais, 2001; Traquina, 2003), a principal objecção ao jornalismo cívico.

À actividade, que terá nascido como consequência do desencanto sentido pelos seus criadores com a sociedade e com o jornalismo (Cascais, 2001), é atribuída, por este prisma, um papel de incremento da cidadania e de reforço das condições existentes para o seu exercício. Principalmente tendo como referência as sociedades democráticas. A indispensável participação dos cidadãos só pode acontecer com informação. Informação orientada para «os problemas concretos dos cidadãos» (Silva, 2007). Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004) concluem, em *Os Elementos do Jornalismo*, que «a principal finalidade do jornalismo é fornecer aos cidadãos a informação de que precisam para serem livres e se autogovernarem». Nesta perspectiva, Mário Mesquita (2004) aponta «a ignorância política» como «a maior ameaça à própria democracia». Vicente Romano (2006), por sua vez, considera que «a informação é necessária para a orientação social». A intenção central de Rosen ou de Michael Schudson (defensor do jornalismo público) era, portanto, a de chamar os cidadãos para o debate (McQuail, 2003), tal como faziam, literalmente, os responsáveis pelo *Houston Star*, no século XIX. Paralelamente, Torres da Silva (2007) acrescenta que o condicionamento e mesmo a determinação da agenda jornalística por parte de entidades que não os cidadãos são duas críticas do jornalismo cívico ao jornalismo dito convencional. Mário Mesquita

(2004) explica, a esse propósito, que o jornalismo cívico possui o «mérito» de manter do seu lado o poder decisório relativamente ao que deve ou não ser notícia. Denis McQuail (2003) explica que Schudson baseia a sua visão de jornalismo público num «modelo de confiança», no qual os jornalistas devem fornecer a informação que acreditam ser importante para os cidadãos.

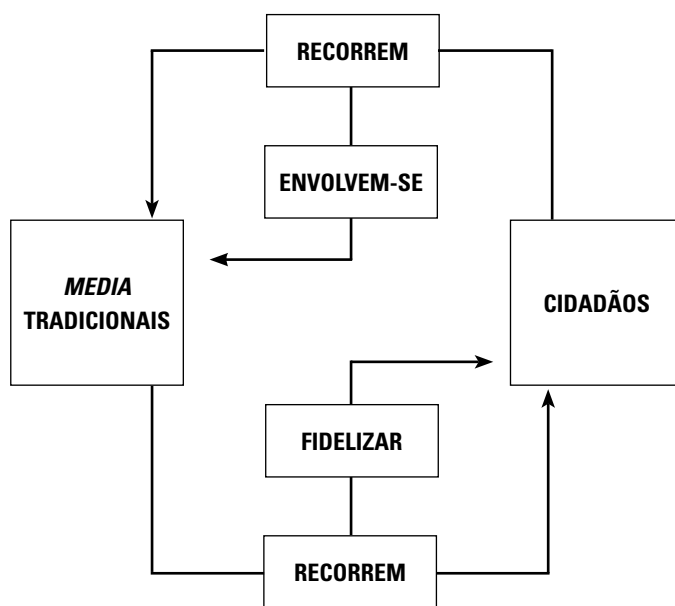
1.2 Novas tecnologias, o impulso necessário

Jornalismo cívico e jornalismo participativo ou cidadão (não os vamos, para já, distinguir) tocam-se no que concerne à intervenção cívica. O primeiro, no sentido em que pretende fornecer informação e apelar a essa mesma intervenção por parte das pessoas. O segundo, porque se caracteriza pela intervenção voluntária das pessoas no próprio jornalismo e, conseqüentemente, no espaço cívico. É uma fase ainda mais avançada de envolvimento. Permeia-os o aparecimento das novas tecnologias de informação e comunicação (em especial da Internet e dos telemóveis, que encurtam distâncias e agilizam a comunicação interpessoal). Foram elas que permitiram a evolução de um paradigma para o outro. É com a passagem a esta segunda fase da intervenção cívica que, como dissemos, o cidadão deixa o papel de mero consumidor para assumir o de produtor de informação. De acordo com Guy Berger (2000), o jornalismo participativo tem a ver com a construção de uma sociedade democrática, em que o público deixa de ser apenas consumidor para passar a ser também produtor de notícias. No âmbito desta concepção, cada cidadão deve participar activamente na democracia. Como, oportunamente, menciona, esta perspectiva engloba partes dos conceitos de jornalismo cívico (desenvolvido pelo Pew Center) e de jornalismo público (impulsionado por Jay Rosen e trabalhado, por exemplo, pelo Poynter Institute) a que já tivemos oportunidade de nos referir (Berger, 2000).

Nos dias de hoje, podemos escrever e enviar texto em forma de mensagens curtas (SMS), através dos telemóveis convencionais, e em formato de e-mail, usando outros dispositivos que começaram por ser, também, telemóveis e que, hoje, são autênticos computadores pessoais. É possível gravar som com telemóveis, leitores de música em formato digital (os chamados leitores de MP3) e até máquinas fotográficas. Ainda com os telemóveis, temos a possibilidade de tirar fotografias em alta definição e de captar vídeo; algo que as máquinas fotográficas digitais, completamente massificadas, também permitem e com maior qualidade. O dia-a-dia das pessoas foi invadido por estes *gadgets*, que as aproximam em termos de comunicação à distância e que, fundamentalmente, para o que aqui se pretende, lhes conferem o potencial tecnológico para se tornarem repórteres – cidadãos repórteres. O aparecimento de todas estas ferramentas tecnológicas seria, só por si, já bastante interessante, enquanto contributo para o jornalismo. Lembremo-nos do uso intensivo que os *media* deram aos vídeos amadores em casos como os da queda das Torres Gémeas ou do tsunami no Sudeste Asiático. Atenemos, por outro lado, em situações mais recentes e respeitantes à realidade portuguesa, como o recente caso do vídeo colocado no *Youtube* por alunos de uma turma do 9.º ano de uma escola do Porto. As imagens mostravam uma discussão com momentos vários de contacto físico (abstemo-nos de os considerar ou não agressões) entre uma aluna e uma

professora. Nesta situação, foram as novas tecnologias que permitiram a reportagem dos factos. Os *media* tradicionais não estavam – nem podiam estar – no local. Outro bom exemplo tem a ver com a percepção que os próprios responsáveis pelos meios de comunicação têm deste fenómeno. A 18 de Fevereiro de 2008, a propósito de uns dias de temporal em Lisboa, lia-se o seguinte, em oráculo, durante um *Jornal da Tarde* da RTP1: «Temporal em Lisboa. Envie as imagens e relatos do mau tempo para noticias@rtp.pt». Instantes depois, o jornalista Carlos Daniel acrescentava: «um endereço, de resto, sempre disponível». Este interesse da RTP pela mais-valia que pode constituir a participação dos telespectadores é, no mínimo, sintomático de uma nova forma de encarar o papel dos cidadãos, agora munidos de ferramentas de reportagem. Também a TVI (2008), no início de Abril de 2008⁵, apresentou aquilo a que chamou um «canal de comunicação», sob o seguinte *slogan*: «Na TVI, a notícia também é feita por si. Se você for o primeiro a chegar ao local, não hesite. Pare, veja e registe o momento. Os seus “exclusivos” poderão ser notícia TVI!». O *EU VI* revela-se um apelo à participação dos cidadãos nos informativos do canal, através do envio de material audiovisual para contactos criados para o efeito.

Esquema 1
Dialéctica *media* tradicionais/cidadãos



⁵ A título de curiosidade, indique-se que a *CNN* lançou um dos primeiros serviços do género, o *CNN Exchange*, em 2006, e que o *Daily Telegraph*, em 2005, começou a solicitar o envio de fotografias aos seus leitores.

É a este nível que se começa a definir o novo papel dos não jornalistas: antes, meros consumidores; agora, uma imensidão de potenciais produtores de informação⁶. Todavia, as ferramentas tecnológicas a que nos referimos acima assumem mais sentido quando associadas à Internet, que possibilita a publicação em grande escala, sem recurso aos meios de comunicação de massa tradicionais. Aqui, perde importância o papel do jornalista, que deixa de funcionar como *gatekeeper*. Entre a recolha de informação por parte do cidadão e a respectiva publicação, esbate-se a barreira, o filtro, constituído pelos jornalistas, que, até aí, detinham o controlo absoluto daquilo que era tornado público em larga escala. Nesta linha de pensamento, Dan Gillmor (2005) considera que com o aparecimento dos blogues se deu verdadeiramente início ao processo de «individualização dos *media*». Na verdade, mais do que qualquer outra forma de comunicação interactiva *on-line*, os blogues transformaram o computador com ligação à Internet no mais perfeito dos *self-media*⁷. A esse propósito, Gillmor (*ibidem*) cita Jay Rosen para explicar que os blogues são uma “forma extremamente democrática de fazer jornalismo”. Efectivamente, foi com eles que se conseguiu o “derrube dos portões” (Gillmor, 2005). Os jornalistas deixaram de ser os únicos a poder publicar informação e, com isso, a sociedade civil saiu, certamente, beneficiada.

Nos nossos dias, tenha-se presente, muita gente procura na Internet alternativas àquilo que viu/leu/ouviu nos *media* tradicionais: «O que é certo é que a Internet fornece mais oportunidades de partilha da informação nas comunidades, contornando, desse modo, o papel tradicional dos *media* enquanto intermediários das notícias privilegiados, de confiança e informados» (Bowman & Willies, 2003). Porém não nos surpreendamos se, nos próximos anos, surgirem formas cada vez mais imediatas de reportar e publicar acontecimentos. O *Twitter*, por exemplo, uma espécie de serviço de “microblogues” para dispositivos móveis, baseado em mensagens com um máximo de 140 caracteres, permite seguir, literalmente, os passos de cada utilizador. E se, por um lado, pode ser um serviço bastante virado para as relações pessoais, com componentes ao estilo das redes sociais e, principalmente, dos *chats*, o que é facto é que já está a ser usado com fins informativos. Jeff Jarvis (2008), conhecido professor de jornalismo da Universidade de Nova Iorque, escreveu no *Guardian*, a propósito do terramoto na China, que as primeiras novidades acerca dos acontecimentos se souberam através do Twitter, mesmo antes de os serviços de geofísica norte-americanos darem a notícia.

⁶ Nem só os *media* estão atentos às possibilidades que as novas tecnologias conferem aos cidadãos. Também empresas de outras áreas começam a valorizar o facto de poderem ter “olheiros” em qualquer lugar. A empresa *Estradas de Portugal* tem, no seu site, uma área – a que chama *Estrada Livre* – para denunciar problemas, para reportar, inclusivamente com fotos (*Estradas de Portugal*, 2008). Aí, os cidadãos não trabalham para informar directamente outros cidadãos (ainda que o façam indirectamente), na medida em que reportam à própria empresa responsável pelas estradas.

Neste caso, os cidadãos não assumem a profissão de jornalistas, nem o papel deles; não entram no domínio do jornalismo profissional, nem procuram substituir os jornalistas, mas não deixam de reportar acontecimentos ou situações. E isso só acontece graças às novas tecnologias.

⁷ Segundo o conceito explorado por Jean Cloutier, em *A Era de EMEREC*. No contexto do envolvimento dos cidadãos no jornalismo, Bowman e Willis (2003) referem-se a *we media*, meios de comunicação baseados na colaboração.

1.3 Envolvimento dos cidadãos: substituto ou complemento?

Com as novas tecnologias, das quais a Internet é expoente máximo, qualquer um pode recolher, tratar e, principalmente, publicar informação. É fácil e barato, em especial se for tido como termo de comparação o investimento necessário para deter um órgão de comunicação social tradicional. Comunicar em larga escala pode significar usar ferramentas simples como telemóveis e criar sítios *on-line* para publicar as reportagens, que ficam acessíveis a todos, em qualquer parte do mundo e apenas com o custo de uma ligação à “rede”, que até pode ter muitos outros fins, para além do acesso à informação. O envolvimento dos cidadãos nos domínios do jornalismo é uma realidade. Todavia, importa perceber dois aspectos fundamentais: se esse envolvimento constitui, *per si*, jornalismo e, acto contínuo, se assume o papel de substituto ou de complemento do jornalismo tradicional.

Como referimos, o aparecimento da Internet e a sua enorme expansão permitiram o desenvolvimento da produção e difusão de informação por parte dos cidadãos. A esse nível, em *We Media*, Bowman & Willies (2003) falam de jornalismo participativo e indicam uma definição que importa conhecer e cujas bases vamos adoptar:

Jornalismo participativo: o acto de um cidadão ou grupo de cidadãos que desempenham um papel activo no processo de recolha, reportagem, análise e divulgação de notícias e informação. O propósito desta participação é fornecer a informação independente, fiável, precisa, abrangente e relevante que uma democracia exige.

Nesta linha de pensamento, o jornalismo participativo corresponde à assunção de um “papel activo” por parte dos cidadãos nas tarefas até aqui desempenhadas apenas pelos jornalistas – recolha, tratamento e difusão de informação –, com o objectivo de dotar a sociedade civil de melhores condições para o exercício da cidadania em democracia. Poderíamos acrescentar, na sequência do que vimos referindo, que as novas tecnologias tiveram papel decisivo no emergir deste tipo de jornalismo.

A definição é relevante, porque simples: jornalismo participativo = assunção por parte dos cidadãos de um papel activo no jornalismo. Por papel activo, entende-se participação, contributo, complemento. Sendo assim, o conceito de jornalismo participativo faz sentido. Acontece que, por vezes, o cidadão se substitui ao próprio jornalista e assume, na íntegra, as tarefas supracitadas. Fará sentido chamar-se a isso jornalismo participativo? Nesse tipo de casos, não há participação no jornalismo tradicional. Entendemos, por isso, que, nessas situações, os cidadãos estão a (procurar) fazer, e não a participar, no jornalismo. Há várias hipóteses no que toca a nomes para essa actividade. Jornalismo amador parece-nos uma boa solução, embora algo limitadora, na medida em que não transmite a ideia de actualidade que o jornalismo exercido com base nas novas tecnologias possui, até porque pode diminuir certos trabalhos com qualidade. Consideramos, assim, que “jornalismo cidadão” – regra geral utilizado como sinónimo de jornalismo participativo⁸ – é o melhor dos termos. No entanto, saliente-se que há que

⁸ Littau *et al.* (2007) citam alguns dos autores importantes que o têm feito: «Não importa que o 'jornalismo de cidadão' seja apenas a designação mais recente para este tipo de *media*, mas é aquela com mais receptividade popular. No início o nome

discutir questões como as do profissionalismo e da fiabilidade da informação – que, por razões de espaço, não vamos aqui abordar.

Entendemos, então, e relembrem-se os exemplos que demos dos apelos da RTP e da TVI à colaboração dos telespectadores enquanto cidadãos repórteres, que o jornalismo participativo consiste no facultar de informação aos jornalistas por parte dos cidadãos, observadores privilegiados munidos de ferramentas tecnológicas simples e razoavelmente eficazes na captação dos acontecimentos. Pode inviabilizar, isso sim, o acto de reportagem, isolado, dos cidadãos, mas não quando aproveitado pelo profissional para um “todo jornalístico”. Também o conceito de “jornalismo cidadão” que vimos moldando pode ficar comprometido – e é esse o principal alvo das críticas dos jornalistas –, mas é justo dizer que ainda não existem posições suficientemente sólidas em relação a esta matéria.

Consideremos, até por isso mesmo, que a produção de notícias em blogues e outros espaços mediáticos, por parte de cidadãos, poderá ser considerada, no máximo, jornalismo amador ou cidadão. Importa distingui-lo, também, de jornalismo participativo. De participação contém apenas o sentido de envolvimento nas causas de interesse dos cidadãos, mas não aquilo que nos parece basilar em termos conceptuais, no que respeita ao jornalismo participativo – a colaboração com os *media* e com o jornalismo profissional, que os exemplos das televisões portuguesas tão bem ilustram.

Guy Berger (2000) considera que toda a gente pode e deve ser um «comunicador de massa», uma vez que se abriu o caminho aos comunicadores não profissionais, que, assim, passam a fazer e a participar no jornalismo.

A posição que vimos defendendo desemboca na argumentação de Kovach & Rosenstiel os quais, em *Os Elementos do Jornalismo*, chegam mesmo a criar um conceito para o novo papel do cidadão:

Numa era em que qualquer pessoa pode ser repórter ou comentador na Web, ‘passamos a dispor de um jornalismo bidireccional’, sugere Seeley Brown. O jornalista transforma-se em ‘líder de um fórum’ ou em mediador, deixando de ser simplesmente um professor ou conferencista. Os leitores transformam-se não em consumidores mas em ‘prosumidores’, uma forma híbrida de produtor e consumidor.

À parte o papel dos cidadãos, enquanto produtores e consumidores de informação, do excerto acima disposto destaca-se a mudança sugerida pelos autores em relação ao papel do jornalista. É interessante notar que também os profissionais passam a ter tarefas distintas, em consequência da colaboração dos cidadãos. O jornalista deixa de se limitar a recolher matéria para, posteriormente, apresentar a informação às pessoas, para passar também a recebê-la de outros repórteres (cidadãos, neste caso), antes de a difundir. Fá-lo sempre seleccionando – e aí entra o respectivo critério editorial e todos os outros factores subjectivos de selecção –, mas passa a escolher a partir de material produzido pelos cidadãos, muitas vezes já em formato de notícia ou até de acordo com algumas características

utilizado era ‘jornalismo participativo’ ou ‘jornalismo *open source*’ (Bentley *et al.*, 2005), para além de ‘*grassroots journalism*’ e ‘conteúdo criado pelo utilizador’ (Gillmor, 2004; Schweiger & Quiring, 2005).»

das produções jornalísticas. O jornalista deixa de debitar informação recolhida por si junto das fontes tradicionais, para passar a fazer chegar aos consumidores – a mediar, portanto – informação recolhida total ou parcialmente por cidadãos que não jornalistas profissionais. Usa as ferramentas jornalísticas que domina com o intuito de apresentar mediaticamente o material recolhido e/ou produzido por cidadãos repórteres.

2. A participação dos cidadãos no 'Nós por Cá'

De toda a análise feita ao material de arquivo do NPC (incluindo sexo e zona de residência dos cidadãos participantes, a temática dos casos reportados, etc.), só alguns aspectos podem – por razões de espaço – marcar lugar neste artigo. Dos casos por nós analisados, 91% correspondem a mensagens de correio electrónico e apenas 9% a cartas, do total de 737 casos.

Quadro 1
Corpus da análise

Formato	Período			
	2007 (material filtrado)		Fevereiro de 2008 (material não filtrado)	
	N.º	(%)	N.º	(%)
E-mails	249	(86)	424	(95)
Cartas e outros	40	(14)	24	(5)
Total por período	289	(100)	448	(100)

2.1 Os anexos dos e-mails, reflexo das novas tecnologias

O correio electrónico é, indubitavelmente, o meio preferido pelos cidadãos para entrarem em contacto com o 'Nós por Cá'. Não surpreende, por isso, que muitas das mensagens transportem, anexados, ficheiros com informação de ordem variada: fotografias, vídeos, digitalizações de documentos... Num espaço com os propósitos do NPC, o recurso às chamadas novas tecnologias reveste-se de especial pertinência. A vontade dos cidadãos de divulgar ou denunciar situações leva-os a actos de reportagem nas mais diversas formas. Aliás, Alcides Vieira (Entrevista: 17 de Junho de 2008) considera-o «o espaço mais interactivo da informação de todas as televisões». Dos casos recebidos e conservados em arquivo durante o ano de 2007, 57% possuíam algum tipo de anexo, o que equivale a 142 e-mails num total de 249.

Quadro 2
E-mails de 2007 com anexos

Anexo	N.º	(%)
sim	142	(57)
não	107	(43)
Total	249	(100)

Estando esta análise centrada nas características de um espaço informativo que valoriza, já o assumimos, o material enviado pelos cidadãos, consideramos normal que, no conjunto dos e-mails filtrados de 2007, existam mais casos com anexos do que casos sem anexos. Este aspecto podia indiciar uma certa preferência, dos responsáveis pela triagem, por mensagens de e-mail “ilustradas” – algo perfeitamente natural, até porque ficheiros como fotografias, e-mails ou digitalizações de documentos retratam de forma mais fidedigna as situações reportadas. No entanto, interessante é perceber que a diferença relativa à amostra de 2008 é muito pequena e que, portanto, é mais lógico concluir que o NPC recebe, efectivamente, mais mensagens de correio electrónico com do que sem anexos.

Quadro 3
E-mails (direccionados) de Fevereiro de 2008 com anexos

Anexo	N.º	(%)
sim	199	(53)
não	173	(47)
Total	372	(100)

O envio dos ficheiros referidos enriquece os relatos, já o percebemos, e acontece em virtude da disseminação das novas tecnologias. A utilização das máquinas fotográficas digitais, francamente vulgarizadas, e dos telemóveis com funcionalidades de captação de imagem estática ou em movimento, também eles presentes massivamente na vida dos portugueses, transforma qualquer cidadão num potencial repórter. Referimo-nos atrás a este aspecto, aliado à propagação da Internet, igualmente cada vez mais parte do dia-a-dia dos cidadãos do nosso país⁹, e considerámo-lo como a motivação central¹⁰ no

⁹ Dados do *Bareme Internet 2007*, da *Marktest*, indicam que quase 50% dos portugueses costumam utilizar a Internet; o estudo indica 3,9 milhões regulares só no Continente e explica: «Os 5,6% de indivíduos que em 1997 acediam à internet passaram em 2007 para 46,9% – mais 738% do que então.»

¹⁰ Outros, de índole menos técnica e mais político-social, podiam ser invocados, até por diferentes perspectivas. Exemplos: a consolidação do regime democrático e da percepção, por parte dos cidadãos, a par do (consequente) aumento dos níveis de escolaridade, das liberdades e direitos que ela confere, por um lado; a deterioração de valores e a necessidade de moralizar, por outro.

processo conducente à participação dos cidadãos. Trata-se de uma realidade crescente, não por capricho dos responsáveis dos *media*, mas porque estes perceberam – e este é um ponto bastante consensual – que os próprios cidadãos é que tinham vontade (e, finalmente, condições) de participar. Veja-se que uma enorme parte (81%) dos anexos das mensagens de correio electrónico mantidas em 2007 corresponde a fotografias. O mesmo acontece, quase na mesma proporção (75%) com os e-mails recebidos em Fevereiro de 2008. É extremamente fácil pegar no telemóvel e fotografar um insólito com que nos deparamos na rua; não é demasiado maçador sair de casa com a máquina fotográfica digital na mão e registar algumas imagens do problema que existe no nosso bairro.

Alcides Vieira (Entrevista: 17 de Junho de 2008) explica que o conceito da rubrica assenta na «colaboração directa» e na «interactividade com os telespectadores que fornecem material e pistas de trabalho» e acrescenta, inequivocamente, que «as novas tecnologias facilitam essa relação e potenciam a iniciativa». A autora do NPC (Entrevista: 8 de Maio de 2008), por seu turno, reconhece a importância das ferramentas tecnológicas, mas lembra que «antes de tudo isso, quando a SIC começou, havia os faxes e os telefones e a participação das pessoas já era assombrosa». Foi esse, de resto, um dos aspectos que motivou Conceição Lino a pretender inaugurar um espaço como o que coordena desde 2004. No entanto, a jornalista valoriza a importância das máquinas fotográficas digitais e destaca a facilidade de utilização, em qualquer lugar e em qualquer altura, dos telemóveis com máquina fotográfica, que permitem captar muitos momentos que, de outra forma, dificilmente seriam registados. Mas o maior elogio da editora do espaço 'Nós por Cá' às novas tecnologias tem a ver com o e-mail. Conceição Lino (*ibidem*) acha «espantoso o número de pessoas que sem esse dispositivo ao dispor provavelmente não escreveriam uma linha e agora comunicam a qualquer hora com mais facilidade». Significa isto que também na opinião de quem faz a rubrica, as novas tecnologias serviram de incentivo à participação dos cidadãos.

2.2 O âmbito da participação

O âmbito da participação é fundamental para o propósito basilar desta investigação. Embora todos os casos possam ser vistos como reflexo da aproximação dos cidadãos ao «espaço público de debate» referido por Kovach & Rosenstiel (2004), a nossa análise indica que a maior parte – à volta dos 60% – dos relatos recebidos no NPC é de âmbito colectivo.

