

Maria do Rosário Saraiva
(autora – coordenadora científica)

A cenografia de informação televisiva em Portugal.
Da sobriedade à espectacularidade das redacções.

Colaboradores:

Investigadores do Cetac.media:

Luciana Fernandes

José Azevedo

Óscar Mealha

Ana Veloso

Fernanda Martins

Cetac.media

Universidade do Porto

Universidade de Aveiro

2011

Agradecimentos

À **RTP** pelo acolhimento e esforço incansável que dedicaram a este projecto, nomeadamente José Alberto Carvalho, João Adelino Faria, arquitecto António Polainas, Margarida Vicente e Hilário Lopes (Arquivo RTP), Luís Costa (RTP Porto), Nicolau Tudela e aos jornalistas da redacção de Lisboa e do Porto que se disponibilizaram para o preenchimento do inquérito.

Ao **Vasco Hogan Teves** e ao **António Casimiro**, pela facilitação de elementos históricos imprescindíveis.

À **SIC**, em especial a Alcides Vieira, Ana Franqueira e Margarida Ribeiro Rosa (Arquivo de Informação), Vítor Duarte (Bloom Graphics), Pedro Dias, Madalena Durão, Conceição Lino e Clara de Sousa.

À Eduarda Silva, Agostinho Ribeiro, João Salvado e arquitecto Tomás Taveira pelos testemunhos sobre as suas experiências de cenografia de informação.

À **TVI** nas pessoas da Manuela Moura Guedes, Pedro Pinto, Júlio Magalhães e Padre António Rego.

Ao **SAPO** pelo empréstimo do equipamento de *Eye tracker*.

Aos alunos das licenciaturas de Novas Tecnologias da Comunicação da Universidade de Aveiro e de Ciências da Comunicação da Universidade do Porto pela participação na experiência de *eye tracking*, e em especial à Inês Pedroso e João Pereira.

À **Ana Heleno** e ao **Ricardo Marques** pela disponibilidade permanente e ajuda em todos os momentos nas tarefas de investigação.

À **Liliana Dias** pelo trabalho de filmagem e ao **Duarte** pelo seu tratamento.

Ao **Hugo Correia** pela originalidade e autoria do tema desta investigação.

Ao **Luís Faria** pelo apoio informático e ao **M. B. Boubezari** pelo design do cartaz do Seminário Final.

Aos intervenientes deste mesmo seminário pelo contributo do mundo académico:
Felisbela Lopes, Francisco Rui Cádima.

À **Fundação para a Ciência e Tecnologia**, por financiar e acreditar neste projecto.

Ao **Gabinete para os Meios de Comunicação Social** pelo apoio para a sua publicação.

Índice

1. Introdução.....	8#
2. Cenografia de informação televisiva em Portugal: evolução e tendências.....	13#
Do noticiário ao <i>Telejornal</i>	15#
A Era da Técnica: à procura de uma linguagem (1957-1960)	16#
A Era dos Realizadores: a introdução do <i>videotape</i> e a cobertura dos eventos internacionais (1964-1974).....	19#
A Era dos Jornalistas: do fim da censura à televisão privada (1974-1992)	20#
A chegada da cor	20#
A Era do Marketing: competitividade na e pela informação (1992 – 2000).....	22#
A Era do Virtual: novamente à procura de uma linguagem própria (2001-?).....	29#
Tridimensional, virtual e real.....	31#
Porquê mudar de cenário informativo?	33#
A cenografia da informação televisiva portuguesa no panorama audiovisual europeu	34#
3. Os jornalistas como elemento cenográfico – efeitos na profissão	42#
Análise e discussão dos resultados.....	46#
A perspectiva dos jornalistas.....	50#
Discussão e conclusão.....	64#
4. Audiências	67#
Partição da atenção e memória do telespectador.....	71#
Abordagem Metodológica	71#
Análise de resultados do inquérito.....	73#
Discussão e conclusão dos resultados do inquérito	75#
Estudo de <i>eye tracking</i>	76#
Discussão dos resultados	84#
5. Discussão e conclusão	86#
Índice de tabelas	93#
Glossário.....	94#
Referências bibliográficas	98#
Anexo 1: Imagens referentes à evolução histórica	102#
Anexo 2: Inquérito aos Jornalistas	103#
Anexo 3: Inquéritos aos alunos (visionamento de 3 jornais televisivos).....	104#
Anexo 4: Inquéritos aplicados na experiência <i>eye tracking</i>	105#

Preâmbulo

A obra que se apresenta é o resultado do projecto de investigação intitulado "A Cenografia da Informação Televisiva em Portugal: da sobriedade à espectacularidade das redacções", realizado entre Setembro de 2007 e Março de 2010, tendo beneficiado do financiamento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia PTDC/CCI/71951/2006.

O objecto de estudo foram os três noticiários televisivos de horário nobre das três televisões generalistas portuguesas - RTP, SIC e TVI - tendo incidido a análise sobre os aspectos cenográficos dos estúdios e redacções e sobre os elementos gráficos difundidos no ecrã. O estudo tinha como objectivos avaliar as intenções comunicacionais destas estratégias bem como o seu impacto quer nos profissionais de informação quer nos telespectadores.

A originalidade desta investigação reside no facto de focar o olhar sobre um aspecto menos estudado pelas ciências da comunicação: a *forma* da notícia mais do que o seu *conteúdo*. Os meios envolvidos na concepção e montagem dos cenários de informação televisiva são uma fatia importante dos investimentos realizados pelas estações de televisão. O carácter espectacular de alguns cenários e as próprias redacções transformadas em estúdio de transmissão de notícias revelam a importância atribuída ao momento televisivo que constitui o jornal televisivo. Os resultados aqui apresentados pretendem contribuir para compreender melhor os mecanismos envolvidos na decisão de concepção cenográfica e do real impacto dessa forma da notícia sobre os telespectadores.

Graças a uma equipa interdisciplinar composta por docentes e investigadores do CETAC.MEDIA - Centro de estudos em tecnologias e ciências da comunicação da Universidade do Porto e da Universidade de Aveiro (Luciana Fernandes, José Azevedo, Óscar Mealha, Ana Veloso, Fernanda Martins, sob coordenação de Maria do Rosário Saraiva), foi desenvolvida uma abordagem metodológica transversal que incluiu: observação das práticas jornalísticas nas redacções/estúdio, inquéritos aos jornalistas e aos telespectadores, utilização da tecnologia *eye tracker* para observação do comportamento dos telespectadores durante o visionamento de jornais televisivos, entrevistas a responsáveis pelas cenografias (directores de informação, cenografistas, designers), recolha

documental de arquivo sobre evolução das cenografias.

1. Introdução

As televisões privadas trouxeram profundas alterações na produção televisiva em Portugal. Uma delas foi ao nível da cenografia aplicada aos espaços das redacções de informação, transformadas hoje no palco principal dos jornais televisivos. Outra alteração verifica-se na introdução de elementos gráficos (oráculos, bolachas, *tickers*)¹ durante a emissão dos telejornais, criando novas formas de transmitir mais informação no mesmo espaço (ecrã de televisão) e tempo (duração dos jornais).

No entanto, pouco se sabe sobre o impacto destas práticas ao nível da percepção e processamento da informação pelo telespectador, ao mesmo tempo que se desconhecem as consequências das *novas redacções* sobre os próprios profissionais da informação.

Ao nível da concepção dos (novos) cenários televisivos, importa identificar as intenções comunicacionais das estações televisivas e os processos de implementação desses novos espaços informativos, ou seja, compreender as razões e as estratégias institucionais que levam à implementação destas alterações cenográficas. Será que a cenografia da informação televisiva é encarada pelas estações de televisão portuguesas como um elemento fundamental, ou é considerada como um simples elemento decorativo? Os telespectadores são mais influenciados pelo discurso produzido pelos pivôs, ou pela informação adicional *parasita* incluída nestes grafismos? Este aumento de camadas de informação conduz ao desenvolvimento de melhor informação? O telespectador é capaz de recordar toda a informação contida nesta profusão?

Estas questões são alguns dos pontos de partida para este projecto. Olhando os noticiários produzidos pelas estações de televisão generalistas portuguesas, distinguimos redacções com características únicas, revelando uma tendência progressiva para a sua integração no cenário de difusão, transformando-se em grandes estúdios, bem como a introdução de variados grafismos nos programas noticiosos das

¹ Ver Glossário.

20h00.

Propomos aqui estudar este fenómeno, analisando as estratégias comunicacionais subjacentes a essas tendências cenográficas, por um lado, e avaliar os efeitos desta realidade nos telespectadores e nos próprios profissionais que trabalham nestes espaços cenografados.

Este trabalho, recorre a conhecimentos das áreas das Ciências da Comunicação, da Psicossociologia da Comunicação, do Design e da Arquitectura, e pretende analisar a evolução da cenografia da informação televisiva ao longo das últimas décadas, identificar as alterações mais significativas, os possíveis pontos de viragem e as tendências actuais, avaliando o impacto destas alterações sobre os telespectadores e sobre os profissionais da informação televisiva.

Mas qual é a especificidade da *cenografia de informação*? Por que razão desenvolver um estudo sobre a cenografia? Esta expressão designa o conjunto de dispositivos reunidos para criar um cenário para transmissão dos noticiários em televisão². Para além do cenário físico, integra também os dispositivos audiovisuais e grafismos e, mais recentemente, a cenografia virtual. Esta abordagem 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), pivôs, realizador e operadores de câmara. A este contexto *in situ* juntam-se os elementos gráficos (transparências, iconografia, janelas electrónicas³, grafismo, entre outros) 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. Desta forma,

² E restantes programas de informação, distinguindo-se da *cenografia de produção* de outros programas televisivos não informativos: teatro, ficção, variedades...

³ Ver Glossário.

formulámos a hipótese segundo a qual a cenografia de informação é uma forma 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.

À semelhança do que acontece com a cenografia teatral e museal, a cenografia de informação televisiva situa-se na encruzilhada da arte do efémero e do espectáculo e das inovações tecnológicas (Saraiva, 2001). A especificidade do *medium* televisivo faz com que a cenografia participe de forma mais explícita e enfática na construção da imagem corporativa do que nas outras formas cenográficas. Para além deste aspecto, a mediatização desse espaço cenografado pelo interface - ecrã do televisor do telespectador interroga-nos também sobre a especificidade da concepção cenográfica em televisão face aos outros espaços, ou seja, como é concebido um espaço tridimensional que será apenas percebido através de um ecrã? Qual a especificidade da concepção cenográfica em televisão? Qual a especificidade da concepção de cenografia de informação? De que forma é sistematizado e capitalizado o saber-fazer cenográfico nas televisões nacionais?

A abordagem metodológica desta temática desenvolveu-se em três vertentes: a primeira aborda o universo cenográfico propriamente dito, a segunda o efeito desta cenografia nos jornalistas e a terceira o público dos jornais televisivos.

Todas as vertentes metodológicas têm por objectivo compreender o papel da cenografia de informação televisiva nos dois lados do ecrã: no lado dos produtores e no lado das audiências. A análise cruzada dos diferentes *corpus* obtidos permite contribuir para o conhecimento dessa dimensão espacial e cénica na difusão e percepção da informação.

Os resultados da pesquisa efectuada foram organizados em três grandes capítulos: a cenografia, os jornalistas e as audiências.

O capítulo 2, intitulado *A cenografia da informação televisiva em Portugal: evolução e tendências*, traça a evolução dos cenários dos jornais televisivos de horário nobre das três televisões generalistas nacionais, evidenciando os aspectos mais relevantes de cada cenário perspectivando-os no contexto institucional e concorrencial em que se inserem. Seleccionaram-se as três estações generalistas portuguesas – a RTP1, a SIC e

a TVI⁴ – e os respectivos jornais de horário nobre, aliando-se vários métodos em diversas fases, das quais a pesquisa nos arquivos audiovisuais e entrevistas de tipo semi-directivo a profissionais (cenógrafos, arquitectos, directores de informação, jornalistas, designers) para identificar e analisar os cenários desses programas informativos. Delimitou-se a pesquisa em vídeo para o período de 1985 até à actualidade, a fim de traçar a evolução cenográfica e o impacto do aparecimento das televisões privadas no panorama televisivo nacional.

O capítulo 3, consagrado aos jornalistas e repórteres de imagem, apresenta os dados recolhidos junto dos profissionais de informação através do inquérito sobre o impacto dos ambientes redaccionais cenografados sobre a sua actividade profissional. Este inquérito aos profissionais do jornalismo televisivo foi realizado nas redacções para avaliar de que forma os espaços de trabalho tornados elementos cenográficos interferem na qualidade do ambiente de trabalho, nos procedimentos e nas rotinas diárias de produção da informação e no desempenho profissional. Cruzamos aqui os dados dos inquéritos realizados nas redacções da RTP e da SIC com os testemunhos recolhidos nas entrevistas de tipo semi-directivo aos pivôs. Estas entrevistas a pivôs visaram compreender a experiência do jornalista/pivô no momento da emissão do jornal no estúdio, nomeadamente nos cenários actuais.

Fez-se ainda um registo audiovisual do ambiente da redacção⁵ a fim de observar e analisar a articulação da redacção com o estúdio, nomeadamente durante a emissão do jornal televisivo.

No capítulo 4 colocámos o olhar do lado dos telespectadores, das audiências, visando avaliar os processos de percepção e de assimilação da informação dos jornais televisivos com diferentes grafismos e diferentes características cenográficas. O jornal difundido no ecrã do televisor é hoje fortemente diferente dos iniciais: a par da figura do pivô e das peças noticiosas, há todo um conjunto de elementos gráficos que veiculam diferentes tipos de informação simultaneamente. De que forma concorrem

⁴ O estudo sobre a TVI limitou-se à análise da informação disponível em publicações e na internet, dado que, apesar de diversas solicitações, não foi possível aceder aos arquivos nem ao estúdio de informação.

⁵ Este registo apenas foi feito na RTP, em Setembro de 2009, no seguimento da notável colaboração desta estação com a presente investigação.

eles para um reforço da mensagem informativa, melhorando a transmissão da notícia?

Para tal aplicaram-se diferentes métodos e fases de observação:

- a. Realização de inquéritos individuais a telespectadores após visionamento de sequências/trechos dos três jornais televisivos em análise: *Telejornal* da RTP1, *Jornal da Noite* da SIC e *Jornal Nacional* da TVI a fim de comparar cada um deles quanto à cenografia e imagem.
- b. Aplicação de tecnologia de observação do comportamento ocular do telespectador através do dispositivo *eye tracker* para medir de forma mais precisa o impacto do que é visionado/lido no ecrã televisivo e o que é efectivamente processado pelo espectador. Para tal foram dados a visionar trechos de jornal televisivo com e sem elementos gráficos a fim de avaliar o processamento da informação veiculada no ecrã.

A análise destes diferentes dados é feita à luz das recentes teorias da partição da atenção e da percepção.

Por último, em conclusão, retomam-se os resultados mais relevantes das diferentes fases da investigação, apresentando-os de forma sistematizada a fim de responder às questões iniciais que guiaram esta pesquisa.

2. Cenografia de informação televisiva em Portugal: evolução e tendências

A pesquisa bibliográfica e documental levada a cabo desde o início do projecto, permitiu-nos constatar a escassez de trabalhos que retratem o histórico da cenografia televisiva, quer em Portugal, quer mesmo a nível internacional. Devido ao carácter específico desta arte efémera, entre o artesanal e o artístico, existem também escassos registos sistematizados dentro das próprias instituições. Encontram-se por vezes fotografias dos bastidores dos cenários ou dos pivôs durante a emissão que permitem caracterizar alguns cenários e datá-los. No entanto, esses dados são pontuais e não cobrem a totalidade da história da televisão em Portugal.

Para a realidade portuguesa, existe o levantamento realizado por Polainas (1998)⁶ para a RTP, até 1992, abordando a cenografia da televisão em geral e consagrando um capítulo à cenografia de informação. A consulta deste documento confirmou a importância de realizar um levantamento audiovisual sistemático de todos os cenários de informação das televisões portuguesas a fim de registar e traçar a evolução da cenografia. Esse levantamento foi levado a cabo nos Arquivos da RTP e da SIC, tendo sido registadas as datas das alterações e obtidas cópias para análise para o

⁶ Tese de Mestrado em Teoria da Arquitectura, intitulada *Cenografia de televisão em Portugal (1957-1992)* (Cf. Bibliografia). António Polainas, arquitecto e actual subdirector de Artes Visuais da RTP, trabalha no departamento de cenografia há 30 anos.

período compreendido entre 1985⁷ e 2009. A análise de períodos anteriores⁸ foi feita apenas com base em fotografias da época e nos testemunhos de profissionais recolhidos através de entrevistas semi-directivas. Sendo o objecto de estudo deste trabalho o *plano de estúdio*, feito em directo, não é possível obter imagens audiovisuais anteriores a 1985, dado que não era feita gravação do directo dos noticiários. Não só pela dificuldade técnica (antes do *videotape* registava-se em filme), mas sobretudo porque estes planos não eram valorizados, dado que o importante era a peça noticiosa. Assim, esses momentos do estúdio e do pivô não eram registados, excepto em casos excepcionais, sendo apenas conservado em arquivo a peça noticiosa em filme ou *videotape*. Actualmente com a passagem para o arquivo digital, há de novo a tendência para gravar em arquivo apenas as peças noticiosas e a versão *cleanfeed* (sem grafismos). Na sequência do nosso trabalho os responsáveis dos Arquivos da RTP e da SIC ficaram sensibilizados para a importância de registar regularmente a versão integral do jornal televisivo a fim de salvaguardar essa memória cenográfica.

É a partir destes materiais recolhidos que elaborámos o capítulo apresentado aqui, constituindo um contributo importante para o inventário da cenografia televisiva em Portugal.

No sentido de evidenciar a evolução histórica dos cenários de informação televisiva, foram realizadas entrevistas em profundidade a alguns dos principais responsáveis pela concepção dos mesmos⁹, desde 1957 até à actualidade. Com estas entrevistas visava-se conseguir saber, além das datas de alteração de cenário, o que está por detrás de uma mudança de cenário, bem como os objectivos pretendidos com cada um deles. Procedeu-se também ao visionamento de imagens de Arquivo da RTP e da

⁷ A data de 1985 foi determinada pelos documentos existentes nos arquivos pois é a partir desta data que são sistematicamente gravadas as emissões em directo em suporte Beta e VHS, na sequência de Lei que determina que sejam gravadas as emissões “tal como vão para o ar” durante três meses. A RTP conserva ainda todas estas emissões; na SIC foi possível consultar as versões *cleanfeed* desde 1992 e as emissões completas dos últimos três meses.

⁸ Embora o objecto do projecto seja o período de 1985 a 2009, entendeu-se por bem fazer o registo da história da cenografia de informação desde o início da televisão em Portugal. Obviamente, de 1957 até 6 de Outubro de 1992 este histórico refere-se apenas à RTP.

⁹ RTP: António Polainas, Vasco Hogan Teves, António Casimiro, Nicolau Tudela. SIC: Pedro Dias, Eduarda Silva, Vítor Duarte, Agostinho Ribeiro, João Salvado e Tomás Taveira. TVI: António Rego e Tomás Taveira.

SIC¹⁰, identificando-se as datas de alteração de cenário e obtendo-se cópia dessas emissões para análise. 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.

Do noticiário ao *Telejornal*

Telejornal é um termo que, no panorama 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:

“*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 pivô 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 a essa hora, na maioria¹¹ das casas portuguesas, a televisão está pronta para os noticiários e, após os genéricos, começa o espectáculo! Estão lá o(s) pivô(s), o logótipo da estação, a mesa, o oráculo, o *ticker*, o pictograma¹² e ainda, como *background*, a redacção em funcionamento. Para trás ficam mais de 50 anos de história de *Telejornal* que merecem ser contados, sob a perspectiva dos seus aspectos cenográficos. A partir de 1992, coexiste com os outros

¹⁰ Como já foi referido, não foi possível obter autorização para acesso aos arquivos da TVI dentro do tempo útil deste projecto.

¹¹ Uma consulta às notícias editadas pela Marketest sobre o share mensal dos programas das três estações generalistas portuguesas (www.marktest.com, retirado em 2009, Janeiro 1), indica que os programas informativos de horário nobre, na generalidade, têm um share de cerca de 30% cada um.

¹² Ver Glossário.

jornais televisivos de horário nobre das estações de televisão privadas: *Jornal da Noite* da SIC e *Jornal Nacional* da TVI.

A análise efectuada permitiu-nos chegar à caracterização de cinco grandes períodos da evolução histórica da cenografia de informação televisiva em Portugal (Azevedo, Fernandes & Saraiva, 2009)¹³. 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 em eras propõe delimitar contextos distinguindo-os pela (pre)dominância de determinados conceitos ou actores com implicações directas para a forma como se encena a informação.

A Era da Técnica: à procura de uma linguagem (1957-1960)

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 (Teves¹⁴, Entrevista: 3 Abril 2008). A RTP surge em Portugal durante o período salazarista, como televisão única sob controlo directo do Estado. 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 (imgs. 1, 2)¹⁵. 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)¹⁶.

¹³ Partimos duma 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. cf. Bibliografia.

¹⁴ Vasco Hogan Teves, profissional da RTP já reformado, ligado à informação de 1957 a 1974, sendo Director do Telejornal entre 1971 e 1974.

¹⁵ As imagens referentes a este capítulo 2. estão inseridas no Anexo 1.

¹⁶ 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 1990, passando grande parte dos dispositivos a serem realizados externamente.

Estas equipas trabalhavam 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 (img. 2). Lembremos que o início da transmissão das notícias na televisão corresponde também ao início da própria televisão como *media* e assiste-se assim à procura de uma *linguagem* própria¹⁷, ao longo de experimentações e adaptação de técnicas e linguagens do teatro, do cinema ou da rádio e adaptação das cores à transmissão a preto e branco.

A primeira emissão de um espaço noticioso (img. 1) ocorre aquando do nascimento da estação de televisão pública, pelas 22h00, meia hora depois do início das emissões regulares da RTP (Teves, 2007)¹⁸.

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 (E.U.A.), 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)¹⁹. Em 1957, 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 70 elementos logo nos anos 1960, revelando assim a importância acordada à cenografia pelo arquitecto Marcelo de Moraes, decorrente certamente da sensibilidade à dimensão espacial deste profissional.

¹⁷ A procura do domínio da técnica audiovisual em detrimento do aspecto cénico levou a que Polainas caracterizasse este período como a Era dos Engenheiros prolongando-se pela Era dos Realizadores.

¹⁸ Os antecessores do Telejornal são o Noticiário, o Jornal RTP e o Jornal de Actualidades (imgs 3, 4).

¹⁹ 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.

A 18 de Outubro de 1959, pelas 20h30, o *Jornal RTP*, que havia já substituído o *Jornal de Actualidades* (img. 4) nesse mesmo ano, dá lugar ao *Telejornal* (img. 6), (Teves, 1998; 2007), nome que se mantém até à actualidade, ao mesmo tempo designação e formato específico do jornal televisivo de horário nobre. Desde então, a sua duração fixa-se em meia hora²⁰ e é definido um alinhamento diferente do anterior, reservando mais espaço e tempo para os locutores²¹, inclusive através dos textos pois “começou a escrever-se muito mais para os locutores” (Teves, Entrevista: 3 Abril 2008). Há, com efeito, a preocupação de intercalar a informação com 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 definitivamente o jornal de televisão das actualidades do cinema (img. 5 a 8), afirmando a importância da especificidade televisiva através desse momento no estúdio e, conseqüentemente, da cenografia. 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, paralelamente à 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)²². A concepção é partilhada por

²⁰ Trinta minutos é, durante muito tempo, a duração fixa do *Telejornal* seguida também pelas televisões privadas no seu início; antes de 1974 a duração chega a ser controlada ao minuto.

²¹ Até 1975 os redactores não podem ser considerados jornalistas por não estarem inscritos no Sindicato dos Jornalistas, por isso ficam designados por locutores; esta questão atesta assim a dificuldade de aceitação pela profissão do novo meio jornalístico que é o jornal televisivo.

²² A representação do planisfério ou do globo terrestre, 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

Marcelo de Moraes, Octávio Clérigo e, mais tarde, António Casimiro²³. Em cima da mesa (já desenhada propositadamente para o *Telejornal* como elemento cenográfico distintivo), além do microfone, está um telefone para receber notícias de última hora²⁴ (imags. 7 e 8). Posteriormente, introduzem-se transparências de fundo (por um sistema de retro projecção de imagens fixas) por detrás do locutor, para difundir imagens ou texto (imags. 9-11).

A Era dos Realizadores: a introdução do *videotape* e a cobertura dos eventos internacionais (1964-1974)

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 dia²⁵. Esta inovação permite criar uma primeira versão do que é hoje o pictograma: a projecção de uma imagem fixa ao lado direito do pivô (imags. 9 a 11).

Segundo Polainas (1998), 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. Acrescenta que 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 conseqüentemente a uma reorganização da programação e dos meios técnicos, a

representa a própria *essência* da informação televisiva: *do mundo para o mundo*; em directo. É por vezes acompanhado ou substituído pelo globo terrestre, por vezes em movimento.

²³ António Casimiro é cenógrafo e trabalhou de 1958 a 1995 na RTP, sendo autor de diversos cenários do *Telejornal*.

²⁴ 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. É portanto um adereço meramente cenográfico dado que representa uma potencialidade – significa para o telespectador que poderá haver uma notícia de última hora – que nunca se concretizará.

²⁵ 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).

mobilidade de repórteres, os directos. A generalização do directo leva à afirmação do pivô e do momento em estúdio.

A Era dos Jornalistas: do fim da censura à televisão privada (1974-1992)

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 o aparecimento de novos 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*²⁶.

Os novos estúdios do Lumiar, inaugurados em 1977, permitem pela primeira vez a cedência de um estúdio exclusivamente 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), ditada por razões de ordem técnica e espacial.

A chegada da cor

A introdução da cor na televisão, a 7 de Março de 1980 (Cádima, 2002), vem abrir novas perspectivas à cenografia, permitindo novas combinações, embora também limitações: materiais utilizados na cenografia e logótipos, a iluminação, o vestuário dos pivôs, a maquilhagem, etc.

²⁶ 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.

Nos inícios de oitenta, 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*. Esta inovação cénica imprime dinamismo nos planos e na composição de imagem.

A escolha de cores, preocupação inerente ao trabalho do cenografista, assume agora grande importância, pois 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 *pivô* 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), cor que se confirmará como imagem de marca, *o azul RTP*, em 2004, aquando de um trabalho profundo de reflexão e construção da imagem corporativa da estação (Tudela, Entrevista: 29 Setembro 2009).

Em Fevereiro de 1985 (imgs. 22, 23), o cenário informativo aposta numa simplicidade com um fundo cinzento quebrado por uma linha vermelha e o símbolo da RTP. Mas logo em Junho (imgs. 24, 25), Carlos Fino apresenta o *Telejornal* diante de um fundo azul e cinzento com um globo iluminado a azul à esquerda do pivô.

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 estúdios, a redacção ocupa vários andares (Polainas, 1998) e as emissões podem contar com três pivôs que repartem entre si a apresentação de notícias (imgs. 26 a 29). 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*²⁷ (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

²⁷ Este facto faz mudar os hábitos dos políticos, que marcavam as suas conferências de imprensa para o horário do *Telejornal* (Teves, 2007).

não davam azo à criação de cenografias muito elaboradas (Polainas, 1998:209). Retomou-se o uso do planisfério de *design* moderno e estilizado, aplicado em Maio de 1986 (imags. 26 a 29), Maio de 1987 (imags. 30 a 33), Novembro de 1988 (imags. 35 a 39), e Fevereiro de 1991 (imags. 40 a 47). As cores predominam no azul, branco e, cinzento, tanto nos cenários, como nos tímidos grafismos que vão surgindo. Começa a apostar-se mais em infografia com a inserção do pictograma à direita e recorre-se ao pivô principal e ao pivô 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 (imags. 46, 48, 49, 52, 56, 58), o pivô 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 1980²⁸, pondo fim a 35 anos de monopólio da RTP.

A Era do Marketing: competitividade na e pela informação (1992 – 2000)

A 6 de Outubro de 1992 iniciam-se as emissões da SIC - Sociedade Independente de Comunicação²⁹, apresentando um *Jornal da Noite* deliberadamente marcado pela

²⁸ 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).

²⁹ A RTP noticiou a chegada da SIC, antevendo a chegada da TVI (imags. 48 a 56).

diferença (Silva³⁰, Entrevista: 17 Abril 2008). O logótipo composto por “cores quentes”³¹ transmitiu para a cenografia de informação da estação de Carnaxide essa mesma imagem. Dias³² (Entrevista: 27 Fevereiro 2008), caracteriza os primeiros cenários, da autoria de Tomás Taveira, como “opacos, com cores, linhas e ângulos quebrados”, pois o importante era demarcar-se da RTP com “mais cor e mais luz” (imgs. 136 a 160). Como afirma Salvado³³, “a SIC veio trazer a cor à televisão. Não apenas a cor cenográfica e a cor gráfica, mas em termos metafóricos a SIC veio romper com a matriz cultural do país, trazendo uma paleta de cores que é super arriscada”. Foi logo definida uma linha cromática para o jornal: “o *Jornal da Noite* trabalhou muito aquele vermelho quase magenta que é o rosa bengala... que era a cor de fundo, com amarelo, da informação”. Fortemente inspirado de cenários televisivos internacionais (Sky News e NSBC), de acordo com Salvado (Entrevista: 19 Fevereiro 2009) o novo cenário de informação aposta num espaço reflectido, no uso de cores diferentes, nos novos desenhos e nos novos materiais, sobretudo as transparências (Taveira, Entrevista: 27 Janeiro 2010). A duração do jornal televisivo é, inicialmente, de 30 minutos.

A inovação pauta-se ainda por mostrar o que está por detrás do *Jornal da Noite* da SIC: a redacção, entre outras inovações na informação lembradas por Lopes (1999), aposta cenográfica que foi posteriormente seguida pelos canais concorrentes. Este *open space*³⁴ participa da mensagem institucional que podemos designar por *fábrica de notícias*, de *local onde se fabrica algo*. Ou seja a da 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

³⁰ Eduarda Silva, autora de cenários para a SIC de 1992 a 2002, colabora actualmente com a estação em regime de freelancer.