Quadro 4
Âmbito dos casos recebidos e mantidos em 2007 (*e-mails* e cartas)

Âmbito	N.º	(%)
Colectivo	165	(57)
Individual	124	(43)
Total	289	(100)

Quadro 5
 Âmbito dos casos recebidos em Fevereiro de 2008 (*e-mails*)

Âmbito	N.º	(%)
Colectivo	233	(63)
Individual	139	(37)
Total	372	(100)

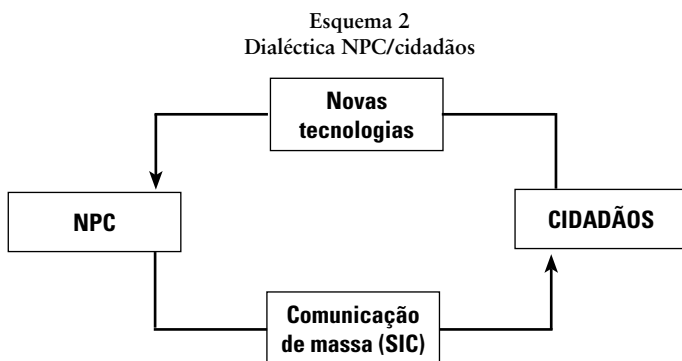
A amostra referente a 2008, já o referimos, pode não ser totalmente representativa – há que ter em conta a influência exercida sobre os cidadãos que colaboram pelas emissões recentes da rubrica, por exemplo –, mas também não o será a relativa a 2007, por razões que se prendem com a filtragem dos casos. Todavia, os resultados apurados devem ser tidos em linha de conta, não só porque apontam no mesmo sentido, mas principalmente porque se coadunam com o espírito do jornalismo participativo (e, ainda, com a noção prévia da participação dos cidadãos que adquirimos durante o nosso período de estágio).

Antes de nos debruçarmos um pouco mais sobre este assunto, convém que clarifiquemos o critério utilizado para a categorização desta variável em “individual” e “colectivo”. Como exemplo podemos dar o caso da moradia que tapa a vista de um restaurante, uma situação em que o proprietário do estabelecimento, ao recorrer ao NPC, age na procura de uma solução para uma situação que o afecta directamente e que, por esse motivo, consideramos de âmbito individual. Por oposição, é-nos fácil recorrer às denúncias de destruição de património histórico, como castelos e fortificações, para demonstrar situações em que os participantes colaboram na rubrica com propósitos mais vastos socialmente do que aqueles que poderia ter o seu problema pessoal e que, por esse motivo, entendemos serem de âmbito colectivo. Quando, após a análise do caso, as dúvidas subsistiram, decomposemos o tom de escrita da mensagem e decidimos consoante o enfoque era colocado nas consequências individuais ou colectivas. Isto porque, muitas vezes, apesar do cariz individual do caso, o propósito da participação era o de alertar e/ou procurar rectificar a situação, para que ela não se repetisse com outras pessoas.

Os resultados obtidos relativamente à colaboração dos cidadãos, os tais dez mil e-mails por ano, demonstram, primeiramente, que estes percebem a abertura do NPC para a divulgação dos casos. Contudo, no caso específico do âmbito da participação, parece claro que os cidadãos vêem, nos responsáveis pela rubrica, uma vontade de os envolver, criando, como propósito seguinte à simples divulgação dos casos, o tal espaço público de debate de assuntos de interesse colectivo. O Director de Informação da SIC também tem essa percepção e, por isso, compreende o NPC como «um meio através do qual os cidadãos sentem exercer o seu direito de cidadania, sabendo que a sua participação passará sempre pelo trabalho de rigor jornalístico, o que confere confiança e credibilidade ao NPC.» Estes aspectos são absolutamente fulcrais e revelam que o espaço coordenado por Conceição Lino (Entrevista: 8 de Maio de 2008) possui, neste ponto, características que já atribuímos ao jornalismo participativo. A primeira, ligada

ao envolvimento nas causas da sociedade – ao exercício da cidadania, portanto –, é a que, pensamos, herdou do jornalismo cívico e isso terá acontecido, já o expusemos, a partir do momento em que as novas tecnologias se generalizaram e, por isso, passaram a permitir um contacto simples e directo com a restante sociedade, seja através dos novos *media* seja através dos *media* tradicionais, como no caso em análise. A segunda é a que o diferencia do jornalismo cidadão e que Alcides Vieira (Entrevista: 17 de Junho de 2008) destaca de forma pertinente: os cidadãos não assumem o papel de jornalistas, antes colaboram com os profissionais de informação, que são o garante do rigor que se pede ao exercício do jornalismo.

Fica, assim, claro que o NPC é visto pelos cidadãos como um espaço que pode ajudar a resolver problemas individuais, mas, principalmente, como uma instância à qual podem recorrer e com a qual podem colaborar, com vista à divulgação e denúncia de situações de âmbito colectivo. Conceição Lino (Entrevista: 8 de Maio de 2008) considera, inclusive, que o que faz «acaba por ir muitas vezes além da divulgação» e isso acontece «porque em determinados casos faz mover o estado das coisas. Porque há alguém que chama a atenção para uma situação e há quem seja questionado sobre ela». Neste sentido, o NPC assume um papel de intervenção, num estilo que inaugurou com o programa *Praça Pública*, no arranque da estação. A jornalista explica que os telespectadores, em primeira instância, utilizam o programa para desabafar, relativamente a casos individuais ou colectivos; mas sentem enorme «satisfação» ao «verem que o que os motivou ou indignou acabou por ser partilhado com o resto do país (...). E quando há um retorno ou uma consequência positiva à exibição do assunto na SIC, melhor ainda. Sentem que valeu a pena falar, reclamar e contribuir para o trabalho jornalístico».



Alcides Vieira (Entrevista: 17 de Junho de 2008) faz uma leitura análoga, considerando o NPC «um espaço baseado e potenciado pelo chamado “jornalismo do cidadão”, devido a essa proximidade e relação entre o NPC e os telespectadores que com ele comunicam, seja por motivos de exercício dos direitos de cidadania, seja por questões de injustiça ou qualquer outra».

Ainda relativamente ao âmbito da participação, há alguns aspectos que consideramos que vale a pena abordar. Já sabemos que os casos de âmbito colectivo são em

maior número. É interessante notar que é também esse tipo de casos o que contém mais anexos. Começamos por nos referir aos casos de 2007: de um total de 142 casos com anexo, 105 (74%) são colectivos, contra apenas 37 (26%) individuais. No que toca a Fevereiro de 2008, falamos de 144 (70%) casos contra 61 (30%), num total de 205 casos com anexo. Valerá a pena indicar, ainda, no que toca aos dados de 2007, que 81% dos anexos recebidos correspondem a fotografias (115 em 142) e que 80% delas (92 em 115) respeitam a casos de âmbito colectivo.

Ainda que com algumas reservas, pelo facto de a amostra de 2007 ser filtrada, mas com indícios claros de que continua a ser representativa, pensamos ser lícito inferir que não só os casos colectivos são aqueles aos quais são anexados mais documentos, como também a maior parte das fotografias recebidas no programa tem a ver com casos colectivos.

Os valores acima não nos surpreendem. Na verdade, através do contacto exaustivo que tivemos com os documentos, pudemos notar que os casos de denúncia de atentados ambientais, danos patrimoniais ou incoerências na sinalização de trânsito, portanto casos de ordem colectiva, são, regra geral, reportados com recurso a imagens. Situações de cariz individual, como problemas com bancos, por exemplo, são, normalmente, acompanhados por documentação escrita (digitalizações, trocas de e-mails...). A natureza dos casos e os resultados da análise estão, por isso, em sintonia.

Conclusões

Com este estudo, procurámos perceber em que medida pode a rubrica ‘Nós por Cá’, inserida no *Jornal da Noite* da SIC, tipificar uma forma de envolvimento dos cidadãos no jornalismo. Foi, aliás, nesse sentido que orientámos a nossa pergunta de partida. Para lhe dar resposta, começámos por construir teoricamente os conceitos fundamentais do universo em questão. Partimos de uma ligeira contextualização histórica, que nos levou ao chamado jornalismo cívico – preconizado fundamentalmente por Jay Rosen – que considerámos “a base do envolvimento dos cidadãos”. Tentando dar bases para intervir socialmente, o jornalismo cívico procura tratar os assuntos tendo como norte o interesse dos cidadãos. Já o jornalismo participativo convida as pessoas a colaborarem com os *media* através essencialmente da cedência de peças de ‘reportagem’, como fotografias ou vídeos de determinados acontecimentos ou situações.

Permeia estas duas fases do envolvimento dos cidadãos no universo jornalístico o aparecimento das novas tecnologias – em especial a Internet, os telemóveis com captação de imagem e as máquinas fotográficas digitais –, que permitem que qualquer um se torne num potencial repórter. Se, na primeira etapa, os cidadãos eram chamados a agir civicamente através dos assuntos abordados nos *media*, numa segunda fase passaram a ser convidados a fazer parte do processo noticioso, reportando, fundamentalmente, situações de interesse colectivo.

Nesse contexto, sentimos necessidade de distinguir jornalismo participativo de jornalismo cidadão, na medida em que este último, a ter uma componente de intervenção cívica, tem-na por vontade de quem o protagoniza (os cidadãos não jornalistas) e não

por convite da comunicação social. Existe como forma dos cidadãos fazerem jornalismo (como substituto, portanto) e não como um modo de participarem no jornalismo (complemento). Os blogues são um perfeito exemplo deste tipo de jornalismo amador. Foi dentro deste quadro teórico que procurámos integrar o objecto de estudo, a rubrica 'Nós por Cá'. A fase de observação serviria, por isso, como verdadeiro teste à conceptualização realizada.

Aquilo que inferimos, através da análise de conteúdo e das opiniões dos entrevistados, levou-nos a concluir, em linha com o esperado, que o NPC congrega as condições necessárias para que o possamos considerar um espaço com o qual os cidadãos colaboram, um caso diferente e único no panorama televisivo – e até mediático – português. Segundo Alcides Vieira, é até o «mais interactivo da informação de todas as televisões». Entre as especificidades da rubrica, destacamos duas que se mostraram fundamentais para o propósito da nossa investigação. À parte a evidente *participação* dos cidadãos, que é, só por si, o aspecto mais importante de todos, percebemos que ela acontece através do recurso, maioritário, às *novas tecnologias* e relatando situações de âmbito essencialmente *colectivo*. Ora, isto afasta o NPC do caminho do jornalismo cidadão e coloca-o claramente no sentido do jornalismo participativo.

Assim, depois deste trajecto, concluímos que a rubrica de Conceição Lino é representativa de uma forma de envolvimento dos cidadãos no jornalismo. NPC é um exemplo de um espaço que funciona com recurso ao jornalismo participativo, aplicado à televisão, com características próprias que se foram evidenciando, ao longo dos anos, por via do tipo de relatos que a SIC ia recebendo e que a autora desejava enquadrar num espaço próprio. Afirmamos, por isso, sem receio, que o NPC é um espaço de jornalismo participativo: é editado por uma jornalista profissional, vinculada a códigos éticos e deontológicos, e com o auxílio dos cidadãos que colaboram com vista, grande parte das vezes, a um propósito colectivo e com recurso às novas tecnologias. Esta afirmação pode não ser assim tão evidente. Conceição Lino e Alcides Vieira, por exemplo, referem-se a esta rubrica como um espaço de jornalismo do cidadão, facto que só demonstra algo que apontámos desde as primeiras páginas deste artigo: não há unanimidade quanto a este tema, não há um cânone.

As portas para uma análise mais aprofundada ao NPC terão ficado abertas; algumas pistas para o estudo do envolvimento dos cidadãos no jornalismo também terão sido lançadas, especialmente no que se refere à televisão. Consideramos, porém, que há ainda muito por fazer nesta área de elevado interesse...

Bibliografia

Referências bibliográficas

- Berger, G. (2000) "Grave New World? Democratic Journalism Enter the Global Twenty-first Century", *Journalism Studies*, 1: 81-99.
- Bowman, S. & Willis, C. (2003) *We Media: How audiences are shaping the future of news and information*, Reston: The American Press Institute [<http://www.hypergene.net/wemedia/>, acedido a 23 de Dezembro de 2007].
- Cascais, F. (2001) *Dicionário de Jornalismo: As palavras dos media*, Lisboa: Editorial Verbo.

- Cloutier, J. (1975) *A Era de EMEREC*, Lisboa: Ministério da Educação e Investigação Científica – Instituto de Tecnologia Educativa.
- Fallows, J. (1999) “But is it Journalism?”, 11, *The American Prospect*.
- Fernandes, A. J. (2008) *Introdução à Ciência Política*, Porto: Porto Editora.
- Gillmor, D. (2005) *Nós, os Media*, Lisboa: Editorial Presença.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2004) *Os Elementos do Jornalismo: O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*, Porto: Porto Editora.
- McQuail, D. (2003) *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Mesquita, M. (2004) *O Quarto Equívoco: O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*, Coimbra: MinervaCoimbra.
- Negroponte, N. (1995) *Ser Digital*, Lisboa: Editorial Caminho.
- Romano, V. (2006) *A Formação da Mentalidade Submissa*, Porto: Deriva.
- Silva, M. T. da (2007) *A Voz dos Leitores na Imprensa: Um estudo de caso sobre as “Cartas ao Director” no jornal Público*, Lisboa: Livros Horizonte.
- Traquina, N. & Mesquita, M. (2003) *Jornalismo Cívico*, Lisboa: Livros Horizonte.

Referências da Comunicação Social

- Jarvis, J. (2008) “Why Twitter is the canary in the news coalmine” in *The Guardian*, edição de 19 de Maio [http://www.guardian.co.uk/media/2008/may/19/digitalmedia.socialnetworking, acedido a 2 de Junho de 2008].
- TVI (2008) “Eu Vi” [http://www.tvi.iol.pt/informacao/noticia.php?id=934951, acedido a 5 de Abril de 2008].
- Jornal da Tarde* da RTP1, edição de 18 de Fevereiro de 2008.

Outras Referências

- Estradas de Portugal (S/D) “Estrada Livre” [http://www.estradasdeportugal.pt/site/v3/?id_pagina=&id_bloco=0D9EF397-97EC-4D9A-9F81-4A69165C2932&id_pasta=&grupo=4&Ln=1, acedido a 7 de Maio de 2008]

A cobertura jornalística da imigração: para uma teoria da notícia televisiva

Isabel Ferin*

Resumo

Este artigo apresenta os dados relativos à cobertura da Imigração nos telejornais do *prime-time* dos três canais de sinal aberto. Inicia-se a exposição apresentando um quadro sucinto sobre a imigração e os *media* na Europa, seguido de uma breve contextualização do campo em Portugal. Tendo como pano de fundo o estudo empírico realizado, e com base em Stuart Hall, discutem-se os conceitos de *agendamento*, *controlo cultural*, *definidores primários*, *estereótipos* e *pânico moral*. Por último, apresentam-se comparativamente os dados quantitativos referentes aos cinco anos (2003-2007) de cobertura nos canais televisivos de sinal aberto. A conclusão aponta para uma reorganização dos *mapas de sentido* sobre a cobertura da imigração acompanhada de uma tensão entre os diversos *definidores primários*.

Palavras-chave: televisão, imigração, cobertura jornalística, Portugal.

Introdução

As migrações globais não são um fenómeno novo nas sociedades mundiais, mas surgiram, neste início de milénio, com uma nova dimensão e visibilidade em função dos processos de globalização. Ao contrário do que aparece nos meios de comunicação ocidentais, as maiores movimentações de população situam-se no hemisfério Sul, nomeadamente em África e na Ásia, decorrentes de conflitos e crises económicas. Segundo dados recen-

* Instituto de Estudos Jornalísticos da Universidade de Coimbra. Este artigo resulta da execução do Projecto financiado pelo ACIDI "Media, Imigração e Minorias Étnicas" em colaboração com o Instituto de Estudos Jornalísticos da Universidade de Coimbra e o Centro de Investigação Media e Jornalismo. O projecto foi coordenado ao longo dos cinco anos por Isabel Ferin Cunha em parceria com Clara Almeida Santos e teve a participação de Willy S. Filho e Ilda Fortes. No ano de 2004 o projecto contou com a colaboração de Maria João Silveirinha e Ana Teresa Peixinho. No ano de 2005, integrou o projecto Ana Catarina Valdigem.

tes, há cerca de duzentos milhões de pessoas deslocadas no mundo, o que corresponde a 2,8% da população mundial (Castles e Miller, 2003).

Apesar das restrições à imigração e em conformidade com os dados divulgados pelo Relatório da OCDE, em 2007, relativos às Migrações Internacionais, cerca de quatro milhões de novos imigrantes entraram em 2005 de forma permanente nos países que constituem esta organização, um crescimento de 10% relativamente ao ano anterior. Os países de maior acolhimento são os Estados Unidos, a Espanha, o Reino Unido e o Canadá, mas também a Irlanda, a Alemanha e a Nova Zelândia. A estes migrantes legais é necessário acrescentar um número indeterminado, mas sempre crescente, de indocumentados e traficados.

A Europa tornou-se, a partir da década de oitenta, um espaço de imigração. Segundo Wenden (2005: 19), 60% dos estrangeiros instalados na Europa têm mais de dez anos de permanência nos países de acolhimento e constituem cerca de 6% da população europeia. Nesta última década têm aumentado os fluxos migratórios originários do continente asiático, nomeadamente da China, Paquistão e Índia mas também da África subsariana. Um outro fenómeno que caracteriza esta última década é o surgimento de pessoas sem documentação, os «sem-papéis», que constituem um desafio à integração e regularização nos países de acolhimento.

A concertação de políticas relativas à imigração na União Europeia tem privilegiado duas vertentes complementares: por um lado concertar aspectos preventivos e de defesa interna e externa; por outro desenvolver mecanismos de integração, não discriminação e acesso dos migrantes à cidadania, não só dos países onde vivem, mas também à cidadania europeia. Entre os mecanismos de defesa e prevenção está o Acordo de Schengen – assinado inicialmente em 1985 e paulatinamente estendido a todos os países que vão integrando a União Europeia –, que constitui, para os cidadãos europeus, a garantia de circulação sem fronteiras, mas obriga os cidadãos de países terceiros a obterem um visto Schengen para visitarem ou permanecerem nestes países. A existência da fronteira Schengen obriga os países por ela compreendidos a possuírem centros de acolhimento temporário para imigrantes em situação ilegal e, ao mesmo tempo, legislação complementar que permita a expulsão e registo destes imigrantes no sistema Schengen. São estes mecanismos que geram muitas das peças de imprensa e televisão em Portugal referentes aos centros de acolhimento, as que reportam a expulsão e deportação de imigrantes detectados em situação irregular, assim como as que enfatizam acções da polícia, terrestre e marítima, contra a imigração clandestina no Mediterrâneo e no Sul da Península Ibérica.

Nos últimos anos, os mecanismos de integração têm vindo a multiplicar-se em diferentes frentes em toda a Europa, salientando-se os aspectos relativos à obtenção da nacionalidade, as políticas de promoção da igualdade de oportunidades e a vigilância e punição dos empregadores e angariadores de mão-de-obra clandestina. No que toca ao direito à nacionalidade, assinala-se a transição do direito de sangue para o direito de solo, assim como a vinculação da atribuição da nacionalidade em função dos anos de residência nos países de acolhimento (Wenden, 2005: 20). As políticas de promoção de iguais oportunidades visam, em primeiro lugar, a promoção da cidadania participativa

e o direito à partilha da vida urbana, através de políticas de realojamento, integração nas escolas, acesso ao emprego, promoção do associativismo e animação cultural. É ainda de referir, dentro destas políticas, as campanhas contra a discriminação social, com recurso aos meios de comunicação, e as periódicas sondagens sobre percepção de factores de discriminação e atitudes face aos migrantes (Eurobarómetro, 2006; 2007).

Em Portugal os dados recolhidos, na imprensa e na televisão, referentes aos anos de 2005, 2006 e 2007, reflectem em grande parte estas tendências com ênfase para a aquisição de nacionalidade e as que reportam os realojamentos e as políticas de integração nas escolas. Mas também devem ser mencionados alguns outros temas, como o aumento de publicidade onde são identificáveis pessoas oriundas de outros grupos étnicos, os documentários e reportagens sobre temáticas da migração. Em 2007, Portugal contabiliza cerca de 409 mil estrangeiros em situação legal, sendo possível estimar em cerca de 170 mil os que se encontram em situação ilegal.¹ A maior comunidade é a cabo-verdiana, constituída por 65 485 cidadãos, a que se segue a brasileira, com 65 463 e a ucraniana, actualmente com 37 851. Um pouco inferior a estes números situa-se a comunidade angolana (33 215) e a guineense (24 513).

Os *media* e a imigração na Europa

Estudos realizados pelo European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia (EUMC) sobre as atitudes face à imigração e as minorias nos países europeus ressaltam o papel importante dos *media* na formação da opinião e nas atitudes perante a compreensão da diversidade. Os mesmos relatórios consideram que os *media* têm um impacto considerável na modulação da percepção e na geração de atitudes da população maioritária perante os imigrantes e as minorias étnicas. Estas observações tendem acentuar a função de reforço cultural que os *media* podem exercer na sociedade, ora acentuando as diferenças culturais e étnicas em detrimento da integração e da diversidade, ora veiculando imagens, valores e modelos de uma sociedade mais inclusiva. Por outro lado, as pesquisas realizadas pelo EUMC apontam que há demasiados estereótipos associados à imigração e às minorias étnicas nos *media* e que esta situação é, simultaneamente, causa e consequência das deficientes estratégias políticas de combate à discriminação². Em 2005, O *Handbook for Integration for Policy-Makers and Practitioners*³ reconhece, que em todos os países europeus se acentuaram os esforços conducentes ao respeito e à promoção da cidadania dos imigrantes, mas que há países onde a opinião pública apresenta ainda resistência à imigração e à diversidade cultural.

Pesquisas que se debruçaram sobre as atitudes e valores dos portugueses face à imigração concluem que há uma «escala cultural cognitiva» entre os inquiridos, que

¹ Neves, C. (2007), “Lei mantém mais de 200 mil na ilegalidade”, *Diário de Notícias*, 29 de Outubro, pp. 4-5.

² Bruxelas, 16/07/2004 COM (2004) 508 final, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: *First Annual Report on Migration and Integration*.

³ <http://eumc.eu.int/eumc/material/pub/eurobarometer/EB2005/EB2005-summary.pdf>

os aproxima mais dos imigrantes brasileiros, faz com que reconhecem a competência profissional dos cidadãos dos países de Leste e criam desconfiança face aos cidadãos originários de países africanos (Lages e Policarpo, 2006). No entanto, convém referir que estas atitudes e comportamentos não são específicos da sociedade portuguesa. As sondagens periódicas realizadas pelo *Eurobarómetro*, que visam obter dados sobre as atitudes e percepção dos europeus face aos imigrantes e à imigração, demonstram que a hostilidade para com os imigrantes deriva não só de condições objectivas (vulnerabilidade económica, desemprego e precariedade) como de condições subjectivas, tais como as expectativas e as opções ideológicas. As mesmas sondagens demonstram que os cidadãos europeus são também unânimes, apesar das particularidades de cada país, a reconhecerem que ser imigrante, e/ou pertencer a outra etnia é, à partida, uma desvantagem social que cerceia o acesso ao mercado de oportunidades⁴.

É neste contexto, e assumindo que os meios de comunicação – principalmente a rádio, a imprensa e a televisão – constituem as fontes de informação de referência da maioria da população, que convém lembrar algumas das medidas comunitárias direccionadas para os operadores e profissionais dos *media*. Estas disposições, assumidas pela União Europeia e pelos Estados-Membros, através de organismos específicos, têm visado acções de consciencialização nos *media* para a realidade pluricultural e multicultural das sociedades europeias. Neste sentido vão algumas das recomendações presentes nos acordos da Televisão sem Fronteiras (*Television without Frontiers*) sobre os direitos das minorias e a promoção da diversidade cultural e dos direitos humanos, precavendo o incitamento a atitudes racistas, sexistas ou à discriminação religiosa.⁵ Estes dispositivos legais foram reforçados através do programa *Media Plus* (2001-2006), que elegeu como um dos seus objectivos o desenvolvimento de produções cinematográficas e audiovisuais que contemplassem a cidadania e as minorias étnicas e culturais.

A sensibilização dos operadores e profissionais dos *media* tem sido uma das outras preocupações da União Europeia. O *Committee on Migration of the Parliamentary Assembly of the Council of Europe* (PACE) tem vindo a enfatizar a necessidade de os empresários europeus incluírem nos seus quadros profissionais oriundos das minorias étnicas e das comunidades migrantes; por outro lado tem recomendado uma maior formação dos jornalistas nas áreas relativas à diversidade e multiculturalidade, bem como o desenvolvimento de órgãos de comunicação voltados para as comunidades étnicas (*Ethnic Media*)⁶.

No contexto português é necessário referir a actuação do Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (ACIME), criado em 2002, após reestruturação da função unipessoal de Alto Comissário para a Imigração e as Minorias Étnicas, existente desde 1996. Esta estrutura elegeu como uma das suas linhas prioritárias de acção «sensibilizar os meios de comunicação social para um contributo para a integração e combate à estigma-

⁴ Eurobarómetro Especial 263, publicado em 2007 sobre a Discriminação na União Europeia.