³¹ De acordo com Salvado, o logótipo e a paleta de cores declinadas a partir dele, concebidos pela equipa brasileira chefiada por Hans Donner, foram sendo trabalhados e europeizados pela equipa gráfica da SIC (Vitor Duarte, Nuno Feijão, Júlio Castanheira).

³² Pedro Dias é co-fundador da SIC.

³³ João Salvado é realizador, foi um dos co-fundadores da SIC, tendo trabalhado na RTP entre 1980 e 1992. Entre 1993 e 2000 “integrou na SIC um grupo de observação de novas tecnologias e cenografia virtual com outros profissionais”.

³⁴ Na realidade, não um verdadeiro *open space*, dado que o estúdio de informação está separado da redacção por uma grande janela; será a RTP a concretizar o *open space* num espaço único em que a redacção é estúdio, ainda na 5 de Outubro, 10 anos mais tarde.

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. Totalmente inovadora em Portugal, esta solução arquitectónica proposta desde as primeiras reuniões preparatórias, causou estranheza e receios nos jornalistas que “se sentiam nus, sentiam-se na montra” (Taveira, Entrevista: 27 Janeiro 2010).

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*³⁵, 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 vista para a redacção. Por detrás do/a pivô, 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 (imgs. 247 a 252)³⁶.

A resposta da RTP passa por uma nova mudança onde a constância do planisfério alterna com uma parede de ecrãs. A mesa onde se senta Henrique Garcia em Fevereiro de 1993 é completamente transparente (img. 52). Durante este cenário alteram-se e aperfeiçoam-se os grafismos e, com impossibilidade arquitectónica de uma estrutura como a da redacção da SIC, a RTP opta por mostrar a sua através do pivô que nela caminha com uma antevisão das notícias (img. 64).

Inicia-se assim um processo de alternância de cenografias em cada uma das estações de televisão, como instrumento de captação de audiências. É visível, no quadro comparativo que apresentamos em seguida, a alternância de modificações da cenografia entre as televisões a partir de 1993, revelando a estratégia de concorrência e de acção/reacção das televisões através da cenografia, numa resposta de taco a taco.

³⁵ De acordo com Manuela Moura Guedes (Entrevista: 13 Julho 2009), o jornal televisivo da TVI passou por várias designações: *Informação 4*, *Telejornal*, *Novo Jornal*, *TVI Jornal*, *Directo 21* até se fixar em *Jornal Nacional*.

³⁶ Por falta de colaboração por parte dos responsáveis da TVI, não podemos atribuir datas concretas nem ilustrar fidedignamente as mudanças de cenários informativos, muitos dos quais foram identificados a partir de vídeos colocados no Youtube.

RTP	SIC	TVI
1 de Fevereiro de 1985		
1 de Julho de 1985		
6 de Maio de 1986		
5 de Maio de 1987		
9 de Novembro de 1988		
4 de Fevereiro de 1991		
6 de Outubro de 1992 (1º dia da SIC)	6 de Outubro de 1992	
20 de Fevereiro de 1993 (1º dia da TVI) - Jornal de Sábado		20 de Fevereiro de 1993
4 de Maio de 1993		
6 de Dezembro de 1993		
	6 de Outubro de 1994	1994
2 de Janeiro de 1995		1995
3 de Maio de 1996		
	6 de Outubro de 1996	
6 de Junho de 1997		1998 (Queluz de Baixo)
	6 de Outubro de 1997	
6 de Novembro de 2000		2000
12 de Fevereiro de 2002 <i>open space</i>		
	6 de Outubro de 2002	
31 de Março de 2004 Cabo Ruivo		
	3 de Maio de 2004	
	21 de Fevereiro de 2005	
	20 de Fevereiro de 2006	
	30 de Abril de 2007	2009
	21 de Maio de 2007	
	19 de Novembro de 2007	
26 de Maio de 2008		
6 de Dezembro de 2008		

Tabela 1- Comparativo das datas das alterações de cenografia das três estações de televisão³⁷

O que confirma que a cenografia serve de instrumento de captação de audiências, de sedução do telespectador, inscrevendo-se numa intenção de comunicação com os públicos através da consolidação de uma imagem corporativa.

Mais tarde, assiste-se na TVI a uma procura de identidade cenográfica (imgs. 253 a 262) até à reformulação de 2000, já com a Media Capital, com uma imagem

³⁷ As datas referidas aqui são as que foram identificadas no visionamento dos arquivos audiovisuais da RTP e da SIC e cujas imagens foram objecto de análise neste capítulo (ver também as imagens em Anexo 1). No caso da RTP incluímos as emissões dos dias de lançamento das televisões privadas a fim de analisar como era mostrada essa notícia, não tendo havido no entanto alteração cenográfica. Pelas razões já referidas, no que diz respeito à TVI, as datas mencionadas são as que foi possível identificar nos documentos consultados.

fortemente marcada pelo trabalho de Tomás Taveira, autor desse cenário³⁸. O cenário foi sofrendo pequenas mutações 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/mezanino no piso superior³⁹, em que a mutação mais evidente era a mesa do pivô (imags. 266, 268, 270). Esta duplicidade de espaços nunca foi aproveitada, na opinião do seu autor (Entrevista: 27 Janeiro 2010)⁴⁰. 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 (imags. 267, 272 a 277)⁴¹. Sem uma regra aparente, alternava a apresentação por um ou dois pivôs, rodeados dos elementos acima descritos: logótipo da estação, pictograma⁴², 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 diferentes dos da concorrência (em 1995 e 1997, imgs. 65 a 79), 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,

³⁸ Tomás Taveira concebeu os cenários da SIC até finais de 1990 e colaborou depois com a TVI durante 10 anos, a convite de José Eduardo Moniz.

³⁹ As fotografias que servem aqui de ilustração aos cenários da TVI foram cedidas pela estação de Queluz, entre as pesquisas possíveis no Youtube, às quais não podemos atribuir a plena veracidade. O novo estúdio da TVI foi concebido de raiz nas novas instalações em Queluz-de-Baixo (inicialmente a TVI funcionava no antigo Cinema Berna, em Lisboa).

⁴⁰ Tomás Taveira menciona o dinamismo que pretendia dar àquela organização através de uma multiplicidade de informações e uma multiplicidade de espaços, através da alternância de emissão entre vários pontos do estúdio e sobre vários assuntos, mas que a TVI deixou cair em prol das emissões apenas com o pivô na mesa.

⁴¹ O grafismo foi analisado com base em vídeos visionados no Youtube, de que se extraíram ‘frames’ que constituem parte do Anexo 1.

⁴² Destas, destaca-se o pictograma que indicava a sequência das notícias numa antecipação da informação e onde podia ler-se “agora, depois, a seguir” e que não foi possível identificar nas nossas pesquisas mas apenas na nossa memória enquanto espectadores.

acrescentaram-se alguns dos elementos tecnológicos usados pela SIC (ecrãs), porém com muito menos destaque. O tratamento dos elementos gráficos assume uma clara importância e um papel determinante na criação duma 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 semicircular que contorna um globo terrestre rodeado de ecrãs. O pictograma passa agora a ser apresentado à esquerda (imgs. 67, 72). Um videowall à direita dá ainda a possibilidade de mudar o cenário por detrás do pivô.

Esta mutação evidencia a transição para a *Era do Marketing* em que a programação está submetida aos estudos de mercado e indicadores de audiências, no novo contexto de concorrência. 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 meia⁴³ (Polainas, Entrevista: 16 Janeiro 2008). Diversificam-se os planos de composição da imagem. 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 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 as quais vão espreitando alguns tímidos apontamentos noticiosos mais sérios. (p. 490)

Em 1997, “para contrariar este efeito de erosão” (Santos, 2002:96), a SIC renova os seus cenários informativos⁴⁴ (imgs. 157 a 173). No *Jornal da Noite*, é sobretudo a

⁴³ 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.

⁴⁴ “O cenário incluía *displays* de informação ao lado e por detrás do pivô, com informação suplementar, o que criou a imagem de marca do canal. Ainda não era um ecrã idêntico ao das múltiplas

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 ecrã ao lado do pivô).

Em 2000 (imags. 80 a 87) há uma nova mudança da RTP, com intervenção de arquitecto da BBC (Polainas, Entrevista: 29 Setembro 2009), com uma mesa oval cinzenta ao centro sobre um estrado com caixa de luz, e focos de luzes laranjas sob o tampo da mesa. Os *desktops* dão lugar aos computadores portáteis e os grafismos, incluindo o pictograma, aparecem enquadrados em cor laranja. Atrás do pivô, uma parede de *vidis*, onde é apresentada em permanência uma vista da Ponte Vasco da Gama. À esquerda da mesa, onde se senta o pivô de Desporto são visíveis as colunas luminosas a azul e uma parede com ecrã incorporado. Introduce-se, ocasionalmente, a apresentação em pé (img. 87). Este cenário apresentava várias limitações: a mesa fora concebida apenas para o pivô e não se coadunava à apresentação de convidados e mesmo o comentador desportivo, situado no topo esquerdo aparecia deslocado; a imagem da Ponte em tempo real colocava o problema da imagem e da luz natural (nas emissões de Verão aparecia com sol o que chocava com o horário de 20h do *Telejornal*). Apesar do ambiente quase teatral conferido pelos focos de cores quentes, este cenário apresenta-se mais sóbrio e rígido, com menos possibilidades de planos de composição de imagem.

A RTP enfrenta o desafio da inovação e, já no século XXI, em 2002, (imags. 88 a 104), muda para um cenário bem próximo do actual. 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, com o apoio de inúmeros dispositivos (ecrãs, internet) a ajudar às temáticas mais complexas, e na gravação em plano geral a mostrar toda a redacção e estúdio. Multiplicam-se os planos com pequenos *travellings*. A mesa do pivô é uma das grandes inovações, já que pode rodar a 180 graus, permitindo uma maior variação de planos e de cenários de fundo.

Nos grafismos, surge o rodapé ou *ticker*, importando-se uma prática de canais estrangeiros de informação. É nesta altura que ocorre a concentração dos

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).

departamentos de imagem gráfica e cenografia num trabalho conjunto para um novo estúdio e uma nova imagem da RTP e do *Telejornal*.

Os jornais contêm mais movimentos de câmara, diversos planos de filmagem, e vêm a sua duração prolongar-se de uma hora até hora e meia, com início às 20h00. Os grafismos, como o pictograma, passam a ser indispensáveis e a apresentação em pé para assuntos de maior pertinência é também habitual.

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 pivôs, cenógrafos e arquitectos entre as várias estações.

Em relação à SIC, Silva (Entrevista: 17 Abril 2008) fala em “época Rangel” e “pós-Rangel”⁴⁵, com a entrada de Alcides Vieira para a direcção de Informação e o termo da colaboração de Tomás Taveira. Importava haver aqui uma demarcação da imagem anterior, com uma nova cenografia⁴⁶: sem se fechar a vista sobre a redacção com um *videowall* onde podem ver-se inúmeros canais em simultâneo (imgs. 176 a 189), esta ferramenta serve de apoio às grandes reportagens⁴⁷. Regista-se aqui a introdução de um grafismo novo com utilização do rodapé em tons de vermelho e roxo (imgs. 178 a 183), renovado em 2005 (img. 197). Em 2004 a mesa sofre alterações (img. 194) com a introdução de um globo giratório, renovando-se ainda em 2005 (img. 195, 196) revestindo-se de luzes azuis.

A penúltima alteração física da estação pública, data de 31 de Março de 2004, quando 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 (imgs. 105 a 122).

⁴⁵ Emídio Rangel foi director-geral da SIC, ocupando o mesmo cargo na RTP a partir de 2001.

⁴⁶ Eduarda Silva assume com Agostinho Ribeiro, a autoria deste novo cenário.

⁴⁷ Faria (Entrevista: 18 Fevereiro 2009) argumenta para si a co-autoria deste modelo em que o pivô transmite para a redacção, passando a palavra ao repórter que, numa espécie de palco elevado por um feixe de luzes, aponta para a *vidiwall* onde constam números, gráficos e imagens sobre determinado assunto.

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”⁴⁸.

Inicia-se o uso do virtual em notícias de grande impacto, em que o pivô apresenta as notícias de pé, num espaço redaccional pensado de raiz, onde podiam eliminar-se os obstáculos arquitectónicos encontrados no edifício da Avenida 5 de Outubro (Carvalho, Entrevista: 17 Fevereiro 2009). Continua a usar-se a mesa giratória que assume um papel central pelas potencialidades técnicas que permitem uma maior versatilidade de planos. O décor com tijolos falsos quer transmitir a ideia de *fábrica de notícias*.

Em reacção, a 20 de Fevereiro de 2006, a SIC apresenta o *Jornal da Noite* com cenário remodelado. Abandonam-se os ecrãs e a SIC entrega-se ao virtual⁴⁹ e ao *chroma key*⁵⁰ num estúdio com a janela para a redacção fechada (imgs. 198 a 222). 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 pivô. 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, conforme menciona Duarte⁵¹ (Entrevista: 26 Junho 2008). Ao longo da permanência deste

⁴⁸ Recuperado em 2008, Março 13, de <http://www.rtp.pt/wportal/grupo/instalacoes4.htm>

⁴⁹ Uma primeira experiência de cenografia virtual é feita pela SIC em 1997, aquando da emissão especial das eleições autárquicas (Santos, 2002).

⁵⁰ Ver glossário.

⁵¹ 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.

cenário, a investigação através do sítio Youtube, indica um grafismo que mantém o rodapé e a tonalidade roxa (img. 198).

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 atractividade junto 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 pivôs e *repesca-se* a abertura da janela para a redacção (imgs. 223 a 242), dispositivo cénico que marcara a imagem da SIC. 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 Fevereiro 2007). Este tipo de jornalismo apoiado nas novas tecnologias e preocupado com a estética é uma das formas de apostar na qualidade, de acordo com Becker (2008).

Esta transformação cenográfica 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 jornalistas. Mexe ainda com os elementos gráficos que foram reduzidos em tamanho e em quantidade, como é o caso do *ticker* (Duarte, Entrevista: 26 Junho 2008). 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). 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 pivô, alguns barris virtuais⁵². Trata-se mais de um elemento ilustrativo do que informativo e de uma tecnologia 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 pivô 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 (Feio, 2008, Maio 28): 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 de 2008, o aspecto da redacção e o background do *Telejornal* mudam. Com um aspecto futurista, a RTP aposta numa mesa imponente e de design vanguardista (imgs. 123 a 135). A reorganização do espaço estendeu-se também ao lugar ocupado por cada pessoa: criou-se o *newsdesk*, um centro de decisão onde se sentam os responsáveis pelas várias estações da RTP e decisores editoriais. A iluminação passa a ser mais cuidada, tendo em linha de conta o ambiente, ao usar luzes frias (que diminuem a temperatura ambiente) e com tonalidades que alternam com a altura da emissão: manhã, tarde (laranjas) e noite (azuis).

Por último, a TVI, a celebrar a tão anunciada inauguração de um canal de notícias na televisão por cabo⁵³, inaugura também um novo cenário (imgs. 285 a 296) após quase 10 anos de permanência do anterior, alterando o grafismo um ano depois, no primeiro aniversário do referido canal (imgs. 297 e 298).

A 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

⁵² Recuperado em 2008, Maio 3, de <http://sic.aeiou.pt/online/noticias>

⁵³ A TVI 24, inaugurada a 26 de Fevereiro de 2009.

telespectador seja mais pertinente e mais atractivo) através duma 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. A comunicação prima sobre a informação?

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”⁵⁴. 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 ou dos críticos e profissionais⁵⁵ de televisão) ou mesmo ajustes a problemas constatados pelos próprios profissionais 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

⁵⁴ Em período de monopólio rtipiano, havia os “mapas-tipo” recordados por Teves (Entrevista: 3 Abril 2008) e que ditavam a mudança dos cenários de dois em dois anos, Casimiro (Entrevista: 16 Abril 2008).

⁵⁵ 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.

foi constatado noutras áreas em que a cenografia assume a mesma importância (como as exposições em museus⁵⁶), 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 discriminação 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 deva permanecer secreta⁵⁷.

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?

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. Além de Warshaw, também Reese (1983), Drew e Grimes (1987), Grimes (1991), Moore, Burton e Myers (1996), e Bergen, Grimes e Potter (2005) direccionaram a sua atenção para a problemática da atenção e apreensão de informação nos media.

A cenografia da informação televisiva portuguesa no panorama audiovisual europeu

⁵⁶ 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.

⁵⁷ 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 mencionado por Polainas referindo-se a uma sua visita a estúdios de informação de uma televisão americana).

A cenografia da informação televisiva em Portugal apresenta, de algumas décadas para cá, uma tendência para a espectacularidade, investindo as principais televisões generalistas em estúdios de informação tecnológicos e com uma forte identidade conferida pela linha gráfica e cromática. Para além disso, os ecrãs dos jornais televisivos difundem uma diversidade de informação através de grafismos inseridos, textuais e icónicos. O recurso à cenografia virtual é a tendência do momento, reforçando o aspecto tecnológico dos jornais.

Esta tendência da cenografia inscreve-se numa estratégia concorrencial entre televisões públicas e privadas. A cenografia participa inteiramente da estratégia de captação de audiências e, neste sentido, aposta em factores identitários fortes. Será possível identificar aspectos especificamente nacionais na cenografia de informação televisiva portuguesa? A comparação com jornais televisivos de televisões generalistas do panorama audiovisual europeu procura identificar aspectos semelhantes ou pelo contrário diferentes e específicos que permitam comprovar uma especificidade da cenografia nacional. Foram seleccionados jornais de horário nobre da RTVE (Espanha), da France 2 (França) e da TSR (Suíça), jornais de expressão românica.

O Telediario da RTVE

O actual cenário das três edições diárias do *Telediario* está no ar desde 1 de Janeiro de 2008. A mudança está ligada, segundo o site⁵⁸ da Rádio Televisión Española (RTE) a um “projecto de renovação e modernização tecnológica dos informativos da TVE. Um processo posto em marcha em 2007 pela Corporação RTVE”, constituída em 15 de Janeiro de 2007. Os responsáveis atribuem-lhe as mais altas audiências dos canais generalistas espanhóis, desde início de 2007, após um período conturbado de quatro anos. Os objectivos passam por harmonizar e dar coesão aos programas informativos da estação. Numa análise ao novo cenário, genérico e jingle, diz-se que “produz uma sensação de maior profundidade (...) através de formas curvas” com o azul e branco a marcar a informação, com tem vindo a ser hábito desde sempre. Os elementos foram escolhidos para conferir uma maior compreensão da informação, bem como torná-la

⁵⁸ Recuperado em 2009, Novembro 20, de http://www.rtve.es/FRONT_SALA_PRENSA/?go=eacaa4148f48af89730076a6669df2169fcb5b71e1aa29da6b3326aee96788b15285818e75d89c4376379f92e5d0971e

mais atractiva: ecrãs, rótulos, luzes e gráficos. Quanto ao genérico, parte do quadrado para se multiplicar e formar o mapa mundo, à semelhança de um dos cenários dos anos 1990 do *Telejornal* da RTP, mostrando a possibilidade de contar tudo o que se passa no mundo. O novo logótipo do *Telediario*, com formas mais suaves, e toda a linha gráfica combinam com o elemento quadrado.

As cores usadas, à semelhança do canal público português, passam por três variedades do azul, associado desde sempre à informação, cada um atribuído a sua edição: manhã, tarde e noite. O jingle, “um som *high tech* com muito ritmo” aposta, em conjugação com o cenário, na simplicidade e modernidade.

A par desta informação oficial da estação, surgem algumas críticas⁵⁹. Primeiro, a surpresa causada por uma renovação que ocorre, normalmente, na mudança de temporada ou de direcção da estação. Não parece existir qualquer ligação e preocupação com a informação, não passando a mudança de “simples alteração cosmética”, mantendo a estrutura e apresentadores. O grafismo, dizem, parece tirado dos anos 1980, pouco ousado e já usado. O cenário propriamente dito é associado ao da cadeia de televisão francesa, TF2⁶⁰, “menos audazes” e com elementos desconcertantes que aparecem por detrás do pivô.

A estrutura do programa começa, após o genérico, com uma síntese do *Telediario* como se de um mini-jornal se tratasse (com estrutura pivô – peça noticiosa com declarações), chamado *Titulares*. Os grafismos passam pelo logótipo do programa (*TD*) e grandes títulos em fundo azul e letra branca. Aquando do aparecimento do pivô o ecrã aparece livre de grafismos. Estes apenas aparecem quando passa a peça noticiosa. A pivô passa a palavra a outro colega, após a síntese, passando à sinopse de Desporto e Cultura, com apresentação a regressar à pivô feminina. Atrás da apresentadora o cenário composto de janelas virtuais apresenta o mapa-mundo formado por pequenos quadrados em constante dinamismo, entre outras imagens dinâmicas entre as quais as imagens da peça apresentada. O lançamento de directos ocorre num ecrã de vidis do lado esquerdo imediatamente a seguir à mesa dos pivôs, permitindo mostrar o cenário, com a indicação de uma emissão em directo com o relógio por baixo. Ao longo de todo o programa são muitos os directos que ocorrem a

⁵⁹ Recuperado em 2009, Novembro 20, de <http://periodismoglobal.com/2008/01/02/lifting-en-los-telediarios-de-tvecoincide-con-el-proceso-de-modernizacion-y-renovacion-tecnologica-de-los-informativos-de-tve/>

⁶⁰ A designação correcta é France 2.

substituir as peças propriamente ditas. Este é um ponto de cor que se distingue do restante já que aparece a vermelho. A mesa tem uma forma sob o comprido e mostra um relógio digital à sua frente.

Aos 46 minutos segue-se a apresentação do desporto pelo pivô masculino, com destaque para a disputa entre Barcelona e Real Madrid a conjugar a metade das peças mostradas na secção de desporto. Uma curiosidade são as conversas algo informais entre os dois pivôs e a hora certa de duração do jornal, todos os dias.

O *Journal de France 2*

“*Le 20h*” ou *Le Journal de France 2*, são as expressões que designam o jornal televisivo de horário nobre da estação pública generalista francesa. *20h* é mesmo a designação actual. Pertencente ao grupo France Télévisions (designação de 2000), France 2⁶¹ herda da experiência e história do Canal 2 da RTF (1963-1964) e da ORTF (1964-1967) passando pela mais conhecida Antenne 2 (1975-1992). Rivaliza com o *Téléjournal* de TF1 (canal privatizado em 1987) em termos de audiências ou com o *19/20* da France 3 (de cariz mais nacional e regional), outro canal público do grupo France Télévisions⁶². O primeiro jornal televisivo é difundido em França a 29 de Junho de 1949, às 21 horas, sob a forma de comentário em directo de imagens. O apresentador aparece no ecrã apenas em 1954. Em 1964, o horário de difusão é fixado às 20h, e o estilo formal também.

Encontro fixo com os telespectadores todos os dias às 20h, o *20h* tem uma duração fixa de 30 minutos, em regra geral, e é apresentado por um único jornalista.

O cenário actualmente exibido está no ar desde Setembro de 2006, no seguimento de um trabalho profundo de transformação da imagem do grupo e de cada uma das televisões, com novos logótipos e novas cenografias. O estúdio de informação é específico à apresentação do jornal de *20h*, situado na cave do edifício France Télévisions⁶³. Nesta data, *O Journal de France 2* aparece com um novo décor, centrado na grande mesa e trabalhando “a profundidade, as perspectivas e os planos

⁶¹ Recuperado em 2010, Março 13, de http://fr.wikipedia.org/wiki/France_2.

⁶² Recuperado em 2010, Março 13, de http://fr.wikipedia.org/wiki/France_Télévisions.

⁶³ Recuperado em 2010, Março 13, de <http://www.inthemoodforcinema.com/archive/2010/01/16/inthemoodforcinema-dans-les-coulisses-de-france-2-et-du-jt-d.html>.

largos”⁶⁴, através dos acrílicos, do solo luminoso em caixa de luz, dos grafismos luminosos inseridos na borda da mesa a fim de conferir uma cenografia forte, no dizer do *chef-décorateur* Frank Felleman. Em Abril de 2008 dá-se uma nova mudança de imagem com o novo logótipo mais dinâmico, a marcar a passagem ao formato 16/9 e a difusão em rede TDT.

O *20h* abre com um genérico curto – 3 segundos - apenas o logo vermelho do 20h a aparecer e sair do lado esquerdo do ecrã, em grafismo transparente, com uma vista/plano geral do estúdio, terminando com grande plano sobre o pivô, cujo nome é inserido em grafismo na borda do tampo da mesa.

O estúdio é de forma quadrangular, com uma mesa central quadrangular em vidro, sobre pé de inox. As paredes com ecrãs de televisão em caixilharia azul, colunas brancas. As tonalidades dominantes são os azuis e o branco reforçadas pelas transparências dos acrílicos.

O *Journal* é apresentado por um único pivô que recebe por vezes um convidado. Os planos de estúdio são, regra geral o grande plano sobre o pivô ao centro da imagem, e quase sempre um plano fixo. Únicos grafismos: o logótipo da estação no canto inferior direito e os títulos das peças ou nomes de entrevistados, o que confere uma imagem “limpa” durante toda a transmissão do noticiário.

Por detrás do pivô, do lado direito do pivô, está um grande ecrã que funciona como uma janela para o mundo através da projecção de imagens e do lançamento de directos com enviado especial. Neste caso, através dum plano alargado vê-se parte da mesa, o pivô e por detrás o enviado especial em grande plano.

Após a abertura é lançada uma sequência dos títulos em imagens, com grafismo em letras brancas sobre linha vermelha a dois terços inferior da imagem, durante cerca de 1’30”, regressando sobre grande plano do pivô, o mesmo se passando para a apresentação de cada peça.

Journal de la TSR

O *Journal de la TSR* é o jornal televisivo quotidiano da Télé Suisse Romande, televisão suíça de expressão francesa pertencente ao grupo público suíço de televisão. Fundada em 1954, atravessa várias imagens corporativas para assumir uma nova

⁶⁴ Staal, F. (2006). *Les coulisses du décor du journal de France 2*. Recuperado em 2010, Março 13, de <http://www.tuner.be>.

transformação em 2006⁶⁵, com novo logótipo, novas cores destacando-se o vermelho do ‘S’ (de Suíça) do novo logótipo e a passagem ao digital.

O *Téléjournal* de horário nobre é também designado pelo *Journal de 19:30* dado que é emitido a essa hora. Difundido a partir de 1954, o jornal é inicialmente realizado em Zurich sob a forma de bloco de imagens comentadas em cada uma das três línguas oficiais suíças. A 1 de Janeiro de 1982 o jornal é finalmente transferido para Genebra, e em 1985 criado o Studio 5 que acolherá o TJ até 2001. Nesta data, no âmbito do projecto “Actu 2000”, verifica-se uma profunda transformação, passando os jornais televisivos a ser digitais mudando de cenário, de linha gráfica, de estúdio e de sala de redacção⁶⁶. Em 2006 dá-se uma nova mudança de nome e igualmente de cenário e de genérico.

Tal como o seu nome indica, o *Journal* passa todos os dias às 19:30 e tem uma duração de 30 minutos.

O genérico inicial, com duração de 14 segundos, é a constituição dinâmica dum planisfério com as cores dominantes do logótipo - o branco, o cinza e o vermelho – terminando com o planisfério e o ‘S’ a criar uma barra vertical de separação entre branco e branco e na qual é inscrito o nome do jornal. O planisfério estilizado está presente no fundo do estúdio por vezes com dinamismo, num *vidiwall* por detrás do pivô. Estúdio fechado, com cenário em U aberto em torno da mesa da pivô.

Após o genérico, abertura sobre pivô em plano largo, fixo, com o nome inserido em grafismo a letras brancas sobre barra horizontal vermelha. O logótipo da estação, o relógio e “Le Journal” aparecem no canto inferior direito do ecrã e sempre em todos os planos estúdio. Início do *Journal* com os títulos em imagens com locução do pivô durante 1’20, regressando a plano estúdio. Alternância entre plano estúdio e peças noticiosas. Ausência de pictograma, apenas uma vez aparece um grafismo, em todo o ecrã para situar localização geográfica num mapa da Suíça.

À parte estes grafismos, de referir apenas os títulos das peças e dos entrevistados a branco sobre barra vermelha. A passagem para enviado especial é feita em *two way*, vendo-se atrás o planisfério em fundo cinzento.

⁶⁵ Recuperado em 2010, Março 13, de http://fr.wikipedia.org/wiki/Télévision_suisse_romande.

⁶⁶ Recuperado em 2010, Março 13, de http://fr.wikipedia.org/wiki/Le_T%C3%A9l%C3%A9journal_de_la_T%C3%A9l%C3%A9vision_Suisse_Romande.

A mesa branca e arredondada com tampo transparente com friso de *leds* sob o tampo, aparece brevemente num plano estúdio com entrevistado à esquerda do pivô, havendo alternância de planos fixos com os dois intervenientes, plano largo fixo sobre o entrevistado e plano largo fixo sobre o pivô. No plano com entrevistado vê-se como background um *vidiwall* onde desfila imagem de planisfério estilizado. Na mesa estão fixados dois microfones, um para cada interveniente.

Nas edições de fim-de-semana, o *Journal* é apresentado por dupla de apresentadores, homem e mulher os quais passam a palavra um ao outro conferindo dinâmica à apresentação das notícias.

O fundo do planisfério estilizado em tons de cinza evoca alguns cenários dos anos 1980, retomando um dos símbolos da informação largamente utilizados. A sobriedade do cenário e a formalidade do estilo de apresentação conferem uma imagem de algum classicismo, à qual o vermelho dos grafismos e o dinamismo do *vidiwall* aportam alguma contemporaneidade. A discrição dos meios tecnológicos envolvidos acentua a sobriedade do cenário.