⁵ Art.22a of the Directive 89/552/EEC “Television without Frontiers”: “Member States shall ensure that broadcasts do not contain any incitement to hatred on grounds of race, sex, religion, nationality”.

⁶ <http://assembly.coe.int/ASP/APFeaturesManager/defaultArtSiteView.asp?ArtId=112>

tização dos imigrantes e das minorias étnicas, nomeadamente através do Prémio de Jornalismo pela Tolerância»⁷. Não é de menosprezar, dentro deste objectivo, o papel do então Alto Comissário, o sacerdote jesuíta António Vaz Pinto, e do Alto Comissário Adjunto, Rui Marques, ambos conhecedores das lógicas de funcionamento dos meios de comunicação e possuidores de relações privilegiadas com proprietários, editores e jornalistas.

O campo dos *media* em Portugal: 2002 e 2007

Em Portugal, na sequência das propostas lançadas pelo governo de coligação PSD/CDS entre 2002 e 2005, regista-se no campo dos *media* um conjunto de mudanças que alteraram significativamente o seu funcionamento, com destaque para as televisões generalistas. As eleições antecipadas, que puseram fim ao governo de coligação conservadora, e conferiram a maioria parlamentar ao Partido Socialista (PS), trouxeram uma maior estabilização à governação política. Em Fevereiro de 2005, é anunciada a venda da Lusomundo Media, em posse da empresa Portugal Telecom, à Controlinveste Olivedesportos, um grupo alicerçado no controlo de emissões desportivas. A venda da Lusomundo Media decorre, na verdade, das recomendações feitas pelo Presidente da República e pela Alta Autoridade para a Comunicação Social (AACCS), então órgão regulador da comunicação social, no sentido de diminuir o peso do Estado neste sector. No mesmo ano acentua-se a participação dos grupos espanhóis nos meios de comunicação através da compra pela Prisa da Vertix, empresa que detém 28,8% do capital da Media Capital. A compra, pela Prisa, da operadora da TVI suscitou grande celeuma em torno do papel estratégico dos meios de comunicação na afirmação da identidade e na defesa dos interesses nacionais. Ao mesmo tempo, esta compra acabou por se associar à renovação das licenças dos operadores privados de televisão – e aos princípios que deveriam obedecer a esta renovação – e à aprovação de uma nova Entidade Reguladora da Comunicação Social (ERC) com funções mais alargadas. No campo das regulações, refere-se a iniciativa da TVI, anunciada em Setembro e seguida pela SIC, de classificar os programas segundo o escalão etário, bem como a publicidade direccionada às crianças. Ainda no campo dos *media*, em 2005, é necessário salientar o anúncio feito, pela administração da RTP, da redução em 2004 de 81,7% dos prejuízos no Grupo, resultantes da venda de património, redução de pessoal, racionalização de custos e reformulação de grelhas. Na SIC, o ano de 2005 trouxe, pela primeira vez em dez anos, o segundo lugar nas audiências, atrás da TVI, apesar de o canal manter os melhores resultados líquidos. No início de Outubro, a Ministra da Cultura anunciou o reforço de orçamento e incentivos à produção do audiovisual e, quase simultaneamente, a RTP e a RDP assinaram um acordo com a Radiobrás, para a troca de conteúdos televisivos e radiofónicos. No mesmo mês e dia, a TV Record, da Igreja Universal do Reino de Deus (IURD), a terceira maior rede brasileira de televisão, anunciou que iria inaugurar um escritório em Lisboa com o objectivo de expandir a sua presença na Europa.

⁷ ACIME (2006), *Acolher e integrar: três anos ao serviço dos imigrantes*, Relatório de Actividades do Alto Comissariado para a Imigração e Minorias Étnicas (2002/2005), Lisboa: ACIME, p. 11.

O panorama mediático do ano de 2006 é grandemente marcado pelas alterações legislativas do campo dos *media* e pelas funções atribuídas à nova Entidade Reguladora da Comunicação (ERC). Esta Entidade é constituída por cinco membros eleitos pelos partidos com assento maioritário no Parlamento (PS e PSD) e financiada por taxas aplicadas às empresas de *media*. Uma das suas primeiras atribuições foi a renovação das concessões dos dois operadores privados, SIC e TVI, seguindo-se a proposta de revisão da Lei de Televisão que propôs mais investimentos na programação de qualidade e na ficção portuguesa e menos tempo de publicidade entre programas. Na renovação das concessões por mais quinze anos, a ERC vinculou a SIC e a TVI a diversas obrigações como por exemplo: a emissão de três blocos informativos diários; a emissão de debates e entrevistas autónomos dos blocos noticiosos; a exibição de uma programação diária infanto-juvenil, veiculada em horários compatíveis; a diversificação da programação no *prime-time*; a contribuição para o audiovisual independente e a promoção de co-produções com países lusófonos⁸. Ainda no que toca à legislação sobre os *media*, convém referir as diversas medidas tomadas pelo Governo socialista no sentido de impor limites à propriedade, tendo como critérios as quotas máximas de audiência, no caso da TV e da Rádio, e de índices de circulação média para a imprensa. Convém salientar que estas medidas causaram reacções de protesto. As empresas manifestaram-se primeiramente contra a obrigatoriedade de financiarem a Entidade Reguladora da Comunicação e em seguida contra a legislação que, no seu ponto de vista, impede a expansão dos grupos de *media*. Em contrapartida, os operadores privados e públicos assinaram um acordo de auto-regulação com o objectivo de promover a classificação de programas, identificando géneros e contribuindo para a protecção de públicos mais vulneráveis. No ano 2006 um outro dado importante a considerar é a alteração da propriedade na TVI. Esta estação – pertencente ao grupo Media Capital – é participada em 33% pelo grupo espanhol Prisa, o qual por sua vez tem entre os seus accionistas de referência o grupo europeu RTL (Faustino, 2006). Ainda de salientar, no ano de 2006, a saída, a 31 de Março, do canal GNT, da Rede Globo, da oferta por cabo. Após meses de negociação entre a TV cabo portuguesa, o canal GNT e a Globo-Sat, o contrato não foi renovado e o seu espaço foi ocupado pela TV Record.

No ano de 2007, assistimos à promulgação do novo Estatuto do Jornalista e da nova Lei de Televisão (Julho de 2007).⁹ A ERC empreendeu a revisão dos cadernos de encargos relativos à renovação das licenças dos operadores privados de televisão (SIC e TVI). O desempenho destas acções gerou acusações à ERC e ao Governo de censura e controlo da informação, advindas de diversos sectores políticos e partidários e da sociedade civil, nomeadamente a acusação de governamentalização dos canais públicos (RTP1 e RTP2).¹⁰ Nota-se ainda, em 2007, movimentações nas presidências e direcções dos grupos empresariais. Destaca-se a entrada em Abril de Pina Moura, ex-político do Partido Socialista, para a presidência da Media Capital, empresa pertencente ao grupo

⁸ Cfr. Lei n.º 53/2005, de 8 de Novembro.

⁹ Bastos, I. D. e Espadinha, M. J. (2007), “Presidente promulgou nova Lei de Televisão”, *Diário de Notícias*, 25 de Julho, p. 52.

¹⁰ Saraiva, N. e Ferreira, A. P. (2007), “O impulso irresistível de controlar”, *Expresso*, 31 de Março, Primeiro Caderno, pp. 1-3; Bastos, I. D. (2007), “Concentração dos media ‘é ameaça à liberdade’”, *Diário de Notícias*, 3 de Maio, p. 60.

Prisa, e detentora da TVI e da NBP Produções.¹¹ Na RTP, dão-se também mudanças na direcção do Grupo, com a substituição da equipa da administração, presidida por Almerindo Marques. No final do ano de 2007, o director de programas da RTP abandona este canal e é nomeado director de programas da SIC.¹² Ainda de salientar são as movimentações dos grupos portugueses e dos estrangeiros com interesses em Portugal, em torno da abertura de um quinto canal de sinal aberto ao abrigo da Televisão Digital Terrestre.¹³ Refere-se, ainda, a entrada de mais canais na televisão por cabo¹⁴, entre estes o da Globo,¹⁵ direccionados para imigrantes a viver em Portugal.

Em resumo, nos anos em análise aprofundaram-se algumas tendências já desenhadas anteriormente. Por um lado, assistiu-se à expansão do modelo comercial, à internacionalização das empresas e à diversificação tecnológica. Por outro lado, aumentaram as pressões de regulação e auto-regulação com vista à responsabilização dos operadores privados pelos conteúdos veiculados e pelo cumprimento dos direitos e deveres constitucional e legalmente consagrados.

Fundamentações teóricas

Teoricamente esta investigação partiu do princípio de que na televisão existe uma relação triangular, entre os dispositivos de produção, os conteúdos veiculados e as apropriações realizadas pelas audiências. O estudo empírico realizado – análise dos dados sobre imigração nos jornais televisivos do *prime-time* – situa-se ao nível dos dispositivos de produção e dos conteúdos veiculados. Outros estudos, realizados em simultâneo, focaram a recepção, tendo como objecto de análise os públicos pertencentes a grupos de imigrantes e descendentes de imigrantes (Ferin *et al.*, 2006).

A televisão é um espaço social estruturado, sujeito a inúmeras tensões e pressões, externas e internas, que configura um campo de forças sociais, regulamentado pelos poderes legislativo e político. Este campo de tensões políticas e sociais revela a cultura de uma sociedade e a democraticidade das suas instituições. Na cobertura da imigração e das minorias étnicas, o jornalismo televisivo português é, simultaneamente, reflexo e produto destas tensões, carregando o peso da cultura e da história imperial e dos novos valores da modernidade. As televisões são também empresas privadas ou públicas que dependem dos anunciantes e das audiências cujo espaço de produção da mensagem está sujeito a constrangimentos externos e internos. Ao longo dos anos analisados, encontram-se indícios da tensão entre exigências do lucro, que apostam na maximização das audiências e no *infotainment*, e os constrangimentos advindos da regulação e da auto-regulação

¹¹ Martins, C. e Saraiva, N. (2007), “Pina Moura Ex-Ministro e braço-direito de Guterres rejeita acusações de ser um homem do PS na TVI”, *Expresso*, Entrevista, 21 de Abril, p. 8.

¹² Azinheira, N. (2007), “Transferência: Os rumores que corriam há muito tempo confirmaram-se ontem. Nuno Santos vai ser o novo director de Programas da SIC já a partir de Janeiro”, *Diário de Notícias*, 13 de Dezembro, p. 60.

¹³ Diogo, F., Andrade, M.P. (2007), “Em guerra pela nova televisão: grupos média preparam todos os cenários”, *Expresso*, Primeiro Caderno, 5 de Maio, pp. 26-27.

¹⁴ Espadinha, M. J. (2007), “TV Cabo lança 10 canais para as comunidades”, *Diário de Notícias*, 2 de Outubro, p.61.

¹⁵ Bastos, I. D. (2007), “Entrevista: A Rede Globo vai regressar à TV Cabo com dois novos canais pagos: o generalista TV Globo Portugal e o PFC, dedicado em exclusivo ao futebol brasileiro”, *Diário de Notícias*, 27 de Setembro, p. 60.

(McQuail, 1994). Na medida em que o processo de comunicação é um circuito contínuo de produção-circulação-recepção-produção, a mensagem tende a oscilar entre os *estereótipos* simplificadores (Hall, *et al.* 1978) e o discurso *politicamente correcto*.

A produção da notícia surge, portanto, como resultado de diversos factores, nomeadamente das agendas políticas e culturais, dos conhecimentos técnicos e profissionais, das rotinas de produção, das ideologias profissionais, das culturas institucionais, dos acontecimentos, das expectativas, conjecturas e suposições sobre as audiências. Esta amálgama de factores, que contribui para a produção da notícia, faz com que ela seja uma narrativa construída socialmente, um produto cognitivo individual (do jornalista), mas também colectivo, das organizações e da sociedade, constituindo, na sua forma final, um indicador das suas estruturas de conhecimento e da sua visão de Mundo.

O circuito de produção, circulação e recepção da notícia está vinculado à ideia de *agendamento* (McCombs e Shaw, 1972, 1993; Dearing e Rogers; 1996). Na perspectiva da produção, e não das audiências, uma vez ultrapassado o princípio da relação causal entre a agenda mediática e a agenda pública (McCombs e Shaw, 1972), subsiste a ideia de que há uma hierarquia temática (Park, 1940) proposta pelos *media* (Berger e Luckman, 1996) e que os meios de comunicação constroem a realidade a partir de fontes de interesses organizadas na sociedade. O *agendamento* constitui o processo de seleccionar e hierarquizar as notícias, de criar uma realidade, por exemplo, sobre a imigração e as minorias étnicas, através de informações proporcionadas por fontes privilegiadas, como as forças de segurança pública ou o Alto Comissariado para as Migrações e as Minorias Étnicas (ACIME). O papel destes *definidores primários* está correlacionado com o seu posicionamento privilegiado, com o seu poder de influenciar os meios de comunicação (*definidores secundários*) na definição e hierarquização da *realidade* reforçando a hegemonia dominante (Hall *et al.*, 1978). A partir desta relação, a televisão *define* e não apenas reproduz a realidade e exerce um papel activo de *fazer as coisas significarem* (Hall *et al.*, 1978).

No enquadramento teórico deste estudo empírico, resultante da análise e inventariação sistemática dos factos *reais* seleccionados e estruturados nas coberturas jornalísticas sobre a imigração e as minorias étnicas, recupera-se também a ideia de *controlo cultural* e *pânico moral*. A pertinência destes dois conceitos desenvolvidos por Cohen (1973) e Hall (Hall *et al.*, 1978) nos anos setenta articula-se com as tensões identificadas na cobertura noticiosa sobre a imigração e as minorias étnicas, que oscila entre os crimes, ou transgressões sociais, e os temas *politicamente correctos*. Estas tensões indiciam, em consonância com a ideia de *definidores primários* de Hall, uma luta pela hegemonia e controlo cultural (Cohen, 1973), onde os agentes do Estado têm um papel preponderante, quer no estatuto de forças de segurança, quer como funcionários do ACIME, ou de entidades reguladoras. Neste confronto pelos *mapas de sentido* no campo das representações das imigrações e minorias, fazem-se representar interesses do Estado e do Governo, interesses populares, políticos, económicos e religiosos, portadores de diferentes ansiedades, expectativas e medos. Independentemente das posições dos diferentes grupos de *definidores primários* e dos seus interesses manifestos ou ocultos na informação veiculada, permanece central o conceito de *pânico moral*.

O conceito de *pânico moral* tem origem nas teorias do desvio, na exploração do conceito de *anomia* de Durkheim, e nos trabalhos de Cohen sobre as *tribos juvenis* urbanas britânicas nos finais dos anos 50, início dos anos 60. O *pânico moral*, uma percepção colectiva de sociedades em mudança, construída por agentes com poder de controlo cultural e social, expressa-se nos meios de comunicação através de uma política, estética e simbólica, que cristaliza temores e ameaças, como as *alterações de estatuto social*, o *desemprego*, as *invasões externas*, a *violência*, o *crime* ou a *dissolução da família*. Para este autor, a cumplicidade, entre as forças de controlo cultural e os meios de comunicação social, fornece uma oportunidade única para que surjam movimentos políticos ou sociais partidários de um novo universo moral antagónico ao dominante. Estes movimentos tenderão, com base no sistema e mantendo a sua posição hegemónica, a redefinir as fronteiras entre o moralmente desejável e o moralmente indesejável (Cohen, 1973) e podem surgir sobre a forma de movimentos de extrema-direita ou de renovação política e religiosa.

Os *estereótipos* são outra forma de consolidar percepções, na medida em que restringem a informação, categorizando de forma pejorativa os sentidos. A estereotipagem está associada ao poder e à hegemonia e, apesar de circunstancialmente atingir os poderosos, incide preferencialmente sobre os mais fracos e desprotegidos. A televisão, pela sua natureza e linguagem, utiliza os *estereótipos* como pontos de ancoragem dos públicos. Os estereótipos têm na televisão a função de sintetizar e simplificar a informação, facilitar a identificação de referentes, permitindo aos públicos que reconheçam situações e tipos sociais *insiders* ou *outsiders*. Os *estereótipos* naturalizam, através da associação de determinadas características a pessoas e grupos, os atributos, generalizando o que é particular, particularizando o que é próprio de situações gerais. Para contrariar a naturalização dos *estereótipos*, que indicia relações culturais e sociais consolidadas, são necessárias, segundo Hall (1997), políticas de representação. Na perspectiva da imigração e das minorias, ao excesso de *estereótipos* negativos – ou notícias negativas – tendem a opor-se, por pressão da regulação e da auto-regulação, representações e notícias positivas.

Partindo desta abordagem teórica e conceptual, subsistem as seguintes perguntas de investigação: Quais são os indicadores culturais e sociais na cobertura da imigração e das minorias? Que tipos de agendamento são identificáveis na cobertura destes temas? Quem são os *definidores primários* das notícias sobre a imigração e as minorias étnicas? O que faz notícia na imigração e nas minorias? Como são apresentados os imigrantes e as minorias étnicas?

Estudo Empírico: Os Imigrantes na Televisão

Nesta secção do trabalho expõem-se os dados de quatro anos de análise, 2003 a 2007, dos três canais de sinal aberto portugueses, RTP1, SIC, TVI dentro de uma perspectiva comparativa.¹⁶ As metodologias utilizadas fundamentam-se na análise do conteúdo e no tratamento estatístico dos dados com base no programa *Statistical Package for Social*

¹⁶ Justifica-se a escolha destes canais por serem abertos, isto é, não pagos, e manterem os maiores índices de audiência e valor publicitário.

Science (SPSS). As variáveis foram organizadas em três conjuntos de dados referentes à Forma, ao Conteúdo e ao Discurso. As variáveis de Forma registam os dados descritivos das peças/objectos jornalísticos como o número da peça, o tempo de duração, o alinhamento e género jornalístico televisivo. As variáveis de Conteúdo registam temas, actores, vozes e citações das peças jornalísticas. As variáveis do Discurso recolhem dados referentes à narrativa jornalística, com particular atenção para Tom, Argumentação e Enquadramento.

Da Forma ao Conteúdo

Nesta parte do texto faz-se o levantamento do número de peças, tipo de peças, o tempo de emissão das peças, o alinhamento, o género jornalístico, bem como o local que localiza a acção da peça.¹⁷ No conjunto dos jornais televisivos do *prime-time*¹⁸ foram registadas e analisadas 1332 peças nos três canais de sinal aberto. O número de peças registado no último ano de análise (2007) é inferior aos anos anteriores e configura uma tendência de descida iniciada em 2005. No conjunto dos anos, a SIC é a estação que emitiu, de forma contínua, mais peças subordinadas a esta temática, apesar de se assinalar uma descida acentuada em 2007.

Quadro I
Total de peças por ano e por canal

Canais TV/Ano	RTP1	SIC	TVI	Total
2003*	56	70	92	218
2004	80	127	112	319
2005	99	118	96	313
2006	82	96	67	245
2007	87	68	82	237
Total	404	479	449	1332

* Por questões de data de início do Projecto só foram analisados os meses de Abril a Dezembro.

Comparando os cinco anos, observamos que há alguma regularidade no volume das peças, decorrente da *agenda* da quadra natalícia e do Ano Novo, sempre associada a peças que têm como tema principal a integração e a solidariedade. Nos cinco anos não são perceptíveis «agendas» planificadas com a mesma regularidade de cobertura.

¹⁷ Foram tidas em consideração as seguintes obras e autores enunciados por ordem alfabética: Berkowitz, D. (1997), *Social Meanings of News*, London, Sage; Casey, B et al., (2002), *Television Studies: the Key Concepts*, London, Routledge; Cohen, S., J. Young (eds.) (1973), *The Manufacture of News*, Londres, Constable; Goodwin, A., Whannel, G. (1997), *Understanding Television*, London, Routledge; Traquina, N. (1993), *Jornalismo, Questões, Teorias, Estórias*, Lisboa, Vega; Tuchman, G. "As notícias como realidade construída" In: Esteves, J. P. (2001), *Comunicação e Sociedade*, Lisboa, Horizonte, pp. 91-104.

¹⁸ A análise do *prime-time*, entre as 20h e as 22h 30m, decorre do facto de ser o período do dia em que os telegornais registam o maior índice de audiências.

No entanto, nota-se ao longo destes anos acontecimentos que suscitam invariavelmente coberturas extensas, por exemplo, as demolições de bairros degradados (2003, 2004, 2006 e 2007), a prostituição, as rusgas a bares de alterne e os julgamentos que resultaram da detenção dos indivíduos associados a estas práticas (2003, 2004, 2005, 2006, 2007) ou ainda as questões relacionadas com transgressões, crimes, etc. A cobertura dispensada ao «arrastão de Carcavelos», em 2005, constitui uma excepção e marca uma inversão na prática da cobertura de acontecimentos relacionados com os jovens portugueses de ascendência africana.¹⁹ A dimensão da agenda criada pelo acontecimento «arrastão de Carcavelos», em 2005, reflecte-se nas 52 peças contabilizadas, correspondentes a 16,6% das peças televisivas anuais. No entanto, convém assinalar que só se registaram onze peças directamente subordinadas a este tema em Junho, sendo que os factos e acontecimentos que gerou – por exemplo, manifestações da extrema-direita, visita do Presidente da Republica ao bairro da Cova da Moura²⁰ – levaram a um aumento do número de peças neste mês. Na totalidade há quinze peças (4,8% do total dos temas principais) cujo tema principal é o «arrastão de Carcavelos».

Quadro II
Meses com mais peças por ano e respectivas agendas

Os meses com + peças e % no total	2003	2004	2005	2006	2007
Mês e agendas	Julho (37; 7,1%) Visita do Presidente Lula do Brasil	Janeiro (74; 23,2%) Quadra natalícia; Quotas para a imigração	Janeiro (36; 11,5%) Quadra natalícia; Rusgas em bares de alterne	Maior (30; 12,2%) Brasileiros em Vila de Rei	Março (25; 10,5%) Demolições no bairro do Bacelo, Porto; Rottweillers matam mulher ucraniana; Cartaz do PNR contra a imigração
	Outubro (48; 21,4%) Revista <i>Time</i> «Mães de Bragança»	Fevereiro (37; 11,6%) Rusgas em bares de alterne e no Intendente em Lisboa	Junho (52; 16,6%) «Arrastão de Carcavelos»	Agosto (30; 12,2%) Nova lei de imigração	Abril (25; 10,5%) Rusgas em bares de alterne Junho (25; 10,5%); Extradição de uma criança russa e sua mãe
	Dezembro (34; 15,2%) Quadra natalícia	Maior (32; 10%) Período de recenseamento de imigrantes	Dezembro (35; 11,2%) Quadra natalícia; Deportados no Aeroporto do Porto	Dezembro (41; 16,7%) Quadra natalícia; Nova lei da nacionalidade	Dezembro (27; 11,4%) Imigrantes marroquinos desembarcam no Algarve

¹⁹ Um acontecimento ou pseudo-acontecimento relatado pelos meios de comunicação portuguesa que tiveram no centro o suposto assalto de um grupo de jovens de origem africana a banhistas que estavam na Praia de Carcavelos, arredores de Lisboa, no dia 10 de Junho de 2005, um feriado que assinala o dia de Camões e das Comunidades Portuguesas. Posteriormente veio-se a desmentir o assalto e o relato construído pelos *media*.

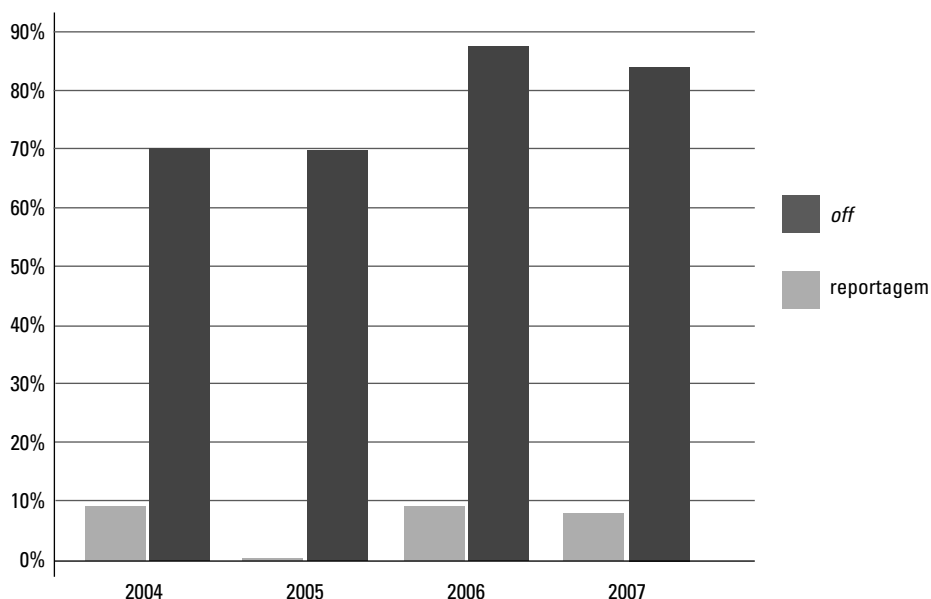
²⁰ Bairro degradado dos arredores de Lisboa com uma população predominantemente de origem cabo-verdiana.

Em 2003 salienta-se a «Visita do Presidente Lula da Silva» a Portugal em Julho e a agenda que gerou em torno do acordo para a legalização dos imigrantes brasileiros, designado «Acordo Lula». Em Outubro a publicação na Revista *Times* de uma matéria sobre as «mães de Bragança»²¹, que denunciavam o elevado número de mulheres brasileiras prostituídas na cidade, teve como consequência um aumento do número de peças no *prime-time* das televisões generalistas. No ano seguinte, 2004, para além das agendas de rotinas, registam-se as que estão associadas à revisão das políticas da imigração, bem como as que surgiram na sequência dos fenómenos de prostituição e de tráfico de mulheres. Em 2005 e 2006, os meses de Janeiro e Dezembro incluem um grande número de peças de «rotina», enquanto os meses de Junho e Maio são pautados, respectivamente, por peças sobre o «arrastão de Carcavelos» (Junho de 2005) e a vinda de brasileiros para Vila de Rei a convite da presidente da Câmara (Maio de 2006). Saliente-se ainda que para o grande número de peças registadas nestes dois anos em Janeiro contribuíram também as campanhas políticas para as eleições legislativas, em 2005, e os realojamentos realizados na Amadora, em 2006. Em 2007, há muitas peças de rotina associadas à agenda política governamental. Os meses com mais peças são Março (25 peças), Abril (25 peças), Junho (25 peças) e Dezembro (27 peças). Para este facto concorreram em Março as demolições no bairro do Bacelo, no Porto, habitado por ciganos; a morte brutal de uma mulher ucraniana, em Sintra, atacada por cães *rottweillers* e a polémica gerada em torno da colocação, na rotunda do Marquês de Pombal, em Lisboa, de um cartaz xenófobo do Partido Nacional Renovador (PNR). Em Abril, as rusgas das forças de segurança a bares de alterne em todo o país, mas principalmente no Algarve e no Alentejo, promoveram uma agenda que envolveu, também, as acções judiciais associadas a estas intervenções. Em Junho, sobressai a história da possível extradição de uma menina russa – a viver com uma família de portugueses em Barcelos – e a sua devolução à mãe com antecedentes de alcoolismo e prostituição. No mês de Dezembro, a chegada à Ilha de Culatra, Algarve, de uma embarcação a motor com imigrantes marroquinos gerou uma nova agenda em torno das condições de repatriamento e possíveis alterações de rotas da imigração africana para a Europa.

Ao longo destes anos há poucas peças subordinadas às temáticas da Imigração e Minorias Étnicas que façam a abertura dos jornais televisivos. Quando isso acontece, as peças constituem *hard news* – acontecimentos fortes e com continuidade que suscitem a atenção dos *media* –, apresentando grande potencial de audiência e mantendo-se por alguns dias, ou semanas, no alinhamento agendado. Assim, por exemplo, em 2003 encontramos doze peças que fizeram a abertura dos jornais, a maioria directa ou indirectamente relacionadas com o caso «mães de Bragança». No ano seguinte são registadas apenas sete peças de abertura, também relacionadas com as «rusgas em casas de alterne ou no Intendente» ou ainda com acidentes de natureza vária. Nos anos seguintes, 2005, 2006 e 2007, registaram-se respectivamente doze, seis e oito peças na abertura, salien-

²¹ Acontecimento que agitou a cidade de Bragança em Março/Abril de 2003 e que consistiu na denúncia, feita pelas mulheres casadas da cidade, de casas de prostituição e da actividade de mulheres brasileiras na prostituição.

Quadro III
Peças por género televisivo (2004-2007)



tando-se, no primeiro ano, seis relativas ao «arrastão de Carcavelos» e, no último ano, três relativas ao desembarque de imigrantes marroquinos na Ilha de Culatra, Algarve.

A maioria das peças analisadas, de 2003 a 2007, pertence ao género reportagem, com ou sem directos, registando-se poucas entrevistas em estúdio e *offs*. Em 2006 e 2007 mantém-se estável o número de peças entre 1'45" e 2'45" e diminuem as peças caracterizadas como *off*.

A Grande Lisboa é a região geográfica que dá origem a mais peças (211 peças, 37,8%) seguindo-se as que têm como âmbito Portugal (124 peças, 22,2% do total). Estes valores correspondem por um lado à macrocefalia de Lisboa não só política, mas também televisiva, dado que congrega todas as sedes das estações televisivas. Por outro lado, a referência a Portugal demonstra que muitas das peças dizem respeito ao país e situam-se no âmbito das políticas governamentais e da legislação. Um outro factor interpretativo que não deve ser ignorado prende-se com as reestruturações promovidas nas estações televisivas, os cortes orçamentais e uma certa economia de meios que se reflecte na concentração das peças produzidas na região metropolitana de Lisboa, onde se encontram as estações televisivas. Saliente-se ainda que, nos dois últimos anos, a SIC é a estação que mais peças produz, tendo como local de acção a região metropolitana de Lisboa, a que se segue a RTP e depois a TVI.

As peças produzidas nas delegações regionais apresentam temas predominantemente associados ao Crime, nomeadamente à prostituição, aos julgamentos dos crimes reportados ou ainda a acidentes. As hipóteses explicativas deste facto articulam-se em torno das restrições que as delegações regionais sentem em entrar no alinhamento dos jornais

nacionais, o que as leva a recorrer a estratégias fundadas na informação-espectáculo. Acresce que a produção nas delegações dos canais privados está adjudicada a produtoras independentes o que tende a reforçar alguns critérios noticiosos que garantam, à partida, a exibição das peças produzidas. Refere-se, ainda, que nas delegações regionais da RTP predomina o pessoal com habilitações técnicas (repórteres de imagem, editores de imagem) em detrimento dos jornalistas.

Quadro IV
Peças por âmbito ou local de acção

Região	2003*	2004	2005	2006	2007
Grande Lisboa	68 (30,5%)	113 (35,4%)	127 (40,6%)	84 (34,3%)	91 (38,4%)
Portugal	52 (23,3%)	71 (22,3%)	54 (17,3%)	70 (28,6%)	38 (16,0%)
Outra região + focada	Norte (42; 18,8%)	Centro (34; 10,7%)	Norte (30; 9,6%)	Centro (22; 9%)	Algarve (35; 14,8%)

* Os dados relativos a este ano compreendem os meses de Abril a Dezembro nas estações RTP1, RTP2, SIC e TVI.

Actores e conteúdos

Nesta secção faz-se o levantamento dos actores com maior protagonismo e voz nas notícias (Actor1; Actor2) e os temas mais focados nas peças. Na categorização dos actores e temas esteve subjacente a literatura sobre a imigração e as minorias étnicas em Portugal.²²

Como defendem muitos académicos (por exemplo, Hall, 1978) e organismos internacionais, tais como o *European Monitoring Centre on Racism and Xenophobia* (EUMC) e a UNESCO, e constatarem estudos de opinião internacionais e nacionais, as televisões são responsáveis pela criação de uma opinião pública relativamente aos imigrantes. Os conteúdos das imagens veiculadas pelos canais televisivos contribuem, em grande parte, para a construção das identidades dos imigrantes e dos grupos étnicos, ao referirem, por exemplo, o seu país de origem, a situação jurídica, a ocupação ou os temas mais frequentes a que estão associados. Nesta perspectiva, os dados que se apresentam aqui permitem, em conjugação com outros estudos, nomeadamente os desenvolvidos por Lages e Policarpo, em 2004 e 2005, fazer um esboço das identidades dos imigrantes apresentadas pelas estações de televisão portuguesas.

Ao longo dos anos analisados os brasileiros são os imigrantes mais referidos de forma individualizada, apesar de, no conjunto, se terem registado mais peças onde estão

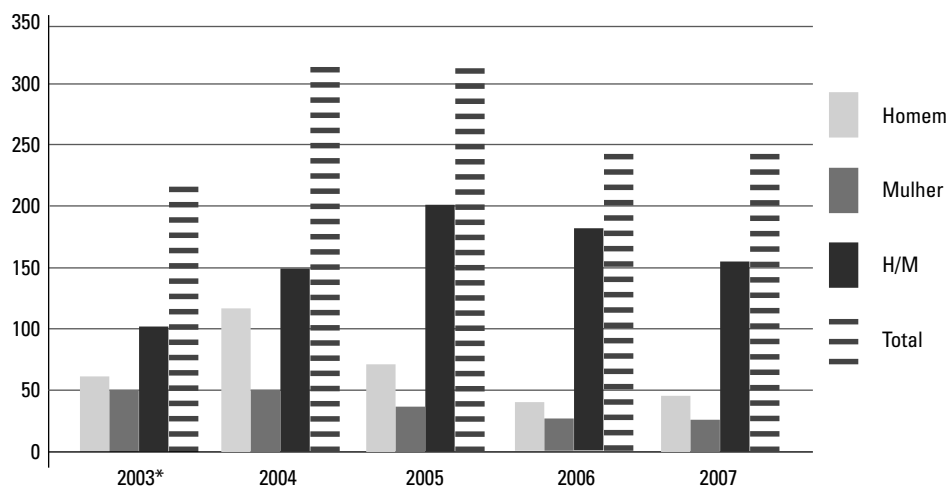
²² Baganha, M. I. e Marques, J. C. (2001), *Imigração e Política: o caso português*, Lisboa: Fundação Luso-Americana; Bastos, J. G. e Bastos, S. P. (1999), *Portugal Multicultural*, Lisboa: Fim de Século: 12-14; Cádima, R. e Figueiredo, A. (2003), *Representações (Imagens) dos Imigrantes e das Minorias Étnicas nos Media*, Lisboa, ACIME; Ferin Cunha, I. et al., (2002), "Media e discriminação: Um estudo exploratório do caso português", *Revista Obercom*, n.º 5, pp. 27-38; Lages, M. e Policarpo, V. (2003), *Atitudes e Valores perante a Imigração*, Lisboa, ACIME; Miranda, J. (2002), *A Identidade Nacional: Do mito ao sentido estratégico*, Oeiras, Celta; Pires, R. Pena (2003), *Migrações e Integração*, Oeiras, Celta; Vala, J., Brito, R., Lopes, D. (1999), *Expressões dos Racismos em Portugal*, Lisboa, ICS.

presentes imigrantes de várias nacionalidades. A visibilidade dos cidadãos brasileiros está em consonância com a sua realidade estatística, na medida em que constituem a comunidade mais numerosa. No entanto, verificam-se, nestes anos, algumas alterações, indiciando novos movimentos migratórios, tais como a descida do número de peças relativas a cidadãos de países do Leste da Europa, nomeadamente ucranianos e, contrariamente, um aumento de referências às comunidade chinesa e romena. No último ano analisado, salienta-se o aumento de peças referentes a cidadãos originários do Magrebe (dezoito peças, 7,6%) e a cidadãos russos. Duas agendas determinam a visibilidade dos cidadãos do Magrebe: as acções de prevenção realizadas pelas marinhas portuguesa e espanhola na costa mediterrânica e africana e a chegada à Ilha de Culatra de uma embarcação de imigrantes. Já a proeminência dos cidadãos russos (catorze peças, 5,9%) está associada à visita do presidente Putin a Portugal, efectuada no âmbito da presidência europeia portuguesa.

As referências às designadas «segundas gerações» registam uma diminuição significativa nos dois últimos anos analisados, facto que deverá ser interpretado tendo em conta a Nova Lei da Nacionalidade. Ainda de notar a diminuição de peças onde são identificados membros de etnia cigana, o que acompanha a sensibilização pública, junto dos operadores privados e jornalistas, no sentido de omitir a referência a esta comunidade, caso não haja pertinência para a notícia reportada.

Independentemente de a maioria das peças focar adultos, homens e mulheres, nota-se que há um crescimento do número de peças onde se destacam crianças e jovens filhos de imigrantes. Estas peças têm, na maior parte dos casos, as escolas como cenário. Nos últimos anos, constata-se uma diminuição do número de peças sobre as mulheres, o que

Quadro V
Peças por Género



* Os dados relativos a este ano compreendem os meses de Abril a Dezembro nas estações RTP1, RTP2, SIC e TVI.

está associado à diminuição do número de peças sobre casas de alterne e prostituição. Em função desta evidência verifica-se que a mulher colhe um maior número de peças em 2003, o que deverá ser lido em consonância com o caso «mães de Bragança» e a publicação, na revista *Time*, da reportagem sobre a prostituição no Norte de Portugal.

Até este momento da exposição, assistiu-se à caracterização dos imigrantes quanto à nacionalidade, idade e género. A partir daqui, pretende-se entender qual a proeminência que lhes é concedida nas peças jornalísticas.

Em primeiro lugar, observa-se que os imigrantes são os actores mais focados ao longo destes cinco anos, tanto como actores principais como actores secundários, seguindo-se as forças de segurança (PSP, SEF, GNR, PJ) e os populares. Observa-se, assim, que, em 2003, os imigrantes colheram 52,5% dos valores das peças, ressalvando-se que se trata mais de um actor passivo que activo, enquanto as forças de segurança reuniram 35,2%, assumindo-se como actor activo. Em 2004 o número de peças onde os imigrantes eram actores baixou (30,3%), mas aumentou em contrapartida o seu papel activo. Já em 2005 constata-se que os imigrantes voltam, de novo, a ter um papel mais passivo, subindo um pouco no ano seguinte. No conjunto das nacionalidades, verifica-se que os cidadãos brasileiros e dos países do Leste da Europa (Moldávia, Rússia, Ucrânia, Roménia) são os que adquirem maior proeminência como actores activos, na medida em que obtêm valores mais elevados nas citações.

No que toca às minorias, nota-se que as «segundas Gerações» adquirem maior protagonismo como actores em 2005, 25 peças (8,0% do total das peças), embora a sua expressão activa corresponda apenas a catorze peças e a 5,4% das citações, o que demonstra que a sua função é ainda, significativamente, de actor passivo. Os dados de 2005 estão vinculados, tal como foi referido, às «ondas de choque» que se seguiram ao «arrastão de Carcavelos», pois, em 2006 e 2007, os valores referentes às «segundas Gerações» são bastante inferiores, o que também pode decorrer da nova Lei da Nacionalidade e da consequente aquisição da nacionalidade portuguesa. Os cidadãos de origem cigana registaram em 2003 o maior número de peças (28 peças, 12,8% do total); seguiu-se o ano de 2004 (25 peças, 5,2%) com valores muito inferiores a 2005 (sete peças, 2,2%), 2006 (cinco peças, 2%) e a 2007 (seis, 2,5%). As vozes destes actores foram mais activas também em 2003, com 22 peças, correspondendo a 8% do total. Nos anos seguintes, essa expressão diminui em consonância com a redução do número de registos assinalados. Uma das hipóteses interpretativas para esta situação está, mais uma vez, no esforço perpetrado por diversos organismos, entre eles o ACIME/ACIDI, no sentido de consciencializar os agentes e operadores dos *media* para a discriminação que se encontra associada à nomeação da etnia. Nota-se também que os valores referentes ao protagonismo do Estado/Governo apresentam algumas oscilações, associadas às campanhas eleitorais e às diferentes agendas políticas de discussão e promulgação das Leis de Imigração e da Nacionalidade. Por outro lado, verifica-se uma certa estabilidade nos indicadores de participação dos populares, especialistas e empresários, em grande parte como actores activos. Infere-se, dos dados recolhidos, que continua a existir um peso considerável das fontes oficiais, se bem que há indícios mais consistentes de outras fontes, nomeadamente as que decorrem da sociedade civil.

Quadro VI
Voz atribuída aos actores principais (Citação 1)
por ano, número de peças e percentagens correspondentes ao total de peças

Actores com Voz	2003 *	2004	2005	2006	2007
Europa de Leste	20 (7,2%)	44 (10,8%)	21 (6,6%)	14 (5,7%)	8 (3,4%)
Brasileiros	26 (9,4%)	22 (5,5%)	19 (6,1%)	19 (7,8%)	6 (2,5%)
Forças de Segurança	47 (17%)	48 (11,8%)	40 (12,8%)	27 (10,9%)	27 (15,7%)
Populares, especialistas e empresários**	52 (18,9%)	88 (21,9%)	50 (16%)	34 (13,9%)	50 (21,1%)
Total de peças	218	319	313	245	237

* Os dados relativos a este ano compreendem os meses de Abril a Dezembro nas estações RTP1, RTP2, SIC e TVI.

** Em 2003 só estava contemplada a modalidade Populares.

Mas a que temas estão associados estes protagonistas? Quais são os acontecimentos e as matérias que mais proeminência têm nas televisões? Será que todas as estações dão a mesma ênfase a todas as matérias? Há alguma diferença nas temáticas abordadas entre a televisão pública e as televisões privadas?

Para obter respostas mais concludentes relativamente às perguntas inicialmente formuladas, utilizam-se os critérios de 2004, que não são possíveis de obter para o ano de 2003, dado que neste ano apenas foram analisados os meses de Abril a Dezembro. Para os restantes três anos agregaram-se as temáticas em cinco campos semânticos: «Transgressão Social» (Crime, Exploração, Máfia, Prostituição e Violência); Estado/Governo (Expulsão, Legalização, Legislação, Naturalização, SEF, Segurança e Terrorismo); «Sociografia» (Clandestinidade, Condições Sociais, Desemprego, Discriminação, Educação, Economia, Família, Habitação, Refugiados, Trabalho, Sem-abrigo e Saúde); «Políticas inclusivas» (Cultura, Integração, Reagrupamento, Religião); «Rotinas dos Media» (Acidentes/ Incidentes, Agendas, Estatísticas e Estudos sobre a Imigração).

Quadro VII
Agregação das temáticas principais

Temáticas agregadas (Tema 1)	2004	2005	2006	2007
Transgressão social	105 peças 34,5%	119 peças 37,7%*	66 peças 26,9%	48 peças 20,3%
Estado/Governo	42 peças 13,3%	38 peças 12,1%	24 peças 9,8%	52 peças 21,9%
Sociografia	49 peças 21,3 %	65 peças 20,8%	75 peças 30,6%**	91 peças 38,4%

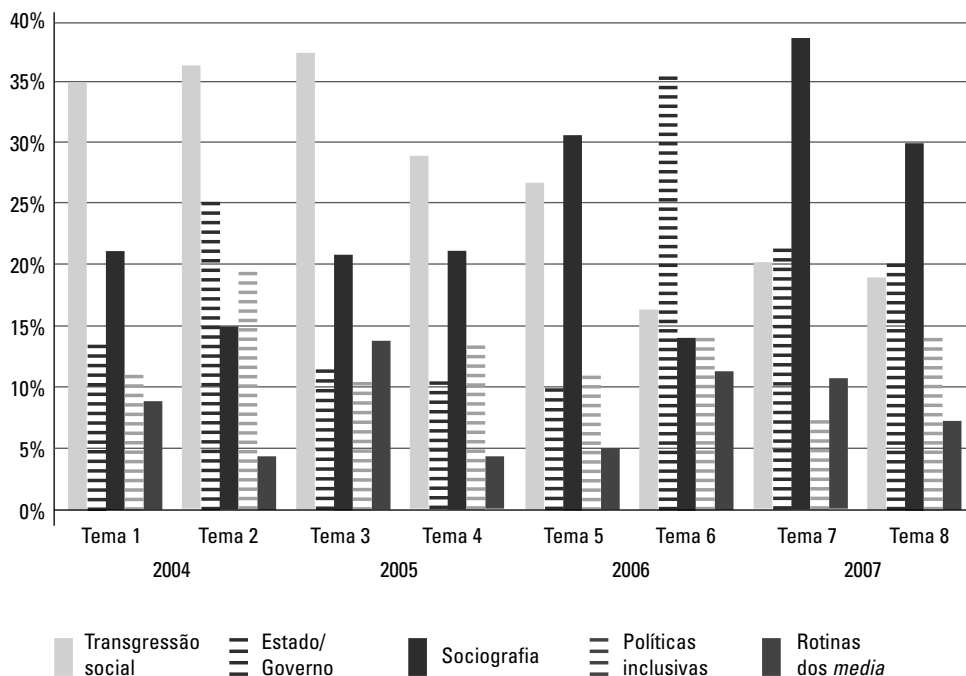
Políticas inclusivas	36 peças 11,3%	34 peças 10,8%	29 peças 11,8%	17 peças 7,1%
Rotinas dos <i>media</i>	29 peças 9%	42 peças 13,5%	13 peças 5,2%	28 peças 11,7%
Total de peças	319	313	245	237

* Inclui as peças referentes ao «arrastão de Carcavelos».

** Inclui as peças referentes aos «brasileiros em Vila de Rei».

A observação deste quadro mostra que em 2006 e em 2007 há uma maior representatividade das peças agregadas em «Sociografia» e um menor número de peças de «Transgressão social». É de notar, também, que em 2005 o valor deste último indicador reflecte o «arrastão de Carcavelos» como tema principal. Salienta-se, ainda, que nos últimos anos se observa um crescimento do número de peças registado no grupo rotinas dos *media* e no grupo Estado/Governo, o que está em consonância com os actos eleitorais e a adopção da nova Lei da Nacionalidade. Comparando os temas registados em Tema 1, com os temas registados como segundos (Tema2), nota-se que a partir de 2006 o grupo «Transgressão social» agrega um menor número de peças, aumentando o volume de peças registado nas temáticas «Sociografia».

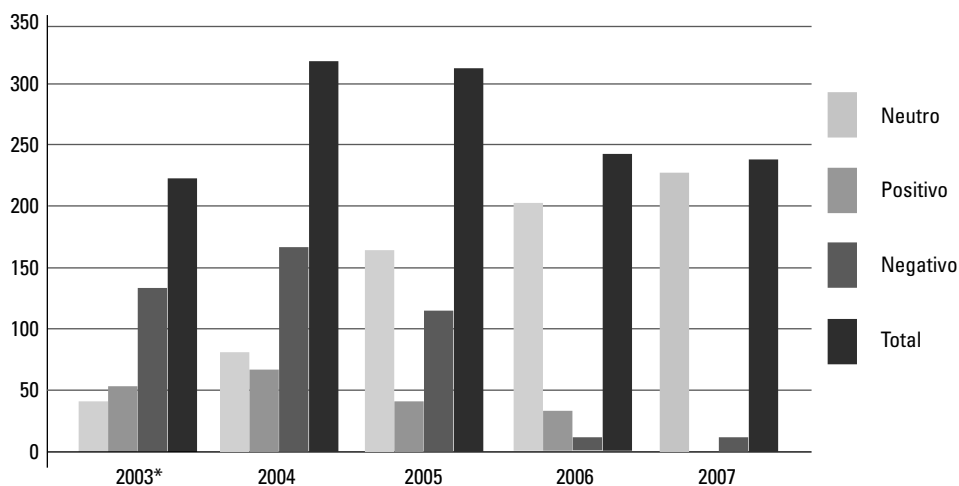
Quadro VIII
Comparação do Tema 1 e Tema 2, agregados, anos de 2004-2007



Discursos: do tom ao enquadramento

Na comparação dos anos em análise, notam-se ainda alterações nos tipos de narrativa, categorizadas no tipo de enquadramento e na argumentação utilizados. Estas variáveis, e respectivas modalidades, assumem, em consonância com trabalhos realizados por investigadores internacionais e nacionais (Fowler, 1991; van Dijk, 1997), que a notícia, na imprensa e na televisão, é um género narrativo – que envolve o relato, hierarquizado, de acontecimentos políticos, económicos e sociais – no qual o enunciador expressa, através de determinadas estratégias linguísticas, o seu ponto de vista e comentário. O tom, ou seja, a forma como a peça é discursivamente organizada e expressa uma interpretação do conteúdo, sofreu significativas alterações ao longo destes cinco anos analisados. Assim, se nos primeiros anos o tom era negativo (2003 e 2004), nos últimos a tendência é para o aumento do número de peças em tom neutro. Estas alterações são comuns aos três canais, constituindo 2005 um ano de transição. Os anos de 2006 e 2007 apresentam 80% a 90% de peças neste tom.