Análise comparada

Esta análise dos jornais televisivos de três televisões generalistas europeias de expressão românica, permite salientar alguns pontos em comum. O *Journal* de France 2 revela um estúdio formal e sóbrio e reservado à transmissão objectiva da informação, com a presença da tecnologia limitada ao ecrã e alguns grafismos. Assegura assim uma imagem institucional generalista e pública, destinada a um largo público. Assemelha-se em parte ao estilo e ao cenário do jornal televisivo da homóloga espanhola. O *Journal* da TSR apresenta igualmente uma imagem sóbria e discreta, distinguindo-se dos outros dois pelas tonalidades quentes do genérico e dos grafismos e pelo dinamismo dos *vidiwalls*. A representação do planisfério contrasta também com os *backgrounds* mais abstractos das televisões espanhola e francesa.

Os planos são semelhantes entre todas: planos largos sobre o pivô, situado ao centro da imagem e são quase sempre planos fixos. O ecrã apresenta-se geralmente despojado de grafismos, à excepção dos estritamente necessários: o título da peça ou a identificação de intervenientes. Outra constante é a duração fixada a 30 minutos.

Um ponto comum a todas é o próprio estúdio, espaço fechado e reservado apenas à transmissão do jornal, não se adivinhando nenhuma actividade exterior.

Podemos assim constatar uma série de elementos que apresentam grandes diferenças face ao *Telejornal* e ao *Jornal da Noite* do panorama português: aqui os estúdios partilham o espaço com a redacção, seja num *open space* (caso da RTP) ou através de uma vista para a redacção através de janelas envidraçadas (SIC e TVI). Estes estúdios pululam de materiais e tecnologias evidenciando o investimento nas últimas tendências cenográficas.

Os planos são mais dinâmicos, alternando entre plano largo sobre o pivô, plano geral do estúdio e do background, *travelings* e movimentos de câmara durante a transmissão da notícia pelo pivô, ou para marcar a transição entre peças. A diversidade é dada também pelos ângulos de captação de imagem e a posição do pivô. O ecrã apresenta mais informação sendo de destacar os rodapés com difusão de informação sem relação com a peça noticiosa do momento e os *tickers*. Usa-se o pictograma repetidas vezes, com imagem fixa ou em movimento. As tonalidades dos cenários são variadas, reforçadas por iluminação com cambiantes de cor.

O recurso ao *chroma key* e à cenografia virtual distingue definitivamente os cenários informativos portugueses dos das suas congéneres europeias, acrescentando *layers* de informação e reforçando uma informação-espectáculo. A duração dos jornais televisivos portugueses oscila entre uma hora e uma hora e meia, separadas por um intervalo publicitário, constituindo mais uma diferença face às estações europeias. Os planos estúdio alternam com apresentação de peças noticiosas, e com separadores que fazem antevisão do que vem a seguir no jornal. A apresentação é feita por um ou dois pivôs sendo também frequente a presença de comentadores e de convidados, sentados à mesa ou em espaço próprio. Os pivôs utilizam microfones de lapela.

Esta descrição dos jornais televisivos portugueses permite evidenciar o contraste com os jornais das suas congéneres europeias: ao contrario do estilo formal e sóbrio, os jornais portugueses apresentam características próximas do espectáculo, numa emissão concebida como um grande momento de informação num estúdio/redacção de grandes dimensões que torna a transmissão do noticiário um momento espectacular.

3. Os jornalistas como elemento cenográfico – efeitos na profissão

Como vimos anteriormente, as novas tecnologias passam a reforçar o investimento de meios para transmitir notícias, envolvidas pelo cenário e grafismo electrónico para “tornar a informação o mais atraente possível” (Lopes, 1999: 83). Diz Lopes (2008: 26-7) que “há quem considere que a evolução tecnológica tem vindo a colocar-nos diante de imagens de elevado grau de construção e, simultaneamente, demasiado afastadas da realidade, exigindo daqueles que as olham uma aprendizagem de códigos que podem ser de grande complexidade.” Há já algum tempo que os investigadores da área da Comunicação têm vindo a debruçar-se sobre o supra-investimento na tecnologia e a utilização de “informação-choque” para cativar audiências (Brandão, 2005:129).

A crescente *tecnologização* dos estúdios de informação e, no caso português, a integração da redacção – ambiente de trabalho dos jornalistas – no estúdio de transmissão do noticiário, imprimem transformações tangíveis no quotidiano dos profissionais da informação. Os jornalistas passam, desta forma, a fazer parte de um cenário onde impera a tecnologia, onde a temperatura ambiente é uma tentativa de balanço entre o calor gerado pelas várias máquinas do estúdio (como grelhas de luz e plasmas) e o ar condicionado, havendo oscilações bruscas ao longo do dia que podem pôr em risco a saúde dos profissionais.

A construção destes estúdios com ausência de janelas e de luz natural, pode também ser motivo de algum desconforto proporcional ao número de horas passadas nesse ambiente artificial, podendo levar a uma possível diminuição da natural interacção entre os profissionais. Esta interacção, nomeadamente conversação oral, poderá ser

condicionada pela possibilidade de ser gravado algum ruído de fundo, apesar de toda a tecnologia envolvida nos estúdios para o evitar⁶⁷.

O desconforto dos jornalistas pode ser ainda verificado quando integram um estúdio completamente virtual, ou onde a técnica de *chroma key* está (omni)presente, devendo interagir com elementos não-visíveis. Veja-se o exemplo da tecnologia de ponta da CNN, em que um directo de Chicago foi feito por uma repórter presente em holograma, aquando das eleições presidenciais norte-americanas. Este desconforto estende-se ainda aos convidados em estúdio, menos habituados com este tipo de *cenário verde*.

A complementar tudo isto, estão ainda os factores que podem derivar do uso de grafismos nos jornais televisivos. Estas consequências passam por reenquadramentos na composição das imagens, a limitação de movimentos do pivô, devido à redução do espaço do ecrã pela inserção dos títulos, rodapés e pictogramas. No entanto, este formato parece ter sucesso entre as camadas mais jovens e está para ficar (McClellan & Kerschbaumer, 2001). Este é, certamente, o resultado da adaptação da televisão à interactividade da internet e ao estilo de vida dos telespectadores, mas também à incapacidade de tratar toda a informação através de peças, recorrendo-se aos rodapés para aumentar a difusão noticiosa. Os directores de informação dizem não pretender que toda a informação seja absorvida, mas que cada parte se dedique a uma situação específica. Por exemplo, os títulos e rodapés são destinados aos espectadores que se encontram em sítios ruidosos permitindo assim difundir informação escrita complementar. No entanto, outros estarão nas suas casas e são confrontados com esses mesmos grafismos, cujo efeito pode ser distractivo em detrimento da peça noticiosa.

Novo desafio: a multiplicidade de espaços cenografados deve ser rentabilizada, logo, mostrada ao espectador. Isso implica o aumento e diversificação de planos usados e sua alternância ao longo dos jornais televisivos, imprimindo dinamismo e exigindo maior acção ao pivô. Assim, o pivô vai redefinindo a sua posição, conforme as indicações do realizador, abdicando da *comfort zone* dada pela mesa aquando das apresentações em pé, cada vez mais usuais. O desempenho do pivô actual está bem longe do dos primeiros apresentadores dos anos 1950.

⁶⁷ Nomeadamente os microfones direccionais nos postos de trabalho e os microfones de lapela nos pivôs.

Os novos desafios da cenografia passam ainda pela introdução da tecnologia HD e do formato 16:9 que, decerto, trarão uma nova onda de alterações aos estúdios/redacções das televisões.

Assiste-se, assim, a alterações de fundo na cenografia de informação televisiva, passando-se duma actividade de carácter artesanal⁶⁸ e espacial para uma realidade cada vez mais tecnológica e centrada na imagem, em que “os cenógrafos, diante da transformação por que passa este meio, (...) enfrentam a concorrência dos vídeo-designers” (Cardoso, 2002). Mas a preferência pelas novas tecnologias explica-se pela diminuição de custos que envolve.

O cenário virtual (...) vem resolver o problema da área física do estúdio que, em algumas emissoras, se apresenta como empecilho para os cenógrafos, além de se mostrar mais prático e rápido no momento da criação, produção, manutenção, transporte, instalação e armazenamento, acrescido a isto, o menor custo com material e mão de obra. (Cardoso, 2002).

Brandão (2005: 155) recorre a Mar de Fontcuberta para referir o facto de “frequentemente os meios substituírem a importância dos conteúdos pela preocupação obsessiva com a apresentação desses conteúdos”. Ou seja de uma primazia da forma sobre o conteúdo. No entanto, é ainda desconhecido se estas alterações têm ou não efeitos sobre o exercício da profissão jornalística. Podemos apenas constatar que a necessária especialização e consequente diversificação dos profissionais envolvidos na concepção destes cenários virtuais torna mais complexa a produção equilibrada do produto final.

Para medir o impacto destes aspectos sobre os jornalistas, dois grandes tipos de implicações centraram a nossa atenção: 1) condições de trabalho ambientais e profissionais; 2) implicações para a produção, apresentação e recepção da informação, para isso foi desenvolvida uma investigação com a utilização de três técnicas metodológicas:

- **Inquérito**⁶⁹ nas redacções da RTP Lisboa e SIC Lisboa para avaliar de que

⁶⁸ No sentido de fabricação *in situ* dos elementos concebidos pelos diferentes profissionais implicados.

⁶⁹ Inquérito individual e anónimo, aplicado a todos os jornalistas e repórteres de imagem presentes nas redacções durante um dia de trabalho. Na RTP foi distribuído pela nossa equipa e na SIC com ajuda das administrativas da estação, resultando numa recolha de representação quase total. Lembramos que

forma estes elementos cenográficos interferem na qualidade do ambiente de trabalho, nos procedimentos e nas rotinas diárias de produção de informação

- **Entrevistas** com os pivôs: da RTP, José Alberto Carvalho e João Adelino Faria; da SIC foram entrevistados Maria João Ruela, Luís Costa Ribas, Conceição Lino e Clara de Sousa; da TVI concederam entrevista Manuela Moura Guedes, Júlio Magalhães e Pedro Pinto⁷⁰. Estas entrevistas de tipo semi-directivo e questões abertas visavam obter as vivências destes profissionais nestes (novos) espaços de produção de notícias, permitindo aprofundar aspectos apenas enunciados nos inquéritos.
- **Observação**, Afim de observar o ambiente de trabalho redaccional e avaliar o impacto da redacção como espaço cenografado no trabalho dos profissionais de informação (jornalistas e repórteres de imagem) foi realizado um registo audiovisual (filmagem) de um dia de trabalho na redacção⁷¹. Estas filmagens permitiram observar em detalhe o ambiente da redacção/estúdio, nomeadamente a evolução das ambiências luminosas e sonoras ao longo do dia, e também os comportamentos e desempenho dos profissionais, quer nas posições que ocupam no espaço, quer nas interacções entre jornalistas e destes com outros técnicos de estúdio⁷².

A aceitação dos inquéritos, entrevistas e observação foi no geral bastante positiva, sobretudo quando foram explicados os objectivos, e suscitou algumas conversas e comentários interessantes. O inquérito foi prontamente apelidado de “o inquérito do ar condicionado”, levando a crer em antecipação que esse seria um dos principais

não houve resposta da parte da TVI para este inquérito; os pivôs desta estação que nos concederam entrevista fizeram-no a título individual. Cf. Anexo 2.

⁷⁰ Os restantes pivôs actuais não acederam conceder-nos uma entrevista. De referir que a maioria dos pivôs e jornalistas já ter passado pelas três televisões pelo que é frequente nas entrevistas compararem as vivências em cada uma das televisões onde trabalharam.

⁷¹ No dia 30 de Setembro de 2009, realizou-se esse levantamento na redacção/estúdio da RTP, no período das 11h às 23h30, a fim de cobrir o ambiente redaccional ao longo do dia de preparação do *Telejornal*, durante e após a emissão do noticiário. Tendo sido um dia de transmissão directa de jogo de futebol, com a segunda parte do *Telejornal* a ir para o ar no final do jogo, a captação audiovisual prolongou-se até essa hora.

⁷² Foram realizados dois tipos de filmagem: 1) filmagem com câmara de mão de vários aspectos/ângulos do estúdio e redacção, com especial incidência para as interacções entre os profissionais presentes na redacção (entre jornalistas, entre jornalistas e técnicos de estúdio, com a régie...) e para detalhes do cenário ou da montagem de dispositivos; 2) filmagem em câmara fixa, situada na varanda/mezanino, com plano geral da redacção/estúdio, com captação permanente de uma frame por cada 30 segundos. O objectivo era ter uma leitura contínua dos fluxos e comportamentos.

problemas da redacção da RTP.

Análise e discussão dos resultados

Conforme referimos anteriormente o primeiro *focus* da nossa atenção ligava-se com as implicações das alterações cenográficas sobre o exercício da profissão jornalística no que se refere às condições de trabalho ambientais e profissionais.

Assim, o inquérito começou por incidir na preferência dos jornalistas por redacções partilhadas com o espaço do pivô ou isoladas, e na análise comparativa de qual redacção – RTP, SIC ou TVI – oferecia uma situação mais propícia ao trabalho jornalístico. Em seguida, tratava da organização da redacção em geral, bem como uma caracterização específica, entre outros aspectos, das condições de produção de notícias, espaço individual de trabalho, articulação entre profissionais e com a régie, qualidade ambiental derivada do uso de ar condicionado, etc. As respostas eram dadas em escala de “concordância” com afirmações, de 1 (não concordo) a 4 (concordo plenamente). Na terceira parte, pediam-se os dados pessoais dos participantes, a formação e a experiência profissional.

Ao todo foram inquiridos 135 sujeitos, 82 da RTP e 53 da SIC, entre jornalistas e repórteres de imagem, com idades compreendidas entre os 23 e os 69 anos. A média geral é de 39 anos sendo maior o número de jornalistas entre os 31 e os 40 anos. Os jornalistas da SIC apresentam uma média de 35 anos de idade para os 42 da RTP: a SIC tem maioria entre os 31 e os 40 anos e a RTP entre os 41 e os 50 anos.

Existem mais homens (51,9%) do que mulheres, mas esta relação é modificada na análise isolada das redacções, dado que na SIC as mulheres (54,7%) prevalecem sobre o número de homens.

Habilitações literárias e experiência dos jornalistas televisivos

Olhando as habilitações literárias e os anos de experiência dos jornalistas (tabelas 2 e 3) verifica-se que cerca de 79,1% dos jornalistas possui uma graduação superior, e que a Comunicação Social, como seria de esperar, prevalece sobre os restantes campos de formação, 73% no geral..

Habilitações	RTP (%)	SIC (%)	Geral (%)
Secundário	16,0	18,9	17,2
Superior	79,0	79,2	79,1
Outra	2,5	1,9	2,2
Profissional	2,5	0	1,5
Comunicação	64,9	83,7	73,0
Outra	35,1	16,3	27,0

Tabela 2: Habilitações literárias dos inquiridos

Dos jornalistas inquiridos, 51,1% têm entre 7 a 16 anos de experiência em televisão, 32,3% têm 17 ou mais anos de experiência e 16,5% apenas vão até 6 anos de experiência.

Experiência	RTP (%)	SIC (%)	Geral (%)
1 a 6 anos	5	34	16,5
7 a 16 anos	51,3	50,9	51,1
17 ou mais	43,8	15,1	32,3

Tabela 3: Experiência profissional dos inquiridos em televisão

Podemos assim verificar que o grupo de jornalistas televisivos apresentam em média uma experiência profissional significativa, mais significativa na RTP pela sua mais longa história, e com uma qualificação académica superior generalizada, mais significativa na SIC por englobar pessoas mais novas que acompanharam a tendência geral portuguesa, registada nos últimos anos, de frequência do ensino superior.

Preferência por estilo de redacção

Voltando o nosso olhar para as preferências de redacção desta amostra, era imperativo questionar que tipo de redacção era preferida pelos jornalistas: partilhada com o estúdio (em modelo *open space* ou com janela para a redacção) ou com a redacção independente do estúdio. Aparentemente, e a confirmar o que foi afirmado durante as entrevistas, existe uma certa preferência pela redacção partilhada com o estúdio (60,7%), verificando-se ainda uma percentagem significativa que prefere retroceder ao tempo das redacções isoladas dos estúdios onde era gravado o jornal (39,3%). Esta diferença é menor na SIC (54,7%) e maior na RTP (64,6%), explicada certamente

pelo facto de na RTP se tratar realmente dum *open space*, enquanto que na SIC existe uma separação entre o estúdio e a redacção pela janela.

Tipo de redacção	Televisões (%)		Geral (%)
	RTP	SIC	
Independente do estúdio	35,4	45,3	39,3
Partilhada com o estúdio	64,6	54,7	60,7

Tabela 4: Preferência de tipo de redacção por TV e geral

Os profissionais dos 31 aos 40 anos são os que mais preferem a redacção independente do estúdio (41,8%) e, curiosamente, dos mais velhos, 72,7% preferem este novo modelo com redacção partilhada. Tomando em conta a experiência dos jornalistas, a percentagem mais alta (69,8%) para a preferência da redacção partilhada vai para os jornalistas mais experientes (17 ou mais anos de experiência), enquanto a preferência do antigo modelo de redacção (44,1%) está do lado dos jornalistas com experiência entre 7 a 16 anos. Os homens (65,7%) têm mais preferência pelo modelo actual do que as mulheres (54,7%). A nível de formação, ambos os grupos com secundário e superior têm maior percentagem do lado do modelo actual, mas os jornalistas que têm o ensino secundário apresentam uma percentagem ligeiramente superior (69,6%) à dos que têm o ensino superior (61,3%). Todos os profissionais que têm outra formação, entre os quais os que têm formação profissional, escolheram a redacção “à moda antiga”.

Tipo de redacção	Idade (%)				Anos de experiência (%)			Habilitações literárias (%)				Género (%)	
	23 a 30	31 a 40	41 a 50	50 ou +	1 a 6	6 a 16	17 ou +	Sec.	Sup.	Out.	Prof.	Masc.	Fem.
Independente do estúdio	40	40,9	44,1	30,2	41,8	38,8	27,3	30,4	38,7	100	100	34,3	45,3
Partilhada com o estúdio	60	59,1	55,9	69,8	58,2	61,2	72,7	69,6	61,3	0	0	65,7	54,7

Tabela 5: Preferência de tipo de redacção por idade, experiência, habilitações e género

Entre as três redacções dos canais generalistas, os jornalistas entenderam que a ideal para um bom desempenho profissional era, sem surpresas, a sua. Mas na SIC há uma percentagem maior que prefere a RTP (23,4%) do que os da RTP que preferem a SIC (8,8%).

Os jornalistas mais jovens preferem a SIC (88,9%) e os profissionais com mais de 31 anos preferem a RTP. Os menos experientes preferem a SIC e os mais experientes preferem a RTP. Onde há menos diferença entre a maioria da RTP é nos jornalistas com formação superior. Há também uma diferença maior entre a opinião dos homens e das mulheres, já que os primeiros têm uma percentagem maior a preferir a RTP (68,3%) do que as mulheres (54,9%).

Inquiridos sobre a influência da redacção como cenografia no seu trabalho, no geral, respondem que ‘nunca’ ou ‘raramente’ existe influência negativa, perfazendo assim uma maioria de 56,3%. De qualquer modo, existe uma minoria significativa a dizer que essa influência ocorre ‘às vezes’, ‘frequentemente’ e ‘muito frequentemente’ (43,7%). Se por outro lado considerarmos que ‘raramente’ e ‘às vezes’ exprimem uma opinião próxima, temos uma maioria significativa a reconhecer uma influência real do ambiente cenografado no trabalho jornalístico (62,9%).

Influência da redacção	Televisões (%)		Geral (%)
	RTP	SIC	
Nunca	23,2	18,9	21,5
Raramente	31,7	39,6	34,8
Às vezes	28,0	28,3	28,1
Frequentemente	8,5	9,4	8,9
Muito frequentemente	8,5	3,8	6,7

Tabela 6: Influência negativa da redacção no trabalho, por TV e geral

Numa escala de 1 (muito negativa) a 5 (muito positiva), os jornalistas classificaram a organização da sua redacção positivamente (média de 3,33 para os homens e 3,44 para as mulheres). Na análise por canal televisivo, os jornalistas da RTP foram os que classificaram menos positivamente a sua redacção, com uma média de 3,37 seguidos dos da SIC com uma média de 3,41. Os valores, com diferenças pouco significativas, apontam para uma classificação ligeiramente positiva. Não há diferenças entre os

grupos etários, as habilitações dos jornalistas e a experiência profissional nesta classificação. No entanto, o grupo com ensino superior apresentou uma satisfação superior (3,46) ao grupo que apenas tem o ensino secundário ou profissional, o mesmo se verificando para os jornalistas com menos experiência (3,68) e mais jovens (3,58).

A perspectiva dos jornalistas

As últimas transformações das televisões a nível de cenários de informação dos programas de horário nobre deixam para trás antigas metodologias de trabalho, antigas tecnologias, mas trazem novos desafios e novas barreiras, da perspectiva de quem os usa: os jornalistas.

As implicações apresentam-se a vários níveis para os jornalistas, a saber nas condições de trabalho, na qualidade da informação produzida e na sua articulação com outros profissionais.

Nesse sentido, estruturámos a análise e apresentação dos resultados de acordo com essas dimensões.

Condições de trabalho

Em resultado das reorganizações das redacções, estas têm vindo a transformar-se cada vez mais em espaços *orgânicos* que têm mutações ao longo do dia. Variam entre o agradável e o desagradável, entre o perfeito e o intolerável. As condições de trabalho não são fixas e ao longo do dia, e consoante o tipo de trabalho que está a ser feito, há alterações que são vividas de forma muito diferente.

O inquérito (resultados apresentados na tabela 7) e as entrevistas realizadas permitiram concluir que a regulação do ar condicionado a par da falta de luz natural e do ruído ambiente são os aspectos mais criticados. Este último, foi referido como factor perturbador do desempenho dos profissionais, nomeadamente na RTP, tendo em conta que a sonorização das peças é feita no posto de trabalho de cada um através de um microfone direccional que, ainda assim, pode captar ruído ambiente, tanto dos outros jornalistas como dos pivôs que estão a fazer o *Telejornal*.

As relações interpessoais de colegas são igualmente apontadas como factor influenciado por esta nova dinâmica pois “reflectem níveis de tensão maiores do que

num espaço convencional”, nomeadamente pelo “aumento do número de testemunhas” num espaço aberto⁷³.

Da análise da tabela 7 podemos verificar que a opinião geral é positiva face às condições de trabalho, se bem que as condições na SIC sejam consideradas ligeiramente superiores. As diferenças entre os vários grupos não são significativas excepto no caso do ar condicionado excessivo que apresenta uma diferença de género, dado que as mulheres consideram-no de forma ainda mais negativa que os homens.

	Idade				Experiência profissional			Habilitações literárias		TV		Género	
	23 a 30	31 a 40	41 a 50	50 ou +	1 a 6	7 a 16	17 ou +	Sec./Prof.	Sup.	RTP	SIC	M	F
Melhora espaço individual de trabalho	2,9	2,75	2,49	2,64	3,14	2,6	2,58	2,54	2,71	2,57	2,81	2,61	2,73
Ergonomia da redacção não é adequada	2,55	2,96	3,15	3	2,55	3,05	3,05	3,04	2,95	3	2,92	3,04	2,87
Intensidade da luz e ecrãs é equilibrada	3,2	2,8	2,66	3,43	3,14	2,8	2,76	2,83	2,85	2,77	2,96	2,9	2,8
Ar condicionado é excessivo	3,85	3,8	3,8	3,09	3,86	3,76	3,63	3,61	3,77	3,74	3,75	3,54*	3,98*
Ruído ambiente provoca distracção	2,55*	3,25	3,61*	3	2,73	3,31	3,44	3,32	3,25	3,65	2,66	3,21	3,31
Ausência de janelas pouco motivante	4,5	4,47	4,41	4,18	4,45	4,5	4,26	4,25	4,48	4,33	4,58	4,36*	4,5*
Aparecer no ecrã condiciona comportamento	2,6	2,98	2,76	2,45	2,41	2,97	2,72	2,68	2,84	2,74	2,89	2,84	2,78

Tabela 7: Grau de concordância com os efeitos sobre as condições de trabalho segundo idade, experiência dos inquiridos, habilitações, estação TV e género. (valores entre 1-discordância completa e 5- total concordância) * Sig. p<0.05

⁷³ Comentários acrescentados por alguns inquiridos no final do questionário.

Olhando agora as condições de trabalho a partir do ponto de vista dos pivôs, lembramos que na última renovação de cenário na RTP, a 6 de Dezembro de 2008, a mesa assumiu um papel ainda mais importante. Concebida como uma só peça, de formas orgânicas para lhe dar um ar mais leve, houve aqui uma preocupação de lhe conferir funcionalidade, ao pensar no espaço destinado aos joelhos, pedais do teleponto, impressora e microfone e luzes embutidos para eliminar fios soltos. Esta adequação não parece contudo encaixar-se em todas as ocasiões.

No que se refere ao cenário da SIC, Conceição Lino aponta o pouco espaço destinado à área da cadeira, que pode causar uma queda no degrau por detrás dela. Além disso, a altura da mesa parece levantar alguns problemas às pivôs Conceição Lino e Maria João Ruela por terem necessidade de colocar almofadas para estarem elevadas, acabando a primeira por ficar com os pés suspensos e a segunda por precisar de um apoio para o pé.

Júlio Magalhães, refere o mesmo problema das mesas que “tornaram-se mais difíceis porque umas pessoas são mais altas, outras são mais baixas e eu tenho dificuldades às vezes em pôr as pernas debaixo da mesa porque tem coisas onde o computador encaixa e vejo-me atrapalhado”. Esta questão da adequação da mesa vem adicionar-se à actual complexificação da tarefa do pivô. Ainda segundo Magalhães “hoje sou eu que dou ao pedal ao teleponto, tenho dois computadores, tenho as televisões da concorrência ligadas à minha mesa, portanto estamos a fazer o jornal e a ver em simultâneo os jornais da concorrência. E isso implica uma desconcentração maior, às vezes, na apresentação das notícias. Porque às vezes estou preocupado com o pedal, com a perna que não consigo meter, com o computador, com os papéis.”

A iluminação é destacada por João Adelino Faria como um dos elementos mais negativos da televisão portuguesa, por entender que está desadequada, muitas vezes, ao programa em questão. Na RTP, garante que há já uma maior preocupação dos técnicos em conseguir adaptá-la adequadamente. Também assim o pensam Conceição Lino, Maria João Ruela e Manuela Moura Guedes, no que toca à desadequação da iluminação, que sugerem uma iluminação tratada de pessoa para pessoa por ser absolutamente fundamental.

Qualidade da informação

No que se refere às implicações das mudanças cenográficas para a informação, inquirimos os jornalistas quanto ao seu efeito na qualidade, facilidade e complexidade da informação produzida. Conforme se pode verificar da leitura da tabela 8, existe uma percepção generalizada de que estas alterações ajudaram a uma produção de notícias mais fácil e que melhora a qualidade de informação.

	Idade				Experiência prof.			Habilitações literárias		TV		Género	
	23 a 30	31 a 40	41 a 50	50 ou +	1 a 6	7 a 16	17 ou +	Sec./Prof.	Sup.	RTP	SIC	M	F
Produção de notícias mais fácil	3,68	3,44	3,49	3	3,8	3,31	3,61	3,41	3,48	3,33	3,67	3,42	3,52
Melhora a qualidade de informação produzida	3,45	3,4	3,82	3,23	3,68	3,27	3,44	3,39	3,38	3,43	3,3	3,4	3,35
Cadeia de produção de notícias mais complexa	2,42	2,56	2,57	2,8	2,33	2,6	2,64	2,93*	2,47*	2,56	2,57	2,67	2,41

Tabela 8: Grau de concordância com os efeitos sobre a qualidade, a facilidade e complexidade da informação segundo idade, experiência dos inquiridos, habilitações, estação TV e género (valores entre 1-discordância completa e 5- total concordância) * Sig. p<0.05

Contudo, a partir da observação que realizamos e das entrevistas aos pivôs verifica-se que a realidade é mais complexa no que se refere aos efeitos da mudança cenográfica sobre a informação e que poderiam ser sintetizados em três grandes dilemas ou desafios para o jornalismo:

- 1) Da mais fácil produção de notícias a uma apresentação mais difícil destas ou será que os jornalistas televisivos do futuro terão de ser actores;
- 2) A montra tecnológica e os efeitos sobre a percepção da informação ou será que os jornalistas conseguirão o equilíbrio entre a sedução dos *gadgets* tecnológicos e imagem de modernidade e o seu efeito na compreensão da informação;
- 3) A incorporação pelos jornalistas da metáfora da transparência ou como conciliar a metáfora da transparência com a convicção que estamos a ser

transparentes na informação.

1) Da mais fácil produção de notícias a uma apresentação mais difícil destas ou será que os jornalistas televisivos do futuro terão de ser actores

Se nos Estados Unidos da América, os pivôs já adoptaram a apresentação em pé há algum tempo (Roglán & Equiza, 1996), dando um dinamismo maior à figura do apresentador, em Portugal tal aconteceu apenas por volta do virar do milénio. O pivô, José Alberto Carvalho, confirma a maior exigência do trabalho actualmente, com a apresentação em pé e o maior número de *gadgets*, mas que, muitas vezes, são colmatadas pelas inovações tecnológicas ao serviço da informação televisiva, já que a “televisão é uma montra tecnológica”. As limitações parecem-lhe evidentes, tais como os planos vantajosos à boa comunicação, que privilegiam os grafismos em 3D, como é o caso da SIC.