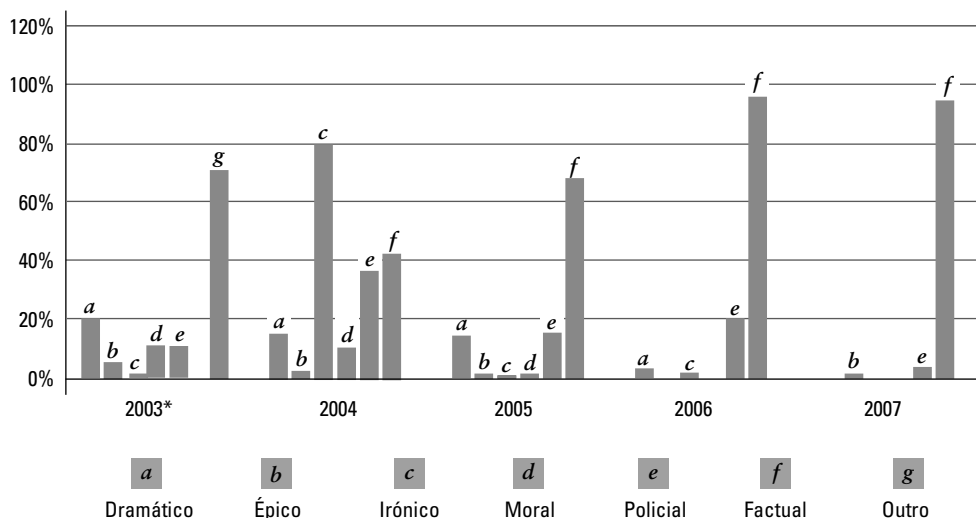
Quadro IX
Tom por peça



* Os dados relativos a este ano compreendem os meses de Abril a Dezembro nas estações RTP1, RTP2, SIC e TVI.

A variável enquadramento pretende apreender como o enunciador hierarquiza a informação, ao identificar as isotopias temáticas por ele seleccionadas. Nesta perspectiva, as modalidades desta variável têm como objectivo identificar os contextos discursivos em que determinados acontecimentos se encontram inseridos e são tratados.

Quadro X
Enquadramento das peças



* Os dados relativos a este ano compreendem os meses de Abril a Dezembro nas estações RTP1, RTP2, SIC e TVI.

** Em 2003 não estava contemplada a modalidade Factual.

Neste quadro, nota-se que a modalidade Factual, que regista narrativas centradas predominantemente na descrição de acções e factos, ganhou progressiva importância ao longo dos anos analisados, sendo que, em 2006 e 2007, está identificada em mais de 90% das peças. Já na variável argumentação, que pretende identificar as estratégias de comentário, ou atitude, dos enunciadores da notícia, nota-se o crescimento da modalidade assertiva, que corresponde à utilização de enunciados fundados na descrição da acção ou acontecimento, onde o enunciador procura distanciar-se do facto relatado. Esta modalidade, introduzida no relatório de 2004, registou 115 peças, correspondentes a 36,1% do total, e no ano seguinte obteve a mesma percentagem do total, com 113 peças identificadas. Em 2006, o número de peças registadas nesta modalidade ascende a 133 (54,3%) num total de 245, e em 2007 representam 204 (86,1%) em 237 peças.

Conclusão

Antes de mais pretende-se evidenciar que a temática do Projecto «Media, Imigração e Minorias Étnicas» entrou definitivamente nas rotinas de produção da televisão e ocupa um espaço nos alinhamentos. A análise destes anos permite afirmar que a cobertura deste tema reflecte de forma continuada as agendas político-governamentais portuguesas e europeias, constituindo um *issue* de rotina, abordado dentro dos princípios utilizados pelos canais e pelos profissionais para a generalidade dos temas jornalísticos.

Uma segunda observação prende-se com a permanência, embora em progressiva diminuição, das peças focadas nas temáticas agregadas em «Transgressão social», e a crescente visibilidade dos temas integrantes da categoria «Sociografia» e «Integração». No entanto, esta tendência está associada à diminuição do volume das notícias. Este facto pode ter múltiplas leituras a partir do contexto de produção da notícia: a escassez de matéria-prima, a falta de interesse que o tema suscita nos públicos; as tensões e estrangulamentos existentes entre diferentes grupos de *definidores primários*.

Apesar de o número de peças ter vindo a diminuir ao longo destes cinco anos, é possível sistematizar algumas agendas, nomeadamente as decorrentes de rotinas, como o caso das festas do Natal e do Ano Novo; as resultantes da actividade legislativa do Governo; ou ainda as que foram geradas por acontecimentos de grande impacto público, como a prostituição de mulheres brasileiras. A persistência desta última agenda, de 2003 a 2006, corrobora estudos sociológicos (Padilla, 2004; Lages e Policarpo, 2006) que atribuem ao passado colonial a percepção dos portugueses sobre a imigração brasileira e muito especificamente sobre as mulheres brasileiras. Independentemente de, no decorrer dos anos, a agenda da prostituição se ter alterado ao envolver acontecimentos sobre a prevenção do tráfico de seres humanos e a punição dos exploradores, na verdade as peças noticiosas mantêm o mesmo discurso: mulheres sensuais, ambientes nocturnos e rusgas policiais. Nestas peças, os estereótipos coloniais actualizam-se através de atributos imputados, por vezes de forma subtil, às imagens das mulheres brasileiras, mesmo que os discursos surjam *politicamente correctos*.

De salientar as peças localizadas no Centro, Interior e Norte do país, que proporcionalmente mais enfatizam esta agenda. Isto deve-se ao facto de as forças de segurança se constituírem como únicos e importantes *definidores primários*, mas também pela carga de *infotainment* incutida nas peças noticiosas. Na verdade, as peças que são produzidas nas delegações regionais tendem a ser emitidas nos noticiários do meio-dia ou da manhã e são as estratégias de espectacularização que as levam ao *prime-time*. Por outro lado, as práticas de alterne e prostituição têm sido mais frequentemente detectadas no Interior e Norte do país, o que leva a que essa informação se localize nessas regiões.

Dos dados registados ressalta que a maioria das peças foca o imigrante «Homem» ou simultaneamente o «Homem» e a «Mulher» (H/M). As peças que focam só «Mulheres» estão, sobretudo nos anos de 2003 e 2004, associadas à prostituição. As peças noticiosas sobre homens apresentam-no como relativamente jovem, em situação de clandestinidade, muitas vezes envolvido em crimes, membro ou vítima de redes organizadas. Os cidadãos brasileiros são aqueles que maior visibilidade têm como criminosos, seguindo-se os cidadãos dos Países do Leste da Europa. Os africanos e descendentes de imigrantes africanos de países de língua oficial portuguesa (PALOP) estão, com excepção do caso do «arrastão de Carcavelos», pouco visíveis. Os estereótipos mais presentes são o brasileiro *malandro* e o europeu de Leste *mafioso*. As peças que focam «Homem e Mulher» são, em grande parte dos casos, aquelas que pretendem mostrar os percursos individuais de integração ou a integração de casais e famílias. Os relatos contam os percursos de sucesso de imigrantes e a *bondade* de Portugal como país de acolhimento. Poucos relatos abordam as situações de abuso de poder ou exploração trabalhista.

Apesar de a maioria das peças ter, a partir de 2005, como actores mais proeminentes os populares, os especialistas (advogados, professores, médicos, bombeiros, etc.) e os imigrantes, na verdade a *autoridade* que estes grupos demonstram é diferente. Os populares e os especialistas têm normalmente uma função activa, identificável pelos testemunhos que prestam. Os imigrantes têm preferencialmente uma função passiva, isto é, são sujeitos de uma acção contada por outros. No conjunto, estes três grupos têm uma *autoridade* que está longe do conceito de *definidores primários* (Hall *et al.*, 1978), da qual se aproximam as forças de segurança ou ainda as instituições governamentais. Nota-se ainda que, entre os imigrantes, são os brasileiros que surgem mais vezes como actores, apesar de, proporcionalmente, não se fazerem ouvir. A presença dos brasileiros como actores em grande número de peças pode ser interpretada como um *reflexo* da proeminência da comunidade em Portugal. No entanto, o mesmo não acontece com os actores cabo-verdianos, notoriamente ausentes, apesar de serem a maior comunidade em Portugal e falar, na generalidade, a língua portuguesa. Por isso, regista-se com surpresa que os imigrantes cabo-verdianos tenham menos voz e menos visibilidade nas peças que os imigrantes originários do Leste da Europa, apesar de estes terem menos domínio da língua portuguesa. Os cabo-verdianos, assim como outros imigrantes africanos, poucas vezes surgem como actores e menos vezes ainda lhes é atribuída voz, apesar dos numerosos temas em que estão envolvidos.

Estas observações são particularmente importantes, quando se sabe que o ano de 2005 incluiu o «arrastão de Carcavelos», mas também estes dados devem ser contextualizados tendo em conta os mecanismos de regulação internos e externos às redacções e aos meios de comunicação. Assim, o caso «arrastão de Carcavelos» domina o ano de 2005 e será responsável pela visibilidade adquirida pelas «segundas Gerações», tanto na imprensa como na televisão. Num ambiente de recessão económica profunda, as televisões apresentaram, com base em fontes policiais e de um comerciante, um relato de *pânico moral* decorrente da invasão de uma praia de classe média por jovens negros suburbanos e da agressão de famílias de banhistas desprotegidas. O *pânico moral* surge como reacção social a um fenómeno real ou percebido como perigoso, que potencialmente ameaça posições, interesses, ideologias e valores. O *pânico moral* está associado ao *risco*, à percepção que os indivíduos e a sociedade constroem perante uma ameaça que irrompe incontrolável no *statu quo* do quotidiano normalizado. Além disso, o pânico é *moral*, porque o que se teme é uma suposta ameaça à ordem social ou a uma concepção idealizada por si gerada, como seja a harmonia entre diferentes grupos étnicos e sociais (Penglase, 2006). O relato do «arrastão de Carcavelos», fundamentado em fotografias de um comerciante de praia, criou na sociedade portuguesa o temor por uma incontrolável implosão dos bairros suburbanos, maioritariamente habitados por descendentes de imigrantes das ex-colónias africanas. As peças televisivas reavivaram os medos coloniais, revitalizaram os discursos dos interesses lesados pela descolonização e mobilizaram os interesses associados à integração. As discussões que este caso acarretou, tanto no campo dos *media* como da política e da sociologia, foram determinantes não só para a implantação de medidas no âmbito da regulação dos meios de comunicação, como para a efectivação de alterações à Lei da Nacionalidade, permitindo estender

a nacionalidade portuguesa a descendentes de imigrantes e emigrantes. Em simultâneo, foram lançadas acções com vista à integração dos jovens das periferias urbanas e à reabilitação dos bairros degradados. De assinalar, também, que o mesmo acontecimento determinou a erupção de movimentos de extrema-direita com tendências xenófobas e racistas. Ao nível teórico e conceptual, este acontecimento incitou à reflexão sobre os *racismos subtis* adormecidos sob a capa do politicamente correcto. A agenda gerada por esse acontecimento iniciou um processo de inversão de algumas características de actuação da sociedade e do Estado português, identificadas como racismo institucional, tais como procedimentos burocratizados na escola, na administração pública e no acesso a determinados serviços públicos.

No campo dos *media*, a representação do acontecimento e o discurso que lhe esteve subjacente parecem ter, num primeiro momento, recuperado não só os discursos associados aos traumas coloniais, como a ideia de *pânico moral* subjacente aos *medos* relacionados com momentos de crise económica, política e social. Evocar S. Hall *et al.* (1978) e a sua obra com cerca de trinta anos, *Policing the Crisis*, é, nesta perspectiva, uma aproximação para a contextualização do acontecimento e para a sua interpretação. Independentemente da revisão teórica que o próprio Hall efectuou, em diferentes momentos a este trabalho com trinta anos, minimizando o papel causa-efeito dos *media* na percepção desviante de grupos de jovens delinquentes, o que ressalta da leitura é a coincidência entre os factores do «arrastão de Carcavelos» e os factores enunciados por Hall em torno dos *mugging*.²³ Esta semelhança surge tanto na actuação dos meios de comunicação, como nas declarações de políticos, nas fontes policiais e em parte, na opinião pública. O acontecimento, desmentido nos dias seguintes (por outras testemunhas, outros meios de comunicação, responsáveis superiores da polícia, ACIDI e alguns intelectuais) encarado depois como um não-acontecimento ou um acontecimento construído pelos meios de comunicação, e sobretudo pela televisão, merece, no entanto, maior reflexão. O acontecimento, pseudo-acontecimento ou acontecimento fabricado emergiu como credível em diversas instâncias da sociedade, inserindo-se numa linha de outros casos amplamente relatados e documentados pelos meios de comunicação – crimes de gangues juvenis, bairros degradados e insucesso escolar – e em estreita conjugação com hierarquias e imaginários coloniais (Cabecinhas, 2007). Este acontecimento veio, ainda, dar maior protagonismo a outros grupos de *definidores primários* associados às políticas de imigração e às instituições de regulação e à auto-regulação. É nesta perspectiva que se pode entender a tensão entre interesses e percepções que reforçam a cultura de *pânico moral* – e as notícias sobre o crime e o desvio associadas à imigração – e um outro conjunto de interesses, que apela a uma cultura de tolerância e integração, tentando fazer da televisão o veículo das *boas práticas* da imigração. Este confronto pelo controlo cultural e social das representações e pela reorganização de novos *mapas de sentido* sobre a imigração e as minorias étnicas – processo que está, igualmente, em curso relativamente a outras temáticas – está também presente, ao longo destes anos, nas características do discurso jornalístico. Se nos primeiros anos analisados se observa

²³ *Mugging*: assaltos com violência perpetrados por jovens negros jamaicanos em Londres.

um tom negativo e um enquadramento policial ou dramático acompanhado de uma argumentação securitária, nos últimos anos prevalece o tom neutro, o enquadramento factual e a argumentação assertiva. Estes indicadores, independentemente dos temas tratados, demonstram que há uma diminuição da utilização da matéria-prima imigração e minorias étnicas, como *infotainment* capaz de promover maiores audiências.

Para concluir, a visibilidade ou invisibilidade dos imigrantes e das minorias tem suscitado, igualmente, um debate público nacional e europeu – nem sempre explicitado nas suas dimensões plurais políticas e económicas – em torno da Identidade e da Diferença, mas, sobretudo, sobre as políticas de imigração e inclusão. Estes debates ecoam nas coberturas jornalísticas e, tendo em conta a natureza da imagem, a edição televisiva e o pressuposto sobre os valores das audiências inscrevem-se em procedimentos que tanto podem ser lidos como boas práticas, como de reforço dos exotismos culturais e/ou étnicos ou ainda como formas de tornar invisíveis diferenças de acesso a oportunidades sociais.

Bibliografia

- Appadurai, A. (2004) *Dimensões Culturais da Globalização*, Lisboa: Teorema.
- Berger, P. L. e Luckman, T. (1996) *A Construção Social da Realidade*, Lisboa: Dinalivro.
- Cabecinhas, R. (2007) *Preto e Branco: A naturalização da discriminação racial*. Porto, Campo das Letras.
- Canclini, N. G. (1997) *Culturas Híbridas*, São Paulo: Edusp.
- Castells, M. (2003) *O Poder da Identidade*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Castles, S. e Miller, M. J. (2003) *The Age of Migration*, London: Macmillan Press.
- Cohen, S. (1972) *Folk Devils and Moral Panics*, London: McGibbon and Kee.
- Dearing, J. W. e Rogers, E. M. (1996) *Agenda-Setting*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dijk, T. van (1991) *Racism and the Press*, London: Routledge.
- Eurobarómetro Especial 263, published in 2007 about Discrimination in the European Union.
- Faustino, P. (coord.) (2006), *O Alargamento da União Europeia e os Media*, Porto, Media XXI.
- Featherstone, M. (1997) *O desmanche da Cultura*, São Paulo: Studio Nobel.
- Ferin, I. et al. (2006) *A Televisão das Mulheres: Ensaios sobre a recepção*, Lisboa: Quimera/Bond.
- Fowler, R. (1991) *Language in the News*, London: Routledge.
- Giddens, A. (2004) *Sociologia*, Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Hall, S. (1997) *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage.
- Hall, S. et al. (1978) *Policing the Crisis: Mugging, the State and Law and Order*, Londres: Macmillan.
- Lages, M. e Policarpo, V. (2006) *Os Imigrantes e a População Portuguesa: Imagens recíprocas*, Lisboa: ACIME.
- McCombs, M. E. e Shaw, D. L. (1972) 'The agenda – Setting function of the press', *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-87.
- McCombs, M. E. e Shaw, D. L. (1993) 'The evolution of agenda-setting theory: 25 years in the marketplace of ideas', *Journal of Communication*, 43(2): 58-66.
- McQuail, D. (1994) *Mass Communication Theory*, London: Sage.
- Padilla, B. (2004) *Integration of Brazilian immigrants in Portuguese Society: Problems and Possibilities*. 9th International Metropolis Conference "Co-operative Migration Management" <http://pascal.iseg.utl.pt/~socius/wp/wp200501.pdf>
- Park, R. (1940) 'News as a form of knowledge' in: R. H. Turner (ed.), *On Social Control and Collective Behavior*, Chicago: Chicago University Press; pp. 32-52.
- Penglase, B. (2007) Barbarians on the beach: Media narratives of violence in Rio de Janeiro, Brazil, *Crime Media Culture*, 3: 305-325.
- Wenden, C.V. (2005) *Atlas de migrations dans le monde*, Paris: Éditions Autrement.
- Wieviorka, M. (2002) *A Diferença*, Lisboa: Fenda.
- Woodward, K. (1997) *Identity and Difference*, London: Sage.

«Onde quer que se encontre... o mundo português». Representações de Portugal e da emigração na informação da RTP Internacional

Manuel Antunes da Cunha*

Resumo

A criação da RTP Internacional (1992) teve um impacto inegável no modo de fazer informação em Portugal. Difundidos em directo na RTP 1, RTPi e RTP África, o *Jornal da Tarde* e o *Telejornal* passaram a dispor de novos públicos-alvo. Ao analisarmos o conteúdo de um magazine semanal de informação destinado às comunidades portuguesa, esboçámos a(s) imagem(ns) de Portugal e da emigração vulgarizadas pela televisão pública não apenas junto dos telespectadores residentes no estrangeiro mas também no território nacional, uma vez que um número significativo de reportagens provém ou é utilizado pelos serviços noticiosos dos outros canais. Em síntese, a narração televisiva insiste no sucesso da diáspora além-fronteiras e no seu apego às origens, promovendo ainda para o exterior uma imagem do país assente na tradição e na modernidade. Em contrapartida, os magazines de informação produzidos pelas próprias comunidades consolidam os espaços de expressão específicos das diferentes microsferas públicas da diáspora.

Palavras-chave: emigração; identidade nacional, serviço público de televisão, RTPi.

1. Introdução

Desde a Revolução dos Cravos, nenhum dos grandes textos legislativos sobre o serviço público de televisão omite a referência ao vínculo que se supõe indissociável entre este meio de comunicação social e as *comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo*¹. Uma leitura transversal dos programas dos governos constitucionais pós-1974 confirma

* Institut Français de Presse (Universidade Paris II) / FCT (Lisboa). manuel.cunha@hotmail.com

¹ Cf. nomeadamente os sucessivos estatutos da RTP (1980, 1992, 2003, 2007), contratos de concessão do serviço público (1980, 1993, 1996, 2003, 2008) e leis da televisão (1979, 1990, 1998, 2003, 2007).

o consenso em torno de uma tal representação. Na verdade, é sobretudo a partir do século XIX que o imaginário português confere à emigração um lugar de relevo no repertório dos recursos identitários sobre os quais se erige a ideia de Nação. Em épocas tão diversas como a Monarquia, a República ou o Estado Novo, um sem-número de personalidades oriundas dos mais variados quadrantes políticos alimentou a retórica da dispersão lusitana. Desde o 25 de Abril, esse discurso tem idealizado o sucesso além-fronteiras e a fidelidade às raízes de uma diáspora convertida em «sucedâneo psicológico» (Rocha-Trindade, 1984) do antigo império colonial. Sob o impulso de um imaginário que quase sempre omite as motivações do êxodo, as comunidades portuguesas foram entronizadas embaixadoras de Portugal no mundo. Na senda dos Descobrimentos, a figura do Português-emigrante evoca as metáforas de *navio-nação* e de *povo-peregrino*, como se fizesse parte da essência de ser Português experimentar a condição de diáspora. Assim se explica que a RTP Internacional (RTPi) tenha sido uma das iniciativas mais consensuais do sector audiovisual na era democrática.

A criação de um canal internacional teve um impacto incontestável na informação televisiva. Difundidos em directo na RTP 1, RTPi e RTP África, o *Telejornal* e o *Jornal da Tarde* adaptaram-se progressivamente aos novos públicos-alvo. Apesar da inclusão nas missões de serviço público, as referências à emigração no âmbito do *Telejornal* continuam a ser escassas no início dos anos 90 (Lopes, 1999). Uma década depois, a análise das aberturas do principal serviço noticioso da RTP, SIC e TVI deixa já antever uma maior atenção aos portugueses residentes no estrangeiro (Brandão, 2002). Apesar de não haver estudos específicos sobre esta matéria, é perceptível que a diáspora tem hoje um lugar cativo nos espaços público e mediático portugueses. As reportagens alusivas à eleição de Alda Pereira-Lemaître para a presidência da Câmara de Noisy-le-Sec, nos arredores de Paris, (Março 2008), ao encontro do Primeiro-Ministro José Sócrates com emigrantes na Venezuela (Maio 2008) ou à reacção dos Portugueses face à onda de violência na África do Sul (Maio 2008) são apenas três exemplos dessas referências quase quotidianas².

2. A informação do serviço público para/sobre as comunidades

Dia após dia, os jornais televisivos produzem narrações sobre a actualidade. Jean-Pierre Esquenazi assimila os três actos constitutivos de todo o órgão de informação – relatar, explicar e encenar a realidade quotidiana – aos três espaços da sociologia do discurso: produção, carácter discursivo do objecto e recepção. O conceito de notícia, que o autor define como «um facto tal como é representado por um meio de comunicação social» (2002: 46)³, permite delimitar o espaço da produção (espaço *indéxico*) no qual se opera o encontro entre jornalistas e fontes. Mas a notícia é um facto devidamente enquadrado que «se torna compreensível quando colocado no âmbito de uma configuração onde avizinha outros factos, constituindo cada um deles um elo da cadeia narrativa que os

² O mesmo acontece nos documentários, nos *talk-shows* (*Praça da Alegria, Portugal no Coração*), nas telenovelas, nas cerimónias televisivas (Expo 98, Euro 2004, 10 de Junho), etc...

³ As traduções são da nossa responsabilidade.

une» (2002: 46). Uma tal estrutura, a que o sociólogo francês dá o nome de *acontecimento*, remete para o carácter discursivo do objecto (espaço *referencial*). Por último, um *dispositivo* dá forma a esse facto relatado e explicado. Institui-se, deste modo, «um espaço de comunicação entre um *medium* e o público tal como é representado pelo primeiro» (espaço *deíctico*) (2002: 110). Vejamos o exemplo seguinte. Um jornalista relata a subida de divisão da equipa de futebol dos Lusitanos de Créteil. Trata-se de uma *notícia*. Contudo, ao interpretar essa performance desportiva como símbolo da integração e do sucesso da comunidade portuguesa radicada em França, transforma essa notícia em *acontecimento*. Para difundir essa representação do real, a informação é encenada por meio de imagens e de um texto. Estamos perante um *dispositivo*. É evidente que a escolha dos temas, a interpretação que deles é feita, assim como a relação estabelecida com o público, dependem da filosofia editorial e do lugar que cada meio de comunicação social ocupa no espaço público.

A análise do alinhamento de um jornal televisivo permite-nos precisamente decifrar esse trabalho de configuração do mundo, de «construção social da realidade» (Berger & Luckmann, 1999). Enquanto instituição e actor social *engagé*, cada redacção cultiva um conjunto de fontes, opera uma selecção de factos e atribui determinados papéis aos indivíduos aos quais se refere. Insinua-se um imaginário junto de um público que se supõe partilhar uma dada visão do mundo. Por outras palavras, uma *proposta de sentido* (Jost, 1999) é endereçada a um *telespectador institucional* (Esquenazi, 1995). Sem ter a pretensão de abarcar todas as representações veiculadas pelo serviço público, debruçámo-nos sobre os principais espaços de informação da RTP Internacional dedicados à diáspora. O magazine semanal *Sinais* – entretanto rebaptizado *RTPi Notícias* – é um lugar privilegiado para observar a(s) imagem(ns) de Portugal e da emigração difundidas ao longo da última década não apenas junto dos telespectadores residentes no estrangeiro mas também no território nacional, uma vez que um número significativo de reportagens é utilizado por (ou provém de) outros serviços noticiosos da RTP.