Do lado da SIC, a pivô Clara de Sousa discorda da associação que é feita entre este tipo de apresentação e o entretenimento, que cataloga de “visão redutora e passadista” reforçando que “os novos equipamentos digitais e virtuais permitem criar cenários que servem para reforçar a mensagem que é dita pelos pivôs”, num “jornalismo que evolui encontrando melhores caminhos para comunicar com um público que se distrai ou dispersa cada vez mais.” Estas projecções virtuais parecem não incomodar os jornalistas, que apenas têm de se colocar onde o realizador pede, como conta Ruela ao falar dessa “imagem diferente, que se usou mais no início para marcar um bocadinho a diferença”. Na perspectiva de Conceição Lino, não existe um pivô que fique bem em pé na apresentação com virtual pois pode ser um elemento distractivo e menos eficaz a nível comunicativo e “a imagem das pessoas quando há *chroma* piora”. Mas ainda assim, será mais exigente porque “um pivô simples que lance a peça (...) tem de adaptar a sua escrita a um cenário que também transmite informação, para não cair no erro de ser repetitivo”, para transmitir a mensagem com naturalidade “mesmo que esteja a olhar para um ecrã verde”, conforme explica Clara de Sousa.

Além disso, Conceição Lino admite que, por vezes, a apresentação em pé, aliada ao uso do virtual pode parecer um pouco forçada, “por força das circunstâncias do jornal ter aquele modelo, a dada altura estamos a inventar que aquilo tem de lá estar e pode não estar e pode não ser absolutamente essencial”. Maria João Ruela também não é adepta da apresentação em pé pela exigência do vestuário. O fundo em *chroma* onde lançam os números e os directos já gerou confusões relativamente aos profissionais

que lá aparecem, sendo que o plasma onde aparece o produto final não pode ser espreitado por arruinar o jogo de olhares com o público. É essencialmente quando existem números a explicar, que se usa este modelo, explica, referindo que se trata de um complemento à informação ao qual nem todos os jornalistas se adequam.

Manuela Moura Guedes é da mesma opinião, considerando que a apresentação em pé se justifica apenas “quando há coisas para mostrar, se o pivô tiver que se movimentar para vários sítios do estúdio”, enquanto que num formato tradicional de jornal, “as peças vêm a seguir a um pivô e a única coisa que ele tem de fazer, normalmente, é lançá-las. E, portanto, porque não sentado? Sentado é uma atitude que inspira alguma tranquilidade e que não faz cansar as pessoas que estão em casa.”

A existência de convidados é mais uma preocupação com o cenário da SIC, ou seja, a porta da régie que está em background, do lado direito da janela sobre a redacção, e que tem de ser fechada para não se ver o “buraco”, explica Ruela. O mais recente pivô da RTP, João Adelino Faria, evidencia a distinção entre as duas estações, sendo que a pública dá mais importância ao cenário físico, o que permite ao espectador identificar mais facilmente o programa que está no ar. Em concordância estão Maria João Ruela e Conceição Lino: esta diz que “o não ter elementos físicos, o ser uma coisa demasiado plástica pode atrapalhar a comunicação”⁷⁴. Nesse sentido, também a pivô semanal da SIC, Clara de Sousa, confirma essa noção de identidade que o cenário confere, sendo os grafismos um complemento da informação. Essa especificidade da cenografia da informação “é tão importante como um logótipo”⁷⁵, conta Faria. Já o Director de Informação e pivô da RTP assegura que “é necessária uma adaptação psicológica, do ponto de vista da atitude perante as coisas, uma vez que é preciso interagir com pessoas que não estão lá”⁷⁶, quando se refere ao uso do virtual e dos painéis verdes, ou “naturalização da falsidade” como lhe chama Conceição Lino. Numa analogia com o eliminar dos fios que ditavam o fixar de microfones e outros instrumentos, o jornalista José Alberto Carvalho confessa que se estão a “cortar estes cordões umbilicais”, assumindo que “todos podemos fazer um exercício criativo

⁷⁴ Aqui a pivô enumera o plano médio como o mais eficaz para a comunicação, sem quais quer outros elementos que distraiam a comunicação.

⁷⁵ Isto “porque é identificação de estação, identificação de canal, identificação até de editorial, se quisermos aprumar muito isto.”

⁷⁶ In Silveiro, P. (2006). O jornalista enquanto actor. *Politecnia*, 12, 43. Recuperado em 2007, Novembro 18, de <http://www.ipl.pt/politecnia/n12/NovoeInteressante.pdf>.

muito mais abrangente e a partir do zero do que fazíamos antes”.

É graças a toda esta tecnologia que o jornalismo é hoje mais claro para o espectador, já que permite uma melhor explicação de factos ou números, grafismos esses justificados com a maior sede de informação, concordam Clara de Sousa e Conceição Lino. O colega da estação, Luís Costa Ribas, assume-se como o utilizador mais frequente da tecnologia virtual por esta possibilitar a explicação de situações em que não há imagens, como acidentes de viação ou imagens do espaço. Este tipo de grafismo permite descobrir novas linguagens de televisão que decorrem dos meios tecnológicos à disposição, permitindo descodificar assuntos mais complexos, explica o repórter sénior da SIC, lamentando a dificuldade em utilizar duas pessoas em interacção no espaço dedicado ao virtual, com bons resultados. O repórter afirma que “quando se diz que uma imagem vale mais do que mil palavras, isso mais do que nunca é verdade, hoje em dia, nesta nova era com tantas capacidades”, mas que representam uma tentação de produzir o equivalente ao “papagaio do pirata”. Ou seja, não se trata de um enfeite mas de “um elemento integral da informação”.

Júlio Magalhães, pivô e actual director de informação da TVI, refere que o recurso a estas tecnologias “torna a informação mais espectacular. E isso é uma das críticas que se tem feito muito nestes anos à televisão, é que a informação se tornou um espectáculo televisivo” devido à estratégia concorrencial e “o pivô deixou de ser a figura central da informação”.

A pivô semanal do *Jornal da Noite*, Clara de Sousa, revela as primeiras dificuldades sentidas na adaptação ao novo cenário da SIC que implicam um período de testes a anteceder a primeira emissão “com novos cenários e com novos formatos”, opinião partilhada por Conceição Lino. Já Manuela Moura Guedes afirma que “as transformações são sobretudo importantes para o telespectador, não são tão grandes para um pivô”. De todos os cenários pelos quais passou, Clara de Sousa diz preferir os interactivos “que fluem como flui a informação”, como o que hoje está no ar que, em termos cenográficos foi o seu maior desafio, pela exigência de concentração. “Neste momento Homem e Máquina trabalham em conjunto para melhorar a informação, para a tornar mais clara, mais explicativa”, conta. Mas o virtual obriga também à deslocação constante da mesa para o local de apresentação em pé, que pode ser problemático quando apenas um pivô está a apresentar o *Jornal da Noite*. É mais exigente mas também “estimulante” para Conceição Lino. Maria João Ruela coaduna a opinião da colega quando diz que o jornalismo se tornou mais exigente “em termos

do espaço em que se movimenta no jornal”.

2) A montra tecnológica e os efeitos sobre a percepção da informação ou será que os jornalistas conseguirão o equilíbrio entre a sedução dos gadgets tecnológicos e imagem de modernidade e o seu efeito na compreensão da informação

O actual director de informação da RTP, por seu turno, não dissocia cada cenário da “corrente estética predominante na altura” e da “tecnologia disponível” ou da “linguagem do discurso público”, por exemplo, numa alusão à formalidade do país que se traduz na formalidade aplicada aos cenários.

A complementar a leveza do cenário, José Alberto Carvalho refere que o grafismo, sustentado nas transparências, foi trabalhado numa “lógica de *layers* em que as coisas se sobrepõem umas às outras sem que anulem por completo aquilo que está por baixo”. Mas João Adelino Faria confirma a limitação de movimentos que causam quando o pivô está a apresentar o jornal. Tendo em conta o efeito nos telespectadores, José Alberto Carvalho não nega a impossibilidade de toda esta informação ser absorvida por quem vê o *Telejornal*, admitindo não ser esse o objectivo, mas sim o de atingir vários espectadores que vêem o programa em sítios distintos. Conceição Lino vê a necessidade de um elemento explicativo da notícia, mas acha que são sempre elementos distractivos, “porque quando estamos a ler não estamos a ouvir”. Mas, explica, o espectador já não iria reagir bem a um ecrã limpo por estar já habituado. Além destes aspectos, o grafismo “vem complexificar mais o processo de pôr uma notícia no ar, sem dúvida nenhuma”, mas esclarece um telespectador que apanhe a notícia a meio. Esta opinião é partilhada por Luís Costa Ribas. Sobre as frases que colocam a sintetizar a notícia, o jornalista diz que são as “mais completas e mais bem feitas de qualquer jornal na televisão”, que estão por conta dos *line producers*. Essas frases podem destinar-se a espectadores que estejam em ambientes ruidosos, ajudando assim a fidelizar a audiência. Mas o jornalista refuta a ideia de existirem ecrãs “muito *busy*”, pois pode dificultar a boa comunicação. Acaba por concordar com João Adelino Faria quando aponta a limitação de planos que pode ser causada pelo grafismo e de menor mobilidade das câmaras por conta do espaço do virtual, pedindo uma maior flexibilidade do mesmo. Tudo isto são lições a tomar para a próxima alteração.

Magalhães reconhece que “há informação a mais nos ecrãs”, nomeadamente “as janelas e bolachas que nos põem ao lado, que são absolutamente dispensáveis”. Segundo o pivô, “há uma informação que é essencial para quem está a ver que é a do pivô, e há outra para quem está em sítios públicos que é o *ticker*”. Na TVI a redacção do *ticker* é feita por equipa autónoma, que recolhe “informações de todos os sítios, inclusive dos jornais, da Lusa etc”, o que faz com que “o *ticker*, além de ser a informação do canal, é também um jornal próprio que tem outro tipo de informações que a TVI não está a passar”.

O *ticker* foi já eliminado na SIC e RTP, já “que podia ter um efeito distractivo em relação ao essencial”, segundo Clara de Sousa. De acordo com o José Alberto Carvalho, este é um dos elementos que veio por contaminação da internet num processo constante de “hibridismo entre a internet e a televisão”⁷⁷. Este grafismo sempre mereceu um comentário negativo da parte de João Adelino Faria e Maria João Ruela por acharem que não faz sentido existir numa televisão generalista, mas sim num canal de notícias. Além disso, o pivô da RTP afirma que os ecrãs devem ser o mais limpos possível para acolher a possibilidade de lhe acrescentar elementos físicos como o plasma ou o videowall. Ligado ao grafismo está também a cor que, na sua opinião, deve ser a menor possível num canal de notícias e um pouco mais colorida num generalista. Existe um impacto indubitável destes novos grafismos no jornalismo: os repórteres de imagem já não têm a mesma liberdade de recolha de imagem de outros tempos por terem de contar com a inserção de grafismos nas imagens recolhidas. Além deste aspecto, Ruela refere as dificuldades sentidas quando vão buscar peças antigas, às quais acrescentam barras negras no fundo para poder colocar os grafismos sem que estes “comam” a imagem. Estas frases representam mais uma tarefa para o jornalista que pode, contudo, deixar a tarefa para os *line producers*. Estes, escrevem as frases que não estão feitas e revêem as que já o estão de modo a criar uniformidade, corrigir erros ou encurtar frases demasiado longas.

3) A incorporação pelos jornalistas da metáfora da transparência ou como conciliar a metáfora da transparência com a convicção que estamos a ser transparentes na informação.

⁷⁷ Na estação pública, o movimento deste elemento foi reduzido a uma frase cujo comprimento ocupa o ecrã e roda verticalmente.

Quando se fala nas mudanças que o jornalismo sofreu no seguimento de todas estas adaptações, José Alberto Carvalho defende que na televisão devem estar completamente integradas a estética, a tecnologia e a função. Diz ainda que as recentes mudanças vão no sentido de um “maior exercício de transparência”, transmitindo-se o “frenesim” da redacção, e evidencia a tendência dos responsáveis pelos cenários quererem colocar pessoas nos elementos cénicos. Tendo em conta o horário a que os programas são emitidos, e de modo a ter sempre profissionais em *background*, foi efectuado um reposicionamento dos jornalistas com a criação, em 2008, do *newsdesk*, ou seja, um centro de decisão situado por detrás do espaço do pivô, onde se sentam “todas as pessoas que exercem funções de decisão editorial e de produção”, em redor do qual se distribuem os postos de trabalho dos jornalistas por temáticas. A tendência futura a nível redaccional é a de se continuar num espaço de partilha entre todos os jornalistas e não uma tendência individualista de encerrar cada um em seu cubículo. “Mais importante do que os cargos das pessoas ou do sítio onde elas se sentam é de permitir, neste tipo de organização, haver um espaço de partilha da decisão”, explica. Este *newsdesk* foi cenografado com leds de luz branca e elevado numa caixa de luz para lhe dar “um ar de leveza e levitação”.

Curiosamente, também a SIC procedeu a uma readaptação muito semelhante da redacção, em 2007, designada *intake*, pensada para acolher os profissionais que detêm o poder de decisão. Maria João Ruela fala da última reorganização de modo a servir de cenário e um “tipo de organização interna própria” e que, em termos de produtividade permitiu otimizar os meios e recursos da redacção de modo a “produzir mais, com as mesmas pessoas”.

Por detrás da mesa do pivô, a redacção funciona à vista do espectador. “Fica clara a intenção dos realizadores dos programas de jornalismo televisual de dar maior credibilidade ao evento expondo a transparência da redacção” (Cardoso, 2004). A reflexão deste autor brasileiro é partilhada por alguns pivôs portugueses. Relativamente à *transparência* entre o pivô e a redacção, modelo inaugurado pela SIC, José Alberto Carvalho retoma os tempos iniciais da SIC “como quem diz: aqui não há nada a esconder” e que funciona até hoje ao ponto de ser ampliado ao modelo

open space da RTP⁷⁸. Na actual redacção/estúdio do *Telejornal*⁷⁹, em que “o espaço de apresentação é o espaço de trabalho” houve necessidade de “reforçar esse exercício de transparência até ao limite e isso implicou uma série de dificuldades”. Destas, destaca o maior cuidado estético com as secretárias que devem estar despojadas de casacos, malas, fotografias pessoais, garrafas de água, bem como o controlo de barulho num “país latino” onde “as pessoas têm tendência para falar alto”, como também confirma Conceição Lino, colmatado com microfones que envolvem maior tecnologia de modo a captar apenas o que devem. Daí que o pivô afirme que esta é uma “transparência controlada e preparada (...). Quando [algum elemento do cenário] está por acaso é porque houve mau trabalho de casa. Eu acho que não deve estar nada ali por acaso”.

Este aspecto é também criticado por Manuela Moura Guedes, defendendo a pivô que “uma redacção é uma coisa muito viva e, portanto, as pessoas não têm de estar caladas consoante o pivô está a falar ou não. E portanto, há que haver algum recato no estúdio que não há na redacção.” Defende a separação de vidro que existe na TVI entre o estúdio e a redacção para evitar interferências sonoras quando o jornal está no ar, mas aprecia o cenário com vista para a redacção por tornar visível o trabalho de equipa que está na origem do produto do jornal: “A ideia de que se dá é que há uma equipa inteira, uma redacção a trabalhar nas notícias (...) ali, ao momento, para que as notícias cheguem, para que os acontecimentos cheguem às pessoas.” Mais ainda, é um elemento “bom também para o pivô porque está acompanhado. É melhor do que estar isolado num estúdio”.