Contrariamente às edições diárias, este ponto de encontro não constitui propriamente um ritual repetitivo, previsível, quase imemorial e tranquilizador (Sorlin, 1995: 117-119)⁴. A meio caminho entre os formatos do telejornal e do magazine, o ritmo deste espaço semanal é um pouco mais pausado e os convidados menos constrangidos pelo tempo. Apesar das mudanças sucessivas no interior da grelha, esta «viagem ao mundo português» – assim é descrita pelos apresentadores – assume-se como uma verdadeira encruzilhada, um marco simbólico, um biorritmo na configuração de um espaço público lusófono em formação. «Onde quer que se encontre» – outra das expressões predilectas da RTPi – supõe que a filiação étnica, as afinidades culturais e os laços afectivos mobilizam cada um dos telespectadores enquanto membro de um «nós» transnacional. Não obstante abordar a actualidade de Portugal, da diáspora e do mundo lusófono, o jornal *para e das* comunidades dispõe de um orçamento e de uma rede restrita de correspon-

⁴ O jornal, sucessivamente intitulado *Sinais*, *Repórter RTP Comunidades*, *Jornal das Comunidades* e *RTPi Notícias*, mudou regularmente de lugar na grelha de programação, de *pivot*, de cenário e de genérico. A RTPi difunde uma série de outros serviços noticiosos (*Telejornal*, *Jornal da Tarde*, *Notícias de Portugal*, *Telejornal Açores*, *Telejornal Madeira*, *Repórter África*).

dentes. O produto final traduz, por isso, o compromisso entre os objectivos da emissão, a sensibilidade dos jornalistas e a escassez de meios.

Começámos por analisar quarenta edições de *Sinais*, difundidas entre 1 de Setembro de 2000 e 2 de Julho de 2001. A amostra é constituída por 569 peças, perfazendo uma duração de 39 horas 40 minutos e 40 segundos, o que equivale a uma média de quatro minutos e onze segundos por reportagem. De modo a dissecar o teor desse discurso, elaborou-se uma grelha de análise a partir de quatro variáveis estruturantes: país de referência, categoria temática, perspectiva e tempo⁵. A primeira categoria não procura apenas indicar o local ou a procedência dos actores de cada notícia. Trata-se, sobretudo, de caracterizar o mapa *geomediático* da lusofonia e da luso-descendência⁶, de determinar os territórios com os quais são mantidas relações económicas, culturais, diplomáticas ou de outra índole. Quer seja a propósito da visita de um ministro canadiano a Lisboa, da estadia do Presidente da República português em Otava ou das actividades de uma associação de emigrantes em Montreal, o Canadá é designado como sendo o país de referência. Assim sendo, a subcategoria *Portugal* designa apenas os factos ocorridos no território nacional com protagonistas residentes. Em contrapartida, todas as manifestações extraterritoriais são classificadas em função do local onde decorrem. Por último, os itens *Diáspora*, *CPLP*, *União Europeia* e *Internacional* referem-se a unidades plurinacionais.

Inscrever uma reportagem numa determinada *temática* – a segunda variável – nem sempre é evidente. A título de exemplo, a homenagem a um lusitanista italiano tanto poderia inserir-se na subcategoria *língua portuguesa* como em *comemoração/homenagem*. A nossa classificação procura realçar o enquadramento mediático que transforma um facto em notícia. Seleccionou-se sempre a categoria que se afigurava como sendo a mais pertinente, entre as dezanove concebidas no âmbito desta pesquisa, tendo em conta o assunto destacado quer pelos jornalistas quer pelos entrevistados. Utilizou-se o mesmo procedimento para determinar a *perspectiva*, o processo através do qual a notícia se converte em acontecimento. Tendo por objectivo circunscrever as diversas tonalidades do discurso informativo, esta terceira variável constrói-se a partir do ponto de vista narrativo subjacente a cada reportagem. Quando se aborda a diáspora, distinguimos as peças sobre a emigração propriamente dita (*vitalidade* ou *debilidade comunitária*), as suas relações com os países de acolhimento (*integração/sucesso* ou *exclusão/adversidade*) e com o país de origem (*regresso às origens* ou *diferendo com Portugal*). Quando se trata de Portugal, instituímos as seguintes subcategorias: *projecção internacional*, *promoção*, *solicitude*, *cooperação* e *dificuldades*. As restantes peças estão agrupadas sob o item *olhar sobre outrem*, neste caso concreto outros povos e territórios, muitas vezes lusófonos.

De acordo com as estatísticas relativas aos países de referência, as reportagens sobre os portugueses *intra muros* constituem 22% da amostra, enquanto os países da CPLP

⁵ A análise das categorias temáticas e de cada alinhamento pode ser consultada em Antunes da Cunha, 2006.

⁶ Reintroduzido no início dos anos 80 pela classe política, o termo “luso-descendente” é utilizado para designar os portugueses da segunda e terceira gerações residentes no estrangeiro. Possui uma conotação genealógica e étnica. O termo “lusofonia” – que evoca um debate muitas vezes polémico sobre os escritos de Gilberto Freyre, mas também a identidade da CPLP – faz alusão a uma herança cultural partilhada pelos países de língua oficial portuguesa, a diáspora lusitana e os falantes de língua portuguesa em geral.

representam 12%. Outra terça parte do tempo de antena é monopolizada por cinco territórios com forte concentração lusitana que então dispunham – ou não estavam muito afastados – de uma delegação da RTP: França (8%), Suíça (7,5%), Canadá (7%), África do Sul (7%) e Estados Unidos (5,5%). O último terço da amostra faz alusão à diáspora em geral (13%), à União Europeia (2,5%) e a duas dezenas de países espalhados pelos cinco continentes. Assim descontextualizados, tais dados não tornam mais inteligível a configuração discursiva deste espaço de informação. Senão vejamos: embora todas tenham ocorrido em França, a estreia do filme *Capitães de Abril*, a detenção de camionistas portugueses em Calais e uma iniciativa da associação de luso-descendentes *Cap Magellan* realçam realidades completamente diferentes. Só a perspectiva permite descobrir o sentido conferido à territorialização da notícia, à escolha dos actores inquiridos e à natureza dos comentários. Pelo facto de integrarem sistemas gerais de explicação, as notícias tornam-se acontecimentos, fundamentados num conjunto de conhecimentos, de juízos e de valores (Esquenazi, 2002: 17). No nosso estudo de caso, a redacção reparte equitativamente as reportagens de *Sinais* entre Portugal (48%) e a diáspora (47%), levando a cabo algumas breves incursões junto doutros povos e culturas (5%).

2.1. Representações da diáspora: integração, sucesso e apego às origens

Começemos pela diáspora. Neste âmbito, o magazine destaca as relações com os países de acolhimento (17% do tempo de antena, dos quais 9% relativos à *integração/sucesso* e 8% à *exclusão/adversidade*), sem descurar os laços com a terra das origens (13,5%, dos quais 11,5% relativos ao *regresso às origens* e 2% aos *diferendos com Portugal*) nem as comunidades propriamente ditas (11,5%, dos quais 11% relativos à *vitalidade* e 0,5% às *debilidades*). A esses números, acrescem ainda as sínteses noticiosas e as revistas de imprensa dos jornais *para e da* emigração (5%), cujo conteúdo não se presta a este tipo de classificação. O retrato das comunidades portuguesas aqui bosquejado é deveras lisonjeiro. Três quartos destas peças fazem referência a um colectivo que conseguiu inserir-se nas sociedades de acolhimento, preservar as raízes lusíadas e cultivar uma vitalidade endógena a toda a prova.

O relato da integração conjuga-se quase sempre no singular. O que é feito dessas famílias que atravessaram a fronteira à procura de melhores condições de vida? A resposta esboça-se através de uma galeria de retratos constituída, entre muitos outros, por um dirigente sindical (Canadá), um mestre no fabrico do queijo *gruyère* (Suíça), um cirurgião estético (Israel) um cozinheiro de renome internacional (Austrália), um empresário (Namíbia) e o melhor artesão de França. Esses «portugueses de sucesso» personificam o caminho percorrido desde os anos 60, época marcada pelas imagens da clandestinidade e dos bairros de lata. Não é, por isso, de estranhar que 32 dos 45 retratos difundidos ao longo desse ano descrevam percursos coroados de êxito, sendo que apenas um faça referência ao sofrimento gerado pela experiência migratória⁷. Para

⁷ Trata-se de um jovem de 27 anos residente na Bélgica, sem recursos económicos e com uma doença incurável. Os 45 retratos abordam a integração/sucesso (32), o regresso às origens (6), a promoção (2), o olhar sobre outrem (2), a projecção internacional (1), a cooperação (1) e a exclusão/adversidade (1).

além destes casos pessoais, a política, as manifestações artísticas, culturais e desportivas constituem outras áreas nas quais se ilustra essa proverbial capacidade de adaptação às mais variadas latitudes outrora defendida por Gilberto Freyre.

Uma outra dimensão privilegiada pelo magazine *Sinais* diz respeito à relação com a herança lusíada. A distância física, inerente à condição de diáspora, é aqui amenizada por meio da mobilização associativa, da defesa da língua, da preservação das tradições culturais e da fidelidade a uma identidade secular. Embora uma fracção das reportagens relativas ao **regresso às origens** aluda aos actos eleitorais, os baixos índices de participação sugerem que o culto das raízes passe muito mais por um apego quase visceral a um *modo português de estar no mundo* (Castelo, 1999) do que propriamente pelo contributo cívico na estruturação da colectividade nacional. Peças sobre as festividades da Páscoa em Newark e do Natal em Joanesburgo, por exemplo, evocam o convívio familiar, a doçaria tradicional, as ornamentações, as solenidades religiosas, os usos e costumes através dos quais se materializa o Portugal além-fronteiras. Os laços económicos com o país de origem resumem-se a meia dúzia de peças sobre investimentos e envio de remessas⁸. Na sua relação com a pátria-mãe, o emigrante é apresentado como tenaz paladino lusitano, muito mais do que fonte de riqueza. Essa fibra patriótica evidencia-se em acções colectivas de solidariedade ou no testemunho pessoal de luso-descendentes, dos mais anónimos à Miss Suécia 2001 e às estrelas da música pop (Nelly Furtado) e do futebol (Robert Pires). Cada um destes protagonistas é simbolicamente empossado no cargo de embaixador. Perfeitamente integrados nas mais diversas sociedades, não deixam de sentir o apego às origens. Para representar condignamente a Nação, é imperativo partilhar os seus valores. Para aspirar ao estatuto de embaixador, é necessário dispor de uma certa visibilidade. É neste sentido que deve ser entendido o discurso do então Presidente da República em prol do equilíbrio entre enraizamento e integração, proferido no decorrer de um encontro com dezenas de luso-descendentes inscritos no programa *Estagiar em Portugal*:

Esta linguagem é a única de futuro... Saber se conseguiremos ter com a segunda e terceira geração dos nossos emigrantes, e com a quarta e com a quinta, relações perduráveis, relações de identidade. Ninguém quer que vocês se não integrem bem. Não é possível... Não é possível viver no Canadá sem ser Canadiano, sem jogar a cartada da cidadania canadiana. No Brasil a mesma coisa... Nos outros países... Eu tenho sempre este discurso. Não tenho o discurso da saudade. Não tenho o discurso do atraso. Tenho o discurso do futuro. Porque vocês têm de vencer!

(Jorge Sampaio, *Sinais*, 11 de Junho de 2001)

Alcançar um tal equilíbrio pressupõe uma forte coesão, uma **vitalidade comunitária**. Instantâneos sobre os portugueses de Evian, Rio de Janeiro, Sydney ou da ilha de Jersey descrevem colectividades congregadas em torno de estilos de vida, de estórias, de memórias, de lugares, de um tecido económico e de um empenhamento a nível social.

⁸ Das 31 peças incluídas na categoria *economia*, 24 referem-se a Portugal (projecção internacional 11; promoção 7; cooperação 5 e dificuldades 1), seis à emigração (regresso às origens 5 e vitalidade comunitária 1) e apenas uma a um país terceiro.

Em termos durkheimianos, podemos dizer que *Sinais* veicula uma representação e uma forma de laço social erigidas sobre a consciência colectiva e a solidariedade mecânica. Essa dimensão está patente em espaços de (re)encontro tais como associações, restaurantes, comércios, mercados, estabelecimentos bancários, clubes de futebol, concertos, bailes populares, rádios, discotecas, festivais de teatro, igrejas e outros lugares de forte conotação lusa. Afirma-se, muito mais raramente, por intermédio de mobilizações ou de confrontos como aquele que opôs a Câmara de Saint-Maur des Fossés, nos arredores de Paris, aos adeptos dos *Lusitanos*:

Jornalista (estúdio): Segunda parte do *Sinais* de hoje. Os portugueses radicados nos arredores de Paris e adeptos dos *Lusitanos* estão zangados com o presidente da Câmara de Saint-Maur. Tudo porque este se recusa a permitir que sejam realizadas as obras necessárias no estádio local que possibilitem que a equipa de futebol dos *Lusitanos* o utilize. Este fim-de-semana houve manifestação.

Jornalista (exterior): Saint-Maur, nos arredores de Paris, é o que se pode chamar um cantinho de Portugal (...).

Manifestante 1: Hoje veio ao de cima a incoerência de um “Maire”, de um homem racista. Com muita pena minha, é enquanto português com 40 anos de França que manifesto contra um acto de racismo e de xenofobia (...).

Manifestante 2: Somos pessoas dignas, pessoas que trabalham aqui há 40 ou 50 anos. Ajudámos a construir a França.

(*Sinais*, 25 de Junho de 2001)

Quer seja nas alegrias e nas esperanças quer seja nas tristezas e nas angústias, as comunidades portuguesas são apresentadas como um verdadeiro esteio das relações sociais. A vida quotidiana, o tecido associativo, os *media* e as festividades religiosas constituem os temas que melhor se prestam a esta dimensão através da qual se cultiva uma experiência federadora em torno de valores partilhados. Os milhares de participantes nas Festas do Espírito Santo (Fall River) e dos Santos Populares (Créteil), a solidariedade com as famílias de deportados (Açores), as reuniões semanais de amantes da literatura portuguesa (Genebra), a construção de um lar para a terceira idade (Caracas) ou um sarau recreativo em favor de uma associação de deficientes (Toronto) exemplificam a diversidade morfológica das redes da diáspora.

Em suma, uma parte significativa (47%) do tempo de antena especificamente dedicado às comunidades – no qual incluímos as sínteses da actualidade e as revistas de imprensa (5%) – mobiliza as dimensões positivas da integração (9%), do regresso às origens (11,5%) e da vitalidade comunitária (11%). Ao invés, a exclusão e adversidade (8%), os diferendos com Portugal (2%) e as debilidades das comunidades (0,5%) representam menos de um quarto destas reportagens. Verifica-se aqui uma nítida supremacia das peças sobre as dificuldades vividas nas sociedades de acolhimento em detrimento dos testemunhos relativos às desavenças com o país de origem ou a eventuais imperfeições imputadas aos membros da diáspora. Aliás, as três únicas reportagens sobre

a **debilidade comunitária** referem-se a um *mea culpa* colectivo, na sequência de acusações de cumplicidade no tempo do *apartheid* e de um conflito latente com as autoridades sul-africanas. Aqui, os comentários destacam, acima de tudo, a mudança de comportamento, sem se deter nos erros passados. Por seu turno, os **diferendos com Portugal** circunscrevem-se às questões de índole administrativa e às críticas contra o poder político (serviços consulares, reformas legislativas, equivalências e acesso ao ensino, etc...). O magazine da RTP Internacional não faz referência a esse verdadeiro desporto nacional que constituem as rivalidades entre os portugueses residentes e expatriados (Gonçalves, 1996), tão-somente litígios pontuais entre um conjunto de cidadãos e a administração. A única excepção prende-se com uma reportagem relativa à pequena aldeia de Queiriga, no concelho de Vila Nova de Paiva. Na sequência das imagens, um arquitecto enumera, em estúdio, algumas características das construções rurais, levantando questões relativas à “pureza” e à preservação do património. Implicitamente, critica-se a dissonância estética introduzida pelas casas dos emigrantes na paisagem tradicional. Trata-se, no decorrer do ano em análise, da única referência concreta a um choque cultural e de mentalidades. Em contrapartida, o olhar sobre os países de acolhimento é muito mais crítico.

A experiência migratória transforma-se, por vezes, num autêntico percurso de obstáculos em que o sujeito é colocado em situações sucessivas de discriminação e precariedade. Um compatriota assassinado (Luxemburgo), uma família ameaçada de expulsão (Suíça), centenas de trabalhadores explorados (Alemanha, Bélgica e Irlanda do Norte), um bairro de lata comunitário (Madrid), uma campanha xenófoba (Caracas) ou uma tomada de reféns (Cabinda) temperam a imagem idílica do sucesso. *Faits-divers* e problemas sociais constituem as temáticas mais recorrentes do repertório da **exclusão** e da **adversidade**. Amplamente coberto pelos *media* nacionais, o caso da criança portuguesa morta à fome em Genebra – depois de ter sido esquecida em casa, na sequência da detenção da mãe – deixa transparecer, em simultâneo, as carências do ambiente familiar e das autoridades locais. Uma série de outros acontecimentos, tais como a violência urbana (África do Sul), a pobreza (Venezuela) ou a discriminação escolar (Suíça) trazem a actualidade da diáspora para o âmago do espaço público português. Mais ou menos trágicas, histórias individuais e colectivas interpelam a opinião, alimentam a solidariedade com as comunidades e conferem à saga lusitana um carácter ainda mais épico. Na adversidade, o caminho percorrido por esses portugueses espalhados pelo mundo é ainda mais meritório. Ao mobilizarem-se por meio de associações, de acções de solidariedade e – muito mais raramente – de manifestações, continuam a escrever a epopeia transnacional graças ao seu labor quotidiano.

2.2. Representações de Portugal: tradição, modernidade e projecção internacional

À luz das recomendações sucessivas, a informação da RTPi é investida de uma dupla missão: facultar uma informação adicional sobre o país de origem e ampliar a visibilidade da diáspora. Na linha de outros textos legislativos, o Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, assinado a 17 de Março de 1993, recomendava que o

canal internacional assegurasse a cobertura dos principais acontecimentos nacionais e promovesse as actividades das diferentes regiões do país e das comunidades portuguesas (cláusula 5.1, § b)⁹. Todavia, não se fala de si mesmo de igual modo quando se está perante um público transnacional. As reportagens sobre Portugal, seleccionadas pela redacção, veiculam uma imagem para consumo externo¹⁰. Neste âmbito, os *faits-divers* e problemas sociais – presentes noutros serviços noticiosos – já não fazem tanto sentido. Expõe-se o melhor de si¹¹. Assim, o tempo dedicado ao país de origem (48%) divide-se do seguinte modo: promoção (20,5%), projecção internacional (17%), cooperação (6%), solicitude (3,5%) e dificuldades (1%).

A narração sobre Portugal *intra muros* promove uma imagem assente na tradição e na modernidade. Dos ofícios tradicionais aos costumes ancestrais, das manifestações culturais à actualidade sociopolítica, um conjunto de reportagens descreve uma nação moderna enraizada numa história multissecular. O restauro de uma aldeia para turismo rural, o cantar das Janeiras, cursos de pintura sobre azulejo, a caça ao javali, a reconstituição de uma feira medieval, a arte de trabalhar o granito ou o linho, de confeccionar acordeões ou trajes regionais esboçam o perfil deste *jardim à beira-mar plantado*. As tradições e o património, a arte e a cultura, a língua portuguesa, os *media*, as esferas política e económica constituem as categorias temáticas privilegiadas por esta acção de **promoção**. Todavia, o núcleo ontológico nacional não se circunscreve ao mercado da nostalgia e da saudade. Tornou-se um lugar-comum dizer que o emigrante cultivava uma percepção anacrónica do país de origem. De acordo com este pressuposto, torna-se indispensável pô-lo em contacto com as novas manifestações culturais. Um álbum dos *Madredeus*, sítios na internet sobre hotelaria e turismo, grandes nomes da literatura contemporânea, um livro de Mário Soares, a renovação do aeroporto de Faro ou as filmagens de uma *telenovela* dão corpo a um *aggiornamento* que vai de par com o orgulho pelas raízes. Não é por isso de estranhar que as referências às **dificuldades** que o país atravessa se resumam a meia dúzia de peças¹².

⁹ A cláusula 11 (artigo 4, § a, b) do Contrato de Concessão de Serviço Público de 2008 considera que a programação para os telespectadores de língua portuguesa residentes no estrangeiro deve assegurar «a cobertura de manifestações que constituam factor de identidade ou formas de representação nacional, designadamente eventos de natureza institucional, cívica, social, cultural ou desportiva» e promover «a ligação entre o país e as comunidades residentes no estrangeiro, designadamente através da emissão de programas que valorizem a língua e a cultura portuguesas».

¹⁰ Veja-se a ressalva do Relatório do Grupo de Trabalho sobre o Serviço Público de Televisão (2002): «Numa altura em que ganham salutarmente terreno conceitos como o de interconstitucionalidade e de interculturalidade, seria pouco sensato desenhar um Serviço Público como arma na barricada da identidade nacional, pelo menos no que se refere aos canais públicos e em sinal aberto (uma vez que, por exemplo, a RTP Internacional poderá, pela sua natureza, objectivos e público-alvo, seguir uma lógica relativamente distinta)», n.º 2.1, p. 28.

¹¹ Em Setembro de 2001, um dos responsáveis do departamento de programação da RTPi confiava-nos o seguinte: «A nossa programação deve reflectir a imagem de um país seguro e sossegado, no qual as pessoas podem e devem ter confiança. É preciso mostrar que Portugal evoluiu e se modernizou. Isto é essencial para que haja repercussões práticas junto dos portugueses residentes no estrangeiro, da segunda e terceira gerações, nomeadamente no que diz respeito ao envio de remessas e ao desenvolvimento do turismo. Sem esconder as coisas, a programação não pode reflectir o que de mau existe. Esses problemas já são visíveis no *Jornal da Tarde* e no *Telejornal*. A RTPi é um canal que tem de puxar pelas nossas virtudes. É uma montra.»

¹² São reportagens sobre a falta de meios para a divulgação da língua portuguesa, a insegurança rodoviária e problemas diversos com as autoridades judiciais.

Por regra, os discursos sobre a identidade portuguesa aludem à **projeção internacional**, às marcas culturais, históricas e humanas disseminadas um pouco por todo o mundo. Um desfile de moda de Fátima Lopes (Paris), uma medalha de Nuno Delgado nos Jogos Olímpicos (Sydney), um filme de Paulo Branco (Festival de Veneza), exposições sobre Portugal (Madrid e Hanôver), uma homenagem a Eugénio de Andrade (Bordéus) ou um concerto de Maria João Pires (Bruxelas) não são mais do que momentos privilegiados dessa visibilidade extraterritorial. Que se materializa ainda na integração na moeda única europeia, no investimento económico no Brasil, na rede diplomática ou em acções de *marketing* linguístico, entre outros. Num contexto de globalização, a renovação da identidade nacional assume os contornos de um «regresso das caravelas» (Feldman-Bianco: 2001). Contribuindo com dois terços das reportagens, as categorias da arte e da cultura, da língua portuguesa e da economia modelam essa reconfiguração do «mundo português» através das imagens da inovação cultural, da força simbólica da língua e do poder estratégico do capital.

A renegociação da posição de Portugal no mundo também não pode deixar de ter em conta as dimensões da **cooperação** e da **solicitude**, nomeadamente através da participação em missões de paz ou de parcerias políticas, económicas e culturais. Por meio de acções de cooperação, o Estado português reforça as relações com potências estrangeiras e salvaguarda os seus interesses no panorama internacional. Os esforços envidados para a reconstrução de Timor-Leste, os debates sobre o futuro da CPLP ou ainda os acordos bilaterais procuram fazer do espaço público lusófono um interlocutor credível. Por seu turno, a solicitude faz referência ao domínio simbólico exercido pela pátria-mãe junto dos cidadãos nacionais residentes no estrangeiro. Um tal paternalismo toma a forma de recomendações várias, de negociações com as autoridades dos países de acolhimento ou da distribuição de decorações, comendas e outras insígnias aos emigrantes que melhor incarnam o sucesso e a fidelidade às origens. Lisboa torna-se assim o centro de uma nação desterritorializada (Feldman-Bianco, 1995) sempre pronta a prestar auxílio àqueles cujas condições de vida são mais desfavoráveis e a reconhecer os feitos dos seus membros espalhados pelo mundo.

Por fim, um número reduzido de reportagens refere-se a outros países, povos e culturas. Apesar do seu carácter um pouco menos auto-referencial, este **olhar sobre outrem** (5%) concentra-se essencialmente sobre o universo lusófono e outros contextos que permitem uma melhor percepção do quotidiano das comunidades portuguesas. Ao abordar a epidemia da sida em África, a comunidade cabo-verdiana de Paris, o novo ano chinês em Macau ou a comemoração da independência de Moçambique, a informação específica da RTPi abre as portas doutras realidades e modos de vida. Estas representações fornecem chaves de leitura para interpretar um mundo no qual Portugal quer desempenhar um papel de relevo.

3. A informação produzida pelas comunidades

Desde o virar do milénio, as mudanças sucessivas operadas na estrutura e na grelha de programação da RTP Internacional alteraram o panorama da informação específica

dirigida à diáspora, tendo o jornal das comunidades inclusivamente deixado de ser difundido em Julho de 2007¹³. Para aferir a evolução do discurso jornalístico, analisámos trinta edições (não consecutivas) do *RTPi Notícias*, difundidas entre 30 de Dezembro de 2005 e 23 de Junho de 2007. A amostra é constituída por 421 peças, perfazendo 16h 25m e 05s. No que diz respeito aos temas abordados, a redacção privilegia doravante a actualidade política, desportiva e económica, assim como os problemas sociais enfrentados pelos emigrantes sazonais ou recém-saídos, em detrimento dos retratos e da arte/cultura¹⁴. Em termos de perspectiva, os alinhamentos focalizam-se de modo mais vincado na projecção internacional enquanto vector de afirmação da identidade colectiva. Embora as grandes linhas orientadoras se tenham mantido, o tempo dedicado à promoção de Portugal e à vitalidade da diáspora foi sensivelmente encurtado. Esta tendência coincide, por um lado, com a inclusão de um maior número de documentários e emissões sobre as tradições e o património na grelha do canal internacional. Por outro lado, o *RTPi Notícias* coabitou, desde 2003, com a série *Contacto*, um conjunto de magazines semanais ou quinzenais de trinta minutos produzidos por jornalistas residentes nas comunidades. Pela primeira vez, o serviço público integra produções *made in diáspora*, retransmitindo algumas delas nos canais domésticos¹⁵. Ao *África do Sul Contacto* (08/04/03) juntam-se magazines oriundos das mais diversas regiões do globo: EUA-New Jersey (06/10/03), Canadá (28/10/03), Europa (12/11/2003), EUA-Nova-Inglaterra (09/07/04), Macau (14/07/04), Venezuela (15/10/04), Brasil (22/10/04), EUA-Califórnia (23/10/04), Timor-Leste (08/01/05), Goa (29/01/06), França (17/09/06), Argentina (05/10/06) e Austrália (03/02/08).

Pesem embora diferenças pontuais – as edições de Timor-Leste e de Goa estão, por exemplo, um pouco mais centradas na vertente turística –, estas emissões permitem a consolidação de espaços de expressão específicos das diferentes microsferas públicas da diáspora. Todavia, as representações veiculadas pela informação produzida pelas comunidades giram em torno do mesmo território imaginário, dessa concepção da portugalidade perceptível nos diferentes géneros que compõem a grelha da RTP Internacional (Antunes da Cunha, 2006). De forma mais ou menos implícita, os alinhamentos e grande parte das intervenções dos entrevistados e jornalistas fazem referência a esse *modo português de estar no mundo*. A título de exemplo, este *videoclip* de um grupo musical da África do Sul condensa um certo número de lugares-comuns:

¹³ No tempo em que escrevemos este texto, algumas reportagens sobre as comunidades portuguesas são difundidas no âmbito de *Notícias de Portugal*, espaço de informação igualmente dedicado à actualidade regional e nacional.

¹⁴ Os temas abordados são: política (19,9%), desporto (16,4%), problemas sociais (11,2%), economia (7,3%), arte/cultura (6,1%), língua portuguesa (4,6%), *faits-divers* (4,6%), vida quotidiana (4,1%), diversos (4,1%), formação/investigação (3,9%), comemoração/homenagem (3,6%), Estado (2,9%), retratos (2,7%), meio associativo (2,2%), história/memória (2,2%), *media* (2,1%), tradição/património (1,1%) e festa/religião (1%).

¹⁵ Actualmente, *Canadá Contacto* é difundido pela RTP Açores, *Venezuela Contacto* pela RTP Madeira e o conjunto dos magazines pela RTP África. Em tempos, alguns passavam na RTP2 e RTPN. Antes de 2003, o canal internacional difundiu apenas alguns documentários produzidos pelas comunidades. Hoje, a grelha da RTPi inclui ainda programas produzidos pelos PALOP e, desde 2003, pelos canais privados SIC e TVI.

Versículos: Pelos cinco continentes / longe da terra natal / somos nós os emigrantes / das terras de Portugal. Outras línguas aprendemos / culturas e tradições. / É assim que nós juntamos / Portugal a outras nações. / Unidos, nós emigrante sem fronteiras / e por terras libertadas / onde somos bem tratados / muitas delas descobertas / por nossos antepassados. E unindo os corações / dos quatro cantos do mundo / é fazer com que as nações / tenham paz e amor profundo. Refrão : Unidos, nós emigrantes sem fronteiras / erguer a paz em todas as bandeiras / Somos nós uma voz de Portugal / em nova missão de paz universal / Somos nós uma voz de Portugal / unir as mãos pela paz universal.

(*África do Sul Contacto*, 08/05/03)

À letra evocando a herança dos grandes navegadores, à integração coroada de sucesso, à fidelidade às raízes e à missão universalista associam-se as imagens simbólicas do Padrão dos Descobrimentos e do Cabo da Boa Esperança. Muitos outros exemplos poderiam aqui ser citados. Aquando de uma estreia, um jornalista quer ser a voz «da causa lusitana» (*Estados Unidos*, 06/10/03). A propósito do Salão do livro lusófono em Paris, um confrade formula o desejo de que «a voz da cultura portuguesa não se cale nunca» (*Europa Contacto*, 21/01/04). Uma apresentadora propõe, por sua vez, aos telespectadores isto: «descobrir como as marcas portuguesas ainda subsistem e como os timorenses estão orgulhosos de preservá-las» (*Timor Contacto*, 08/01/05). Ainda no mesmo registo, uma outra apresentadora define o seu programa como «uma viagem de descoberta das pessoas de Goa e de outras regiões da Índia que cultivam um laço bastante forte com Portugal» (*Goa Contacto*, 29/01/06). Numa reportagem sobre um especialista em artes circenses de passagem por Londres, diz-se: «sendo com orgulho que se afirma português em todos os países que visita, João é um exemplo do jovem português talentoso que, apesar das dificuldades, já conseguiu bastante» (*Europa Contacto*, 31/01/08).

Este novo formato repousa sobre a concepção de uma descendência transnacional. Aquando da edição especial do Natal de 2004, é a partir de Lisboa, centro nevrálgico da nação desterritorializada, que a animadora faz a transição entre reportagens vindas do mundo inteiro. Face a uma imponente parabólica da RTP, novo símbolo de soberania cultural, toda a família lusitana se reúne em torno desse «Natal à portuguesa». Não fosse a diáspora – tal como refere a autopromoção – considerada um espaço de afirmação de um «mundo português».

Muito boa noite a todos aqueles que nos acompanham espalhados pelos quatro cantos do mundo. Portugal toma esta noite a verdadeira dimensão do mundo. Onde quer que se encontre um português, quer seja nas Américas, na Europa, na África ou no Extremo Oriente, os muitos milhões da RTP Internacional celebram nesta noite de Natal a consoada, lembrando os seus familiares que vivem longe e seguindo as tradições que daqui levaram. Por isso, a RTP Internacional quis juntá-los a todos numa noite de Natal de Contactos. E vamos começar pela Europa, onde vivem tantos portugueses espalhados por vários países. Vamos saber como se celebra o Natal à portuguesa. [*directos ou referências à França, Bélgica, Holanda, Alemanha, Inglaterra, Luxemburgo, África do Sul, Macau, Califórnia, Nova Iorque, Canadá, Nova-Inglaterra, Venezuela e Brasil*]. Já regressámos a Lisboa, vindos do Brasil, um país com

o qual partilhámos a língua, a história e o património cultural. Foi bom, nesta noite de Natal, darmos a volta ao mundo sempre a falarmos português. Convosco, e onde quer que se encontrem, a RTP Internacional estará sempre ao seu lado 24 horas por dia [sic]. E nesta noite tão especial, partilhámos o mesmo espírito natalício: a consoada, a alegria, a saudade de Portugal e o gosto de sermos Portugueses.

(*Natal Contactos*, 24 de Dezembro de 2004)

Quem somos? Como vivemos? Diariamente, onde quer que esteja, este é o ponto de encontro de cinco milhões de portugueses. Longe de Portugal, mas sem esquecerem o seu país. Conheça as histórias de vida, contadas por quem as viveu. Dos quatro cantos do mundo, catorze Contactos das catorze maiores comunidades. Em três edições diárias, o mundo português tem um novo contacto. RTP Internacional. Mais próximo de si. Mais perto de Portugal.

(*Autopromoção Contactos*, 12 de Janeiro de 2009)

No entanto, estas emissões na primeira pessoa traduzem mudanças mais profundas do que à primeira vista transparece. A preocupação de situar o quotidiano da diáspora na sociedade de acolhimento torna-se mais rotineira, o tempo de antena concedido aos emigrantes mais generoso, a legendagem e a utilização de outros idiomas mais frequentes. De acordo com a análise de trinta edições de *França e Europa Contacto*, difundidas entre 26 de Dezembro de 2007 e 20 de Julho de 2008 – uma amostra de 113 peças, num total de 14h 05m –, os retratos, as actividades associativas, a arte e a cultura¹⁶ compõem grande parte dos alinhamentos, agendados em torno do dia-a-dia das comunidades (integração, vitalidade, regresso às origens), mas também da projecção internacional da portugalidade. *Contacto* dá mais voz aos membros da diáspora – empresários, quadros de grandes empresas, artistas, dirigentes associativos, mas também simples trabalhadores ou eleitores –, enquanto o *RTPi Notícias* confere maior visibilidade a uma elite sociocultural doméstica (políticos, desportistas, artistas) com acesso quase exclusivo aos estúdios. Embora mais de um quarto dos entrevistados deste espaço da responsabilidade da redacção do serviço público seja constituído por simples cidadãos, o seu nome é quase sempre omitido. São indivíduos quase translúcidos (espectadores, adeptos, anónimos) cuja presença no ecrã serve sobretudo para valorizar a projecção da Nação. Em contrapartida, a maioria dos cidadãos inquiridos pelos magazines *Contacto* tem nome. São apresentados como cidadãos-actores com direito a uma participação activa no espaço público. Ao discurso centralizador de Lisboa junta-se agora uma informação um pouco mais plural. Enquanto o *RTPi Notícias* esboçava a imagem de um público em busca de actualização de conhecimentos e de fortalecimento dos laços étnicos, os magazines *Contacto* olham mais para a história e o quotidiano dos portugueses residentes no

¹⁶ *França Contacto* aborda os seguintes temas: retratos (34,1%), meio associativo (18,3%), arte/cultura (12,2%), política (7,4%), diversos (7%), comemoração/homenagem (3,8%), história/memória (3,6%), tradição/património (3,1%), vida quotidiana (3%), língua portuguesa (2,9%), festa/religião (1,7%), *media* (1,6%) e economia (1,3%). No *Europa Contacto*, as estatísticas são: retratos (30,7%), meio associativo (11,9%), tradição/património (8,6%), economia (8,3%), diversos (7,3%), arte/cultura (6%), vida quotidiana (5,7%), *media* (4,7%), desporto (4,3%), comemoração/homenagem (3,3%), festa/religião (3,2%), política (2,8%), história/memória (1,7%) e língua portuguesa (1,5%).

estrangeiro, para um espaço público constituído à volta dos diferentes núcleos da diáspora. Parafraseando Helena Sousa, a RTP Internacional contribui não somente para a sedimentação da ideia de um espaço público lusófono, mas também para a permanente reconstrução da(s) comunidade(s) (2006: 180).

**Informação sobre/para a diáspora (RTP Internacional):
tempo de antena / perspectiva***

Perspectiva		Sinais (2000-2001)		RTPi Notícias (2006-2007)		França Contacto (2008)		Europa Contacto (2008)		
Diáspora	Pais de acolhimento	Integração / Sucesso Exclusão / Adversidade	03:39:50 03:09:40	09,2 % 08,0 %	01:07:13 01:35:13	06,8 % 09,7 %	02:46:56 00:00:00	40,1 % 00,0 %	01:46:41 00:00:00	24,9 % 00,0 %
	Pais de origem	Regresso às origens Diferendo com Portugal	04:33:10 00:50:40	11,5 % 02,1 %	01:38:34 00:40:59	10,0 % 04,2 %	01:12:21 00:00:00	17,4 % 00,0 %	01:56:04 00:00:00	27,1 % 00,0 %
	Emigração	Vitalidade comunitária Debilidade comunitária	04:17:20 00:13:25	10,8 % 00,5 %	00:26:50 00:03:35	02,7 % 00,4 %	01:32:09 00:00:00	22,1 % 00,0 %	00:53:16 00:00:00	12,4 % 00,0 %
	Diversos		01:50:45	04,7 %	00:48:25	04,9 %	00:28:55	06,9 %	00:31:09	07,3 %
Portugal	Promoção Projeção internacional Cooperação Solicitude Dificuldades		08:10:10	20,6 %	02:07:47	13,0 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %
			06:39:35	16,8 %	03:53:47	23,7 %	00:56:09	13,5 %	01:49:06	25,5 %
			02:16:40	05,7 %	01:09:07	07,0 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %
			01:24:40	03,6 %	00:41:58	04,3 %	00:00:00	00,0 %	00:12:14	02,8 %
			00:29:00	01,2 %	00:42:23	04,0 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %
Olhar sobre Outrem		02:05:45	05,3 %	01:30:14	09,2 %	00:00:00	00,0 %	00:00:00	00,0 %	
TOTAL			39:40:40	100,0 %	16:26:05	100,0 %	06:56:30	100,0 %	07:08:30	100,0 %

Trabalho comparativo levado a cabo no âmbito dum pós-doutoramento financiado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT).

**Informação sobre/para a diáspora (RTP Internacional):
perfil dos convidados**

Perfil	RTPi Notícias (2006-2007)		França Contacto (2008)		Europa Contacto (2008)	
Arte/cultura	095	14,3 %	046	22,1 %	042	19,4 %
Artesanato	017	02,6 %	006	02,9 %	012	05,5 %
Meio associativo	037	05,6 %	042	20,2 %	022	10,1 %
Quadros função pública	028	04,2 %	002	01,0 %	004	01,8 %
Quadros sector privado	038	05,7 %	017	08,2 %	027	12,4 %
Cidadãos	190	28,5 %	052	25,0 %	072	33,2 %
Media	013	02,0 %	005	02,4 %	008	03,7 %
Política	146	21,9 %	015	07,2 %	013	06,0 %
Profissão liberal	010	01,5 %	003	01,4 %	003	01,4 %
Desporto / Espectáculo	084	12,6 %	019	09,1 %	012	05,5 %
Diversos	008	01,2 %	001	00,5 %	002	00,9 %
TOTAL	666	100,0 %	208	100,0 %	217	100,0 %

Bibliografia

- Antunes da Cunha, M. (no prelo), *Les Portugais de France face à leur télévision: de la production à la réception*, Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Antunes da Cunha, M. (2008), 'Quem passar por aqui leva Portugal no Coração. A transnacionalização do serviço público: o caso dos *talk-shows*', *Observatório*, n.º 7, pp. 274-296.
- Antunes da Cunha, M. (2006), *Télévision, migrations et enjeux identitaires: l'exemple de RTPi. La réception d'une chaîne de souveraineté culturelle par les Portugais d'Ile-de-France*, Tese de doutoramento em Ciências da Informação e da Comunicação, Paris: Université Panthéon-Assas (Paris II).
- Berger P. L. & Luckmann T. (1999), *A Construção Social da Realidade. Um livro sobre a sociologia do conhecimento*, Lisboa: Dinalivro.
- Brandão, N. G. (2002), *O Espectáculo das Notícias. A televisão generalista e a abertura dos telejornais*, Lisboa: Editorial Notícias.
- Castelo, C. (1999), «O modo português de estar no mundo». *O luso-tropicalismo e a ideologia colonial portuguesa (1933-1961)*, Lisboa: Afrontamento.
- Esquenazi, J.-P. (2002), *L'Écriture de l'actualité. Pour une sociologie du discours médiatique*, Grenoble: PUG.
- Esquenazi, J.-P. (1995), 'Le téléspectateur institutionnel', in ESQUENAZI, J.-P. (ed.) (1995), *La Télévision et ses téléspectateurs*, Paris: L'Harmattan, pp. 203-217.
- Feldman-Bianco, B. (2001), 'Brazilians in Portugal, Portuguese in Brazil: constructions of sameness and difference', *Identities*, vol. 8 (4), pp. 607-650.
- Feldman-Bianco, B. (1995), 'A criação de uma nação (portuguesa) desterritorializada e a transnacionalização de famílias', *Cadernos CERU*, n.º 6, série 2, pp. 89-104.
- Freyre, G. (1954), *Um Brasileiro em Terras Portuguesas: Introdução a uma possível luso-tropicologia, acompanhada de conferências e discursos proferidos em Portugal e em terras lusitanas e ex-lusitanas da Ásia, da África e do Atlântico*, Lisboa: Livros do Brasil.
- Gonçalves, A. (1996), *Imagens e Clivagens. Os residentes face aos emigrantes*, Porto: Afrontamento.
- Jost, F. (1999), *Introduction à l'analyse de la télévision*, Paris: Ellipses.
- Lopes, F. (2007), *A TV das Elites. Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005)*, Porto: Campo das Letras.
- Lopes, F. (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra: Minerva.
- Rocha-Trindade, M.-B. (1984), 'Le dialogue institué', in ORIOL M. (ed.), *Les Variations de l'identité. Étude de l'évolution de l'identité culturelle des enfants d'émigrés portugais en France et au Portugal*, vol. 1, Université de Nice: CNRS, pp. 357-377.
- Santos, B. S. (2001), 'Entre Próspero e Caliban: colonialismo, pós-colonialismo e inter-identidade', in Ramalho, M. I. & Ribeiro, A. S. (eds.), *Entre Ser e Estar: Raízes, percursos e discursos da identidade*, Porto: Afrontamento.
- Sorlin, P. (1995), 'Les journaux télévisés européens face à leurs publics', in Esquenazi J.-P. (ed.), *La Télévision et ses téléspectateurs*, Paris: L'Harmattan, pp. 117-119.
- Sousa, H. (2006), 'A mobilização do conceito de Lusofonia: o caso dos canais internacionais da RTP', in Martins, M. L. & Sousa, H. & Cabecinhas, R. (eds.) (2006), *Comunicação e Lusofonia. Para uma abordagem crítica da cultura e dos media*, Porto: Campo das Letras, pp. 165-182.

Ensaio

Mais do mesmo ou a noite em que a TVI ofereceu a mesma coisa duas vezes seguidas*

Adelino Gomes**

Como se prepara o jornal televisivo das 20 horas? Quais os critérios de noticiabilidade prevaletentes nas redacções das estações generalistas portuguesas? Que impacto têm as audiências do dia anterior na definição do alinhamento dos noticiários? Fugazes visões, em excertos de diários de campo referentes a dois dias de observação na redacção da TVI.

Sábado, 27 de Outubro de 2007

Conversa-se calmamente. Falta meia hora para a uma da tarde deste sábado de sol e céu azul sobre Queluz de Baixo.

– Como é possível estarem aí descontraídos a tão poucos minutos do jornal? – atiro de chofre ao editor, Miguel Dimas, e ao apresentador, José Carlos Castro.

Estou a viver entre as 10h30 e as 21h30 de cada dia, desde o início da semana, na redacção da TVI. Acompanho as reuniões da manhã e da tarde e, em particular, a preparação e desenvolvimento do jornal das 20 horas, aqui chamado *Jornal Nacional*. Este acompanhamento quotidiano culmina na emissão, a que assisto na sala de realização, ao lado do coordenador. Fiz o mesmo na RTP, no início do mês, e tenho programada estadia semelhante na redacção da SIC para dentro de duas semanas¹.

Os dois jornalistas sorriem. Dizem-me para eu olhar para o alinhamento.

– Mas foi precisamente por ter olhado para o alinhamento que lhes fiz a pergunta – observo.

* Texto escrito com base nas notas elaboradas durante o fim-de-semana de 27 e 28 de Outubro de 2007, como parte de um trabalho de campo sobre os efeitos da actividade de *zapping* na edição dos jornais televisivos das 20 horas das três estações generalistas portuguesas de televisão – RTP, TVI e SIC. O autor recebeu autorização expressa para esta publicação do trabalho fora da tese de doutoramento, a que se destina, por parte dos jornalistas nele nomeados: José Eduardo Moniz, director-geral da TVI, e Miguel Dimas, coordenador.

** Jornalista. Doutorando em Sociologia.

¹ Problemas de carácter logístico levaram ao adiamento desta estadia, que, à data da elaboração do envio deste artigo, em Junho de 2008, ia, finalmente, começar.

Embora bem carregado de peças, a verdade é que a abertura do jornal figura a verde no alinhamento, o que significa que ainda não está pronta. O mesmo quanto à segunda e à quarta peças do mesmo bloco.

– Calma – respondem ambos. – As coisas vão estar prontas a tempo – prometem, sem qualquer dúvida a ensombrar-lhes os rostos.

Comproverei quase a cem por cento o acerto da previsão. Nenhuma das peças deixará de ir para o ar por não estar pronta. No brevíssimo espaço de quinze minutos, por exemplo, foi possível montar as reacções de populares sobre uma avaria a nível nacional, que ocorreu de manhã no sistema de multibanco. Segredo da rapidez: a montagem incidir apenas sobre reacções, que surgem encadeadas.

Olho o alinhamento. O editor quase não precisa de recorrer à almofada de peças² que foi preparando nos últimos dias. A actualidade encarregou-se de fornecer material de sobra para os primeiros minutos do jornal. Uma repórter foi cobrir um colóquio no Algarve e trouxe de lá as novas tabelas do colesterol. Como era a única das televisões no local, a TVI vai poder anunciar um exclusivo quando chegar o bloco sobre Saúde. Assim se constrói uma “cacha”: o jornalista que persiste e fica no local

O *Jornal da Uma*, hoje, é mais breve. Não há publicidade, por um lado. E, por outro, há a conveniência de acabar mais cedo, por causa dos filmes programados para a tarde. Eis um flagrante exemplo do domínio da programação sobre a informação: – Esticas ou encolhes, conforme a duração dos filmes – diz-me alguém. Assim, em tom neutro, como quem enuncia uma verdade adquirida e entranhada.³

“Exclusivos” à vez

As três irmãs⁴ arrancam os respectivos jornais televisivos da hora de almoço. Acompanho as três emissões em simultâneo, ao lado do coordenador, que vai disparando ordens para os companheiros de trabalho sem nunca esquecer o que se passa nos ecrãs concor-

² Como na RTP e na SIC, a informação ao fim-de-semana é mais magazinesca. Não apenas por escolha editorial dos jornalistas, que consideram estarem os telespectadores, nesses dias, mais disponíveis para receber informação desse tipo, mais longa e de utilidade manifesta; mas também porque abrandam claramente, nesse período, as notícias de actualidade quer de carácter político quer de carácter económico. Uma terceira razão, a estas associada, é a de que, havendo menos jornalistas escalados, é necessário garantir ao longo da semana a produção de peças que preencham os tempos previstos. Tendo sido encomendadas especialmente para este fim-de-semana, não surpreende, pois, a altíssima taxa de peças utilizadas nestes dois dias (30, em 35 peças). Só podia ser de outra forma se tivesse ocorrido uma mais alta taxa de acontecimentos de actualidade. A não transmissão das peças deveu-se apenas a dois motivos: a sua não realização (adiamento pelos organizadores ou outro motivo do género); ou a decisão de as transferir para outro dia, por terem surgido outras notícias de actualidade, prioritárias face a peças em que a actualidade não seja o critério fundamental. Como linhas editoriais fortes, observámos que quer o *Jornal da Uma* quer o *Jornal Nacional* foram dominados, nos primeiros blocos, pelas chamadas *hardnews*, nas quais a actualidade foi o critério determinante, enquanto os restantes deram espaço a *fait-divers*, notícias de Sociedade e de Saúde, preparadas previamente. Sábado e domingo, o Desporto (isto é, o futebol, na tradição televisiva portuguesa) ocupou lugar na primeira parte noticiosa, pois referia-se a acontecimentos da noite anterior ou desse mesmo dia.

³ Esclarecimento que a justiça manda fazer: não encontrei, até agora, nesta observação continuada, já lá vão seis dias, qualquer evidência de que um acontecimento imprevisto e relevante de carácter noticioso e que necessitasse de mais desenvolvimento no ar não encontraria espaço na grelha da estação.

⁴ Nome usado, na gíria, nos anos de 1950, 1960, para referir as três grandes estações generalistas norte-americanas (ABC, CBS e NBC) que disputavam tradicionalmente as audiências no grande momento informativo do dia – o jornal das 18h30.

rentes. Surpreende-me uma mega-operação stop que a SIC coloca na abertura do seu jornal e de que a redacção da TVI não teve o mínimo conhecimento. Comprovo, com o evoluir do jornal, que tão-pouco à RTP chegou notícia do facto. Miguel Dimas não se mostra preocupado. – Hoje foram eles, há dias fomos nós, da próxima vez será a RTP. – Trata-se de um pacto não escrito entre corporações como a PSP, a GNR ou, mais recentemente, a ASAE e as estações de televisão. Aquelas entidades oferecem regular e sucessivamente às televisões – a uma de cada vez – operações que se prevê venham a ser espectaculares. As televisões (darei, mais especificamente, as redacções) apreciam estas “oportunidades” jornalísticas. O ganho é de ambos os lados: da entidade policial, porque tem uma cobertura empenhada e garantida de uma televisão; esta, porque acompanha, sozinha, uma operação de A a Z, pode nela movimentar-se à vontade, e acaba por a oferecer aos seus telespectadores, rotulando-a de “exclusivo”. A designação é excessiva, obviamente, mas os editores mostram grande dificuldade em resistir-lhe. Faço-me duas perguntas, a que dou respostas de sinal diferente. Ganharão os telespectadores alguma coisa? Sim: ganham porque podem ver com pormenor o desenvolvimento de uma acção que se reveste de interesse óbvio para eles. Sairá prestigiado o jornalismo? Penso que não. Há, nisto tudo, um agendamento administrativo. As câmaras não se deslocam ao local quando a redacção decide, mas quando a fonte as chama. Aquela subordina-se, pois, à agenda de interesses desta, que certamente se encarregou não só de eliminar quaisquer eventuais procedimentos menos próprios mas também de fazer ressaltar eventuais-procedimentos-favoráveis à sua imagem pública.

É verdade que mesmo em operações organizadas ao pormenor há sempre uma percentagem de imponderabilidade que dá algum sentido jornalístico à decisão de as acompanhar. E que a redacção, como deixei dito atrás, vê no acompanhamento da operação o satisfazer de uma curiosidade legítima do telespectador. O contrato de confiança, implícito no acto de informar, aconselharia, porém, no mínimo, que a mesma redacção avisasse o telespectador, mesmo em termos indirectos, de que aquela não é uma genuína situação de reportagem. Não a rotular de “exclusivo” constituiria um bom começo.

Dose cavalariça para combater o trauma

A almofada das peças continua a permitir a Miguel Dimas, descontraído, um desfiar de episódios. Conclui nestes dias, à força de lhes ouvir repetidas alusões, sempre em tom admirativo, que alguns fazem parte de uma espécie de mitologia da redacção. O caso Casa Pia, de que me fala hoje, forneceu aquele que será, provavelmente, o exemplo mais desconcertante entre os vários que marcaram as práticas jornalísticas da última década da televisão em Portugal.⁵

⁵ O caso Casa Pia – lançado na antena da SIC numa sexta-feira e logo desenvolvido nas páginas do *Expresso* no dia seguinte, numa operação conjugada que os dois meios do mesmo grupo haveriam de multiplicar nos anos seguintes – desencadeou uma concorrência feroz desta estação com a TVI, na qual se envolveu também a generalidade da imprensa escrita, dando origem a um processo de que o jornalismo português saiu ferido com gravidade. Para além do caso Casa Pia, recordamos, ocorreram dentro do citado período as coberturas recheadas de procedimentos polémicos, nalguns casos absolutamente condenáveis, da queda da ponte sobre o Douro, em Entre-os-Rios, e do rapto de Madeleine McCann, no Algarve.

Noite de 28 de Novembro de 2002. Carlos Cruz dá a célebre entrevista às três televisões, depois de ter sido acusado de pedofilia. A TVI apresenta a sua, e as peças que tinha vindo a preparar desde há dias (foi o *Diário de Notícias* quem primeiro avançou a informação do alegado envolvimento do apresentador, mas ela era já conhecida na redacção desta estação). O tema choca o país e prolonga-se nos três jornais televisivos até ao *break* comercial. Durante o intervalo da TVI, toca o telefone na *régie*. Miguel Dimas atende. É o director-geral da estação, José Eduardo Moniz (JEM). Quer saber o que Dimas tem para a segunda parte do jornal. Este olha o alinhamento e lê-lho.

- Não é nada disso – ouve do outro lado.
- Mas eu não tenho mais nada – ainda retorque o editor.
- Nem precisas. Voltas a passar as peças todas sobre o Carlos Cruz.
- Como? Repito-as-peças-que-acabaram-de-ir-para-o-ar!?!...

Miguel Dimas fica perplexo. Não dá, porém, para contestar Moniz, cuja autoridade não é hábito pôr em causa na estação.

Dimas, na altura já com uma dezena de anos de televisão e muitos anos também de edição de jornais radiofónicos, cumpre as ordens. Mas aguarda com curiosidade os resultados das audiências no dia seguinte. Está convencido, lá no íntimo, de que a estratégia de Moniz se vai revelar suicidária. Quem, em seu juízo, arriscaria repetir a primeira parte de um jornal, após o intervalo? Levanta-se no dia seguinte horas antes do habitual, dada a curiosidade. Dirige-se à redacção, ansioso. Aguarda-o uma surpresa: a TVI bateu a concorrência! Explicação? Moniz não se faz rogado em desenvolver-nos o raciocínio que o levou à decisão (provavelmente sem precedentes, na história dos jornais televisivos). Chocado com a notícia, absolutamente inesperada e referente a uma das figuras mais populares do país, em termos absolutos, o telespectador iria procurar mais notícias onde as podia encontrar – nas televisões. Todas abriram com o tema. Todas o desenvolveram por longos minutos. Todas tiveram que entrar em publicidade. Apenas numa, porém, o programador pensou que, em situações daquelas, a tendência do atónito consumidor seria ver uma e outra vez a notícia. Foi o que aconteceu naquela noite e que Moniz intuiu como nenhum dos seus concorrentes. Para admiração, que dura até hoje, do homem a quem deu a ordem que ninguém mais se lembraria de dar.

Jornais maiores, maior poupança em programas

Falamos dos noticiários longos, longos, longos. JEM nota que, naquele tempo em que a política da TVI foi essa, se tratou de uma solução de gestão financeira: mais uma hora de informação tem apenas o custo correspondente a despesas com comunicações. O resto são os custos fixos, haja ou não jornal, tenha este meia hora ou hora e meia. Não assim com a programação. Nesta ascende a 35 mil euros o custo médio de uma hora de ficção. O que significa que foi esta quantia por dia que a TVI poupou (o mesmo se diga quanto às suas concorrentes, que a seguiram na decisão), quando aumentou a duração do jornal de 30 para 90 minutos. – Tão simples como isto – conclui, impenetrável ao olhar censório de quem o ouve. E a cujos argumentos sobre o carácter inaceitável destas

maratonas informativas recheadas de não notícias (devido à necessidade, simultânea, de preencher um longuíssimo espaço diário e à obsessão da concorrência, que leva a um aligeiramento dos critérios de selecção), responde, como quem esconjurou já os demónios anti-jornalísticos que naquele período se lhe impuseram enquanto responsável máximo da estação: – Mas isso foi nos tempos heróicos⁶. Agora é raro ultrapassarem uma hora. – Comentário também ouvido mais do que uma vez e de mais do que uma voz, na estadia na RTP. Como se, na cultura jornalística televisiva portuguesa de hoje, o regresso à normalidade internacional de jornais de meia hora de duração seja algo de absolutamente fora de questão.⁷

Domingo, 29

Audiências, primeiro

Cinco e meia da tarde. Miguel Dimas tem definido já o alinhamento do noticiário que vai para o ar dentro de duas horas e meia. Hoje há futebol e o termo do *Jornal Nacional* está marcado para as 21h15. O futebol não é em canal aberto e sim no cabo, mas as generalistas dão importância ao fenómeno porque lhes retira audiência. Uma terceira e quarta componentes específicas de hoje é que há grande reportagem, com cerca de vinte minutos, integrada no jornal da TVI. E que há também grande reportagem na SIC, a partir das 21 horas⁸. Estes factores são centrais nas preocupações dos editores/programadores, que precisam de definir, à partida, por que altura do jornal se entrará em intervalo.

O ideal, explica-me Miguel Dimas, é conseguir fazê-lo primeiro do que a concorrência. Cerca das 20h19. Se assim acontecer, a TVI sairá do intervalo colada ao início do intervalo do jogo, o que lhe permite (já o fez no pré-alinhamento, segundo vejo) reabrir o jornal com três a quatro minutos de notícias sobre Desporto. Explica: “É uma forma

⁶ Referência comum na estação aos primeiros anos de direcção de José Eduardo Moniz, em que a TVI, onde entrara em Setembro de 1998, passou, no espaço de três anos, do terceiro e último para o primeiro lugar nas audiências, destronando a SIC, ainda sob a batuta do lendário director-geral Emídio Rangel.

⁷ Nesta estadia nas duas redacções, foi comum o argumento de que, num tempo em que os portugueses lêem cada vez menos jornais, os trinta minutos de um telejornal se revelariam forçosamente ainda mais insuficientes para que eles obtivessem uma ideia mais aproximada do que se passa no país e no mundo.

Pode contra-argumentar-se, porém (sem esquecer a questão principal, que é a da banalização dos critérios jornalísticos, em que um acidente de tráfego, uma rixa de vizinhos, uma ocorrência qualquer com muita acção ainda que com nenhuma substância prevalece no ecrã sobre acontecimentos relevantes da actualidade nacional ou internacional):

1. Esta é uma falsa promessa de exaustividade. Falsa, na medida em que uma hora de notícias em televisão corresponde ainda a uma pequena parte das páginas oferecidas por um jornal. Com a agravante de contribuir ela própria, com essa promessa enganadora, para um abaixamento dos níveis de leitura;
2. Um jornal televisivo de uma estação é, cada vez menos, a única fonte de informação de que o cidadão médio se serve para obter informação quotidiana. Mesmo que não seja um leitor da imprensa diária paga, ele vai ser tocado, ao longo do dia, por múltiplas fontes de informação: a imprensa gratuita, a internet, a rádio, as *mobile news*, os canais de informação e os serviços noticiosos concorrentes, através do *zapping*.

⁸ A integração no telejornal de géneros jornalísticos tratados autonomamente, no passado, nas grelhas da programação informativa constitui uma das tendências hoje consagradas nos canais privados da pós-televisão em Portugal, como mostra Felisbela Lopes no texto “Da pós-televisão: a reconfiguração do *prime-time* nos canais generalistas portugueses” (33-46), integrado no volume *Os media em Portugal nos primeiros cinco anos do século XXI*, organizado por Manuel Pinto e Sandra Martinho (Campo das Letras, Editores, 2008).

de captar os maluquinhos da bola, que, quando o cabo entrar em intervalo, vão passar pelos outros canais e poderão ficar connosco se encontrarem notícias de futebol”.

Se estas estratégias funcionarem, a TVI estará preparada para meter a qualquer momento os vinte minutos da sua grande reportagem. A qualquer momento, mas não num momento qualquer. Para o editor do jornal, esse momento, idealmente, é apenas um: aquele em que a SIC entrar, por seu lado, em *break*. O resto do jornal dependerá desse momento: se ocorrer pelos 34, 35 minutos, até aos 40 no máximo, tudo bem; restará ainda um quarto de hora, no final, para mais algumas notícias. Se for muito tardio, restará pouco tempo, prejudicando a unidade do jornal. Como as outras duas estações conhecem estes dados – à hora de almoço a TVI já promoveu a sua reportagem – estarão também neste momento os editores de cada uma delas a engendrar a melhor forma de potenciar as possibilidades dos inevitáveis *breaks* das concorrentes.

Ao procurar uma conclusão, gelei, num primeiro momento: não houve, até aqui, em nenhuma das considerações feitas pelo responsável da redacção qualquer componente de raciocínio jornalístico. O que acabo de descrever conduz, no plano editorial, a uma e apenas uma conclusão: antes do mais, o *Jornal Nacional* (observações válidas para o *Telejornal*, pelo que observei há duas semanas; e provavelmente válidas também para a SIC, mas que terei oportunidade de o confirmar ou infirmar durante o mesmo tipo de observação que nela me preparo para fazer) é um produto resultante de considerações de ordem tática dentro daquilo a que se convencionou chamar, não sem razão, a guerra de audiências em que as três irmãs se deixaram envolver a partir de fins da década de 1990.

A abertura e geralmente também todo o primeiro bloco filiam-se em critérios jornalísticos, mesmo quando estes possam considerar-se excessivamente imbuídos do factor concorrência⁹, concluí. Após a transmissão do primeiro e eventualmente do segundo blocos, porém, o alinhamento, a coerência temática e o número de peças que irão ser transmitidas dependem de factores exógenos ao jornalismo: o momento da entrada em intervalo (às vezes, por uma questão de poucos segundos, que é o tempo de reacção face a uma *promo* donde o concorrente pode ou não partir para intervalo); o facto de esse momento ter apanhado ou não a concorrência de surpresa; e as decisões desta no que respeita quer às entradas em *break* quer na utilização de “armas” para responder àquilo que se espera seja a “arma” utilizada pela outra parte. Diz-me o editor do *Jornal Nacional*, a certa altura: “Se a SIC me espetar com um intervalo aos 14 ou 16, lixa-me, porque não posso ir para intervalo também e deixar a RTP sozinha”. Toda a conversa que se segue é dominada por este tipo de preocupação. Ausentes referências, mesmo que de raspão, a temas noticiosos do dia ou a critérios de noticiabilidade.

Manda a verdade escrever, contudo, que as “armas” do dia, usadas por uns e por outros, são produtos jornalísticos (no caso, quer na TVI quer na SIC, uma grande reportagem). O que alimenta a esperança, pelo menos, de que nem tudo está perdido no jornalismo televisivo português...

⁹ A concorrência íntegra, desde sempre, a lista dos critérios de noticiabilidade (*newsworthiness*), fazendo parte intrínseca das rotinas produtivas (*newsmaking*) da acção jornalística. Facto exemplarmente assumido por aquele editor da *Newsweek* que, à pergunta sobre como define notícia, respondeu (cito de cor): “Aquilo que nós não estávamos para dar mas incluímos nas nossas páginas quando soubemos que a *Time* o ia publicar na próxima edição.”

Leituras

Gabriela Borges e Vítor Reia-Baptista (orgs.) (2008), *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*, Lisboa, Livros Horizonte, 381 pp.

Eduardo Cintra Torres

São frequentíssimos no espaço público textos ou referências a uma “televisão de qualidade”. Todavia, raramente ou mesmo nunca são acompanhados de uma explicação, cabal ou meramente indicativa, do que se entende por qualidade. Desta forma, a “qualidade em televisão” não passa muitas vezes de um argumento de autoridade de quem ocupa o espaço público, em geral membros das elites, com os seus próprios critérios de gosto e de classe. Gabriela Borges e Vítor Reia-Baptista, docentes da Universidade do Algarve, lançaram-se na tarefa de reunir um conjunto de reflexões académicas sobre o “conceito de difícil definição” que é a “qualidade” em televisão. Que o tenham feito é já um primeiro conseguido deste livro. Noutros países, os Estudos Televisivos, enquanto área específica dos Estudos Mediáticos, debruçam-se sobre esta matéria há duas décadas; que este compêndio surja agora é o sinal de que se ultrapassa nesta matéria o proverbial atraso português.

O segundo conseguido deste livro é colmatar outra falha habitual do mundo editorial e académico português: a ausência de manuais, isto é, livros de leitura, isto é, selectas, isto é, compêndios. Eles estão de tal forma longe do nosso universo que é comum usar-se entre nós a palavra inglesa *readers*. As selectas, escolha organizada de textos sobre uma determinada matéria, fazem falta ao ensino e aos oficiais do ofício a que respeitam. Os Livros Horizonte publicaram alguns na área dos *media* e da comunicação, como os organizados por João Pissarra Mendes (*Comunicação e Identidades Sociais*, 2008, e *Comunicação e Sociedade*, 2002), mas são necessários mais, para proporcionar aos estudantes e interessados de língua portuguesa selecções de textos em português e de autores portugueses.

Chegamos assim ao terceiro conseguido desta selecta: traz-nos autores de países que não estão normalmente acessíveis. Sujeitos a uma involuntária hegemonia cultural e académica anglo-americana, os leitores portugueses podem esquecer-se ou ignorar o que se investiga e publica em muitos outros países dos hemisférios norte e sul. Este livro inclui textos de autores portugueses, brasileiros, mexicanos, argentinos, espanhóis, italianos, etc. Os autores consagrados anglo-americanos estão presentes apenas pelas citações nos vários textos.

Este manual está bem organizado e bem apresentado pelos seus autores. Analisam-se os discursos sobre a qualidade, mas num registo bem próximo da prática. Esse modelo está presente logo no primeiro texto, do brasileiro Arlindo Machado, onde ele completa a sua concepção de TV de qualidade com um repertório de programas que considera

enquadrados nesse modelo. Jorge la Ferla procura igualmente estabelecer um “reportório notável de programas”, no caso da TV argentina, enquanto João Freire Filho averigua a evolução do debate sobre a qualidade no Brasil.

Estes textos abrem a primeira parte do livro, dedicada aos discursos sobre a qualidade; depois de um capítulo sobre a regulação, seguem-se dois artigos sobre modelos de programação: do México (Francisco Hernández Lomelí) e do canal público 2: em Portugal (G. Borges). A primeira parte termina com um capítulo sobre as literacias, ou formas de aprendizagem do consumo dos *media* que permitam aos consumidores dominarem melhor a sua própria leitura e observação dos conteúdos.

Se esta parte do livro acentua a concepção da qualidade associada à de programação ou grelha, a segunda parte aborda as práticas de qualidade associadas a programas, géneros ou linhas de programação concretas. São dez textos – só eles seriam um livro, como os da primeira parte, aliás – com origem em vários países, como EUA, Brasil, Grã-Bretanha e Itália. Os capítulos estão divididos em reflexões sobre programas ficcionais, infantis e jornalísticos. Os textos, resultantes de investigações, dão a conhecer experiências riquíssimas com pouca ou nenhuma divulgação académica no universo anglo-americano e por tabela em Portugal, como as do Brasil, Argentina ou México. A título de exemplo, refira-se o texto de Yvana Fehine, “Núcleo Guel Arraes: uma proposta de qualidade na televisão brasileira”, que relata uma fecunda experiência, no âmbito da Rede Globo, de televisão de qualidade com êxito popular continuado, que garante a continuação do seu núcleo criativo e produtor desde há décadas. O chefe deste núcleo assinou inúmeros programas da Rede Globo (sem divulgação em Portugal) e, a partir dos anos 90, tornou-se um dos responsáveis pela reconfiguração do mercado audiovisual brasileiro, através da proposta de articulação das produções televisiva e cinematográfica, como refere a investigadora no livro recente que editou com Alexandre Figuerôa, *Guel Arraes: Um inventor no audiovisual brasileiro* (Recife, Edições CEPE, 2008), livro no qual está incluído este mesmo texto.

A diversidade de contribuições é enriquecedora, mas por isso mesmo sente-se neste manual a falta de uma síntese teórica sobre a qualidade em televisão. Seria importante disponibilizar à comunidade académica um texto que fornecesse argumentos sintéticos para a questão de partida – “o que é a qualidade em televisão”. Como classificar, quanto à qualidade, uma grelha ou um programa? Que critérios concretos seguir e que possam ser usados comparativamente para sucessivos programas ou grelhas? Sem essa síntese, este livro rico de exemplos permite pensar que a classificação sobre a qualidade só é atingível casuisticamente e no âmbito de uma análise carregada de historicismo. Ora, deve ser possível estabelecer-se uma ferramenta de análise com critérios “técnicos” (para usar o paradigma, ainda válido, de Aristóteles na *Poética*) que exclua pressupostos de classe ou de gosto. Essa ferramenta de análise poderia aplicar-se a todos os casos concretos de programação de TV generalista, de TV temática, de géneros e de programas isolados, seja de estações públicas ou privadas.

Normas para apresentação de originais

A revista *Comunicação e Sociedade* está aberta à colaboração de todos os docentes, investigadores e profissionais no âmbito das Ciências e Tecnologias da Comunicação. Os artigos a publicar podem incidir sobre investigações empíricas, revisões de literatura, apresentação de modelos teóricos ou recensões de obras.

Na apresentação dos artigos, os autores deverão seguir as seguintes instruções:

- a) Os originais deverão ser enviados em formato electrónico para: CECS@ics.uminho.pt. No caso de números temáticos, os originais deverão ser enviados para o correio electrónico do respectivo coordenador.
- b) Deverão ser ainda enviadas três cópias em papel para: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057 Braga.
- c) Os originais deverão ser dactilografados a dois espaços em folhas brancas normalizadas (tipo A4), letra Times New Roman, 12 pt. Figuras, quadros e desenhos deverão aparecer no fim dos originais, em folhas separadas. Os originais electrónicos deverão ser enviados em Word (ambiente Windows ou Mac). O formato utilizado para gráficos, que devem vir sempre inseridos também no texto Word, é o JPEG ou o TIFF, com uma resolução de pelo menos 300 dpi.
- d) Os originais deverão ser acompanhados de um resumo, máximo 1000 caracteres, em português e inglês. Os originais completos não deverão ultrapassar os 50 000 caracteres (incluindo espaços).
- e) Deverá ser enviada uma página separada do manuscrito, contendo os seguintes elementos: Título do artigo, em português e inglês; Nomes e instituições dos autores; Palavras-chave, em português e inglês (máximo de cinco); Nome e endereço completo (incluindo telefone, fax e *e-mail*) do autor responsável por toda a correspondência relacionada com o manuscrito.
- f) As citações ou referências a autores e obras deverão obedecer ao seguinte padrão: (Berten, 2001); (Winseck & Cuthbert, 1997); (Gudykunst *et al.*, 1996), correspondendo, nas referências bibliográficas apresentadas no final do trabalho, ao seguinte padrão:

Berten, A. (2001) 'A Ética da Discussão: Ideologia ou Utopia?', *Comunicação e Sociedade*, 4: 11-44.

Foucault, M. (1971) *L'Ordre du discours*, Paris: Gallimard.

Winseck, D. & Cuthbert, M. (1997) 'From Communication to Democratic Norms: Reflections on the Normative Dimensions of International Communication Policy' in Sreberny-Mohammadi, A., Winseck, D., McKenna, J. & Boyd-Barrett, O. (eds.) (1997) *Media in a Global Context: A Reader*, London: Arnold, pp. 162-76.

Gudykunst, W., Ting-Toomey, S. & Nishida, T. (eds.) (1996) *Communication in Personal Relationships Across Cultures*, Thousand Oaks, CA: Sage.

- g) Os artigos publicados são da responsabilidade dos respectivos autores.
- h) Os autores receberão as provas (incluindo Quadros e Figuras) para correcção e deverão devolvê-las até 15 dias após a sua recepção.
- i) Os autores terão direito a um exemplar da revista em que os seus trabalhos sejam publicados.
- j) A revista *Comunicação e Sociedade* está aberta a toda a colaboração, não se responsabilizando, contudo, pela publicação de originais não solicitados. Os originais não serão devolvidos, independentemente da sua publicação ou não.
- k) Os originais enviados à revista *Comunicação e Sociedade* serão submetidos a revisão previamente à sua publicação.

15

OS 50 ANOS DO TELEJORNAL

Comunicação e Sociedade

Numa sociedade que procura a sua identidade numa entrega cada vez mais obsessiva ao paradigma comunicacional, o itinerário que traçamos para **Comunicação e Sociedade** é o de respondermos o melhor que pudermos à inquietação de sabermos o que é que se passa hoje entre nós: nas conversas diárias e nos gestos de convivialidade; na projecção colectiva de espaços, imagens e figuras; nas formas de vestir, ornamentar e modelar os corpos; nas narrativas míticas, que os *media* não se cansam de ampliar; nas interacções formais e informais dos contextos organizacionais; na multiplicidade dos entrançados de redes de informação movidas pela electrónica e pela informática; enfim, nas sinalizações das ruas, casas, praças e jardins.

Firmamos entretanto um compromisso com a crítica dialógica, nos vários níveis de comunicação em que situamos as nossas preocupações, agindo em favor de uma comunicação essencial, múltipla, irreduzível e comunitária, desalojando dos seus nichos a comunicação pontual, funcional, potente e performante.