Aquando do aparecimento da SIC, tanto João Adelino Faria como Conceição Lino, explicam que a inovação da janela para a redacção causou vários efeitos, tanto de inibição como de desinibição dos jornalistas. Hoje em dia, já todos os profissionais parecem ter-se habituado e foi, inclusive, colocada na SIC uma divisória em acrílico para impedir que as pessoas, distraidamente, se aproximem demasiado da janela do estúdio para a redacção. Faria considera a possibilidade de essa mesma janela ter um efeito distractivo no telespectador, mas também um efeito explicativo que é o do

⁷⁸ Este modelo apresenta um espaço completamente aberto sem barreiras entre a área do pivô e a redacção, ao contrário da SIC que tem o espaço do pivô dentro de um estúdio separado ainda por um vidro.

⁷⁹ E de diversos outros programas de informação televisiva e radiofónica, por vezes gravados em simultâneo.

conceito de “fábrica de notícias”. Mas elogia o facto de se ter feito a régie da RTP para ser cenografada, o que implica um cuidado visual dos próprios trabalhadores⁸⁰.

Dos vários elementos tecnológicos da redacção/estúdio, João Adelino Faria afirma que o *touch screen* e o *vidiwall* estão subaproveitados e acrescenta a importância da sonoplastia⁸¹, ou seja, dos jingles dos jornais televisivos que devem ter um carácter forte.

A mesa da RTP foi rodeada de mais cor, por o seu director de informação entender que prende mais o olhar do telespectador. A par dos vermelhos e laranjas, José Alberto Carvalho recorreu ao habitual azul e ao branco, para trazer mais leveza ao cenário⁸². É precisamente o azul a cor que João Adelino Faria diz melhor funcionar em televisão. O director de informação da RTP anseia por um momento em que a apresentação sem mesa traduziria um exercício de transparência e de informalidade.

Sempre presente, um dos elementos característicos de qualquer cenário: o planisfério ou o globo, que “é um clássico, é o símbolo de poder” nas palavras do director de informação da RTP, que o liga à necessidade de dizer às pessoas onde estamos, a localização geográfica. “Quando a ambição é tratar de tudo, o ícone óbvio é o globo terrestre”.

A cenografia e a articulação dos jornalistas com outros profissionais

Uma das implicações das alterações da cenografia liga-se com a articulação entre jornalistas e destes com os outros profissionais em estúdio. Na Tabela 9 apresentam-se os resultados sobre a forma como os diferentes grupos (etários, de género, etc.) se posicionam perante as diferentes articulações. A articulação entre os próprios jornalistas foi o ponto mais positivo referido como resultado das alterações. De salientar contudo que os jornalistas da SIC apresentam de uma forma global valores de maior insatisfação com os processos de articulação com outros profissionais.

⁸⁰ De início, havia o normal desleixo por parte dos técnicos da régie de quem não está habituado a fazer parte do cenário, com os guarda-chuvas e sobretudo espalhados pela régie.

⁸¹ Embora não tendo sido abordada neste trabalho, a sonoplastia merece uma atenção crescente da cenografia, não só no genérico de início e de fim, mas também nos separadores ao longo do jornal televisivo.

⁸² Estes códigos cromáticos variam ao longo do dia, sendo mais quentes nas emissões de dia e mais frios (azuis) nas da noite).

É igualmente relevante, particularmente porque as diferenças entre grupos etários se apresentaram como estatisticamente significativas. Na verdade, os grupos mais jovens apresentam significativamente maior insatisfação com a articulação com a régie e com o estúdio. Uma possível explicação para esta situação pode resultar da falta de experiência com articulações anteriores.

No entanto, há um efeito mais negativo nestas novas condições físicas de trabalho que obrigam os jornalistas a uma maior concentração individual no trabalho, possivelmente por força de um ambiente mais ruidoso nas redacções actuais. Apesar desta evidência, não existe significância estatística na sua relação com a idade, formação ou experiência profissional dos jornalistas.

	Idade				Experiência prof.			Habilitações literárias		TV		Género	
	23 a 30	31 a 40	41 a 50	50 ou +	1 a 6	7 a 16	17 ou +	Sec./Prof.	Sup.	RTP	SIC	M	F
Facilita articulação entre profissionais	4	3,96	3,88	4	4,05	3,88	4,02	3,89	3,95	4,01	3,83	3,9	3,97
Melhor articulação com a régie	2,65*	3,64*	3,61*	4*	3,09*	3,44	3,86*	3,29	3,57	3,98	2,79	3,61	3,38
Facilita articulação com estúdio	2,9*	3,8*	3,71*	4,1*	3,18*	3,62	4*	3,5	3,7	4,05	3,04	3,75	3,53
Obriga a maior concentração individual no trabalho	2,8	3,56	3,49	3,36	2,95	3,47	3,51	3,25	3,44	3,66	3,02	3,41	3,39

Tabela 9: Grau de concordância com os efeitos sobre a articulação com outros profissionais segundo idade, experiência dos inquiridos, habilitações, estação TV e género. (valores entre 1 – discordância completa e 5 – total concordância) * Sig. $p < 0.05$

A opinião dos pivôs no que se refere aos processos de articulação prende-se essencialmente com o incentivo da colaboração no sentido de tomar em consideração a sua opinião.

João Adelino Faria realça esta transformação importante: hoje há a preocupação da parte dos autores dos cenários de procurar a opinião do pivô/jornalista sobre uma transformação e a “nível de comodidade e eficácia”, numa antítese da preocupação de

outros tempos apenas com a imagem que passava em detrimento da comodidade e funcionalidade. As conversas com o realizador para destacar momentos mais significativos do *Telejornal* também são uma constante. No entanto, os profissionais da SIC parecem não gozar deste privilégio já que, de acordo com Clara de Sousa, o último cenário do *Jornal da Noite* foi desenvolvido numa colaboração entre a direcção de informação, os criativos da estação e profissionais ligados à concepção cenográfica para estações internacionais. Tudo isto para valorizar determinadas rubricas a estrear com o cenário e o formato em dupla. “Depois de a coisa estar em marcha e de termos posto um jornal com um determinado modelo no ar, podem-se fazer pequenos ajustes, mas será difícil fazer alterações muito estruturais”, confessa Maria João Ruela. No entanto, as pequenas alterações possíveis no grafismo são resultantes da opinião dos jornalistas: Luís Costa Ribas deu indicação do tamanho pequeno das letras do grafismo, tendo em conta que grande parte da população portuguesa “vê mal”.

O mais recente pivô do *Telejornal* recorda os tempos na SIC Notícias, onde a exiguidade da secretária partilhada com a colega Ana Lourenço implicava situações em que o pivô tinha que se desviar enquanto esta estava a ser filmada para não aparecer no plano. A adaptação aos diferentes usos, como a recepção dos convidados de vários partidos, motivou João Adelino Faria a propor a alteração da última mesa da RTP. Enumera-lhe algumas limitações aquando da alternância de captação de planos que não foram previstos pelos autores cenográficos, prevendo a necessidade de reunião entre os vários intervenientes do programa aquando da concepção do cenário. Confessa que, na RTP, os novos modelos de cenário exigem uma maior concentração da sua parte, pelo movimento que gira à sua volta mas que, por conseguinte, consegue confirmar a teoria da redacção em movimento. Ao contrário de outros colegas, João Adelino Faria fica agradado com a possibilidade de ser gravado som ambiente nas peças⁸³. O pivô confessa ainda que o *open space* ainda é factor intimidatório para alguns colegas que se escusam de aparecer quando o plano do *Telejornal* é mais aberto, o que pode dar a sensação de uma redacção vazia que na realidade não o está. Já na SIC, Conceição Lino e Maria João Ruela confirmam esta falta de profissionais

⁸³ As peças noticiosas na RTP são montadas no computador de cada jornalista e, apesar de os microfones estarem direccionados para este tipo de tarefa, há sempre sons externos que são captados.

no cenário⁸⁴. A primeira revela ainda a existência de elementos perturbadores como garrafas ou casacos em cima das mesas, sem esconder que o modelo da janela para a redacção é o seu preferido. O facto de a redacção ser um “elemento vivo, em movimento” leva Clara de Sousa a justificar a sua presença no cenário.

Discussão e conclusão

A actual disposição das redacções como elemento cenográfico dos jornais televisivos tem vindo a ser utilizada desde o virar do milénio. A essência desta atitude pretende mostrar uma maior transparência, a verdadeira fábrica de notícias em directo. Mas a realidade desta alteração e os seus efeitos no exercício da profissão é bastante mais complexa do que inicialmente considerada.

Este capítulo teve como objectivo dar um panorama do efeito destas alterações nos jornalistas das redacções da RTP e da SIC, em Lisboa, tendo em conta os aspectos físicos daqueles espaços, as condições do ambiente redaccional e o efeito do directo sobre a informação.

Neste âmbito, quanto à envolvência do estúdio, José Alberto Carvalho confirma a influência dos painéis verdes do *chroma key* nos convidados e o possível “impacto na qualidade da comunicação que se obtém”, ou no stress causado tanto em pivôs como nos convidados. Mas não parece ser este o motivo que leva os responsáveis das estações a mudar um cenário informativo. Não parece existir uma razão óbvia pelas respostas dos pivôs da RTP. Na SIC, entende-se que a “cenografia também tem que integrar o conteúdo e a forma do produto informação a que está associado”. Luís Costa Ribas acrescenta ainda que “a cenografia e todo o ambiente gráfico do jornal faz parte do conteúdo daquele jornal. Há uma função editorial na cenografia (...), no grafismo. Tem que haver função editorial”. Além disso, “tem uma função de orientação do espectador, ajuda o espectador a seguir o itinerário que o alinhamento do jornal vai marcando”, explica. Um dos objectivos dos cenários é “seduzir e reforçar a mensagem, de acordo com o conteúdo e o público-alvo do programa”,

⁸⁴ Mesmo assim contam que as pessoas passam na merma naquela zona mas que não se sente grande impacto porque os pivôs duram pouco tempo (10-15 segundos) e o realizador avisa se houver necessidade de maior silêncio ou movimentos. No início, inclusive, ninguém parecia querer sentar-se nos lugares que apareciam.

evidencia José Alberto Carvalho.

A análise dos resultados dos inquéritos e dos testemunhos dos pivôs permitem-nos compreender a influência das redacções/estúdio no trabalho jornalístico actual em televisão. Depreende-se que a adaptação às novas condições de trabalho é feita progressivamente e em graus diferentes segundo as pessoas. Este novo contexto ambiental é tanto mais aceite quanto é reconhecida a necessidade de um espaço *artificializado* pelos imperativos cénicos e pelo recurso às novas tecnologias. É importante distinguir agora os diferentes factores abordados em três tipos:

- **Os ambientais**, que se prendem com os elementos do espaço físico e que podem de facto gerar um desconforto e ser entendidos como nocivos: a ausência de luz natural, o ar condicionado (e dificuldade/impossibilidade de regulação personalizada) e ausência de arejamento natural, a dificuldade de acesso a sanitários, o ruído ambiente (dos equipamentos e das pessoas), a dimensão e volume do espaço. Estes aspectos são criticados e, embora não tenham sido objectivamente medidos e avaliados neste trabalho, são elementos de desconforto numa situação de exposição continuada (natural num espaço de trabalho em que se permanece x horas/dia) e que devem ser controlados numa óptica de higiene e segurança no trabalho.

- **Os profissionais**, que dizem respeito aos elementos implicados no desempenho da profissão de jornalista como são o posto de trabalho (secretária, computador, equipamento técnico de montagem e sonorização de peças, telefone), a articulação com os colegas da editoria e da coordenação, a articulação com os outros técnicos, o acesso aos arquivos e outros documentos. A recente atribuição na RTP de um espaço de trabalho próprio/fixo a cada jornalista é referida como uma melhoria significativa das condições de trabalho que permite compensar outras dificuldades. A proximidade entre colegas, para além de alguns atritos que pode ocasionar, é sentida como a confirmação de uma cultura de redacção e facilita a troca de informações e a ajuda entre os profissionais. A recente reorganização da redacção (tanto na RTP como na SIC) parece ser unanimemente sentida como uma melhoria pela optimização das tarefas e das proximidades dos profissionais por temáticas, mesmo se é referida como inscrevendo-se numa lógica de optimização dos recursos.

- **Os televisivos e cénicos**, prendem-se com os elementos directamente ligados à especificidade do meio televisivo e ao facto de as redacções serem concebidas como elemento cénico do jornal televisivo, como décor, como sejam a disposição espacial dos postos de trabalho, os elementos decorativos, a disciplina na ausência de objectos pessoais nos postos de trabalho, a alteração dos níveis de iluminação e sonoros durante a emissão de programas (mais notórios na redacção *open space* da RTP), a presença de câmaras, microfones, projectores, a montagem e desmontagem de cenários ao longo do dia, a coabitação com outros profissionais televisivos (técnicos de estúdio, de iluminação, de régie). De referir que, ao contrário dos primeiros tempos da televisão, tanto na RTP como na SIC (e na TVI) os estúdios são estúdios de informação, ou seja única e exclusivamente dedicados à informação e por isso já profundamente concebidos e organizados com vista à emissão de programas informativos (distinguindo-se dos estúdios de produção). Este aspecto é determinante dado que se verificou uma contínua adaptação destes elementos televisivos ou cénicos aos elementos que definimos como profissionais, ou seja à especificidade do trabalho jornalístico. A preferência dos jornalistas por redacções partilhadas com estúdio de informação parece corroborar esta realidade dado que realça a vantagem de um espaço pensado para trabalhar em conjunto para um mesmo fim.

Este último aspecto permite compreender a importância que continua a ter o jornal televisivo no panorama informativo (mesmo face às novas plataformas informativas como a internet e as redes sociais), em que todo o contexto de produção da notícia (ambiental, profissional e televisivo) participa desde o primeiro momento na produção do produto final: a “missa” do jornal de horário nobre. Aspecto bem sintetizado na seguinte afirmação:

“Os informativos diários (noticiários ou telejornais e boletins de notícias) são a espinha dorsal da televisão informativa” (Roglán & Equiza, 1996: 106).

4. Audiências

Ao longo dos últimos 17 anos, assistimos a mudanças notórias nos programas informativos da televisão portuguesa quanto ao seu aspecto e estilo de apresentação. À semelhança das estações internacionais, os ecrãs estão agora preenchidos com diversos elementos gráficos, nomeadamente bolachas, *tickers* e títulos⁸⁵, gráficos em 3D e números, e um *background* onde funciona a redacção com grelhas de luz e monitores LCD, novas cores e designs. Alguns autores defendem que esta mudança se deveu a eventos como o ataque ao *World Trade Center* ou a guerra no Iraque (Josephson & Holmes, 2006 Março; 2008), que são assuntos complexos que precisam de explicação. A televisão por cabo e as estações de notícias 24 horas podem também influenciar esta mudança (Shaw, 2003). Olhando especificamente para o cenário televisivo português, podemos encontrar outra explicação: o fim de 35 anos de monopólio televisivo da RTP com o aparecimento das estações privadas SIC e TVI, em 1992 e 1993 respectivamente. O seu impacto sentiu-se nomeadamente na inovação no estilo da apresentação e na imagem corporativa. A inovação da SIC ao mostrar a redacção em funcionamento, a *janela para o mundo*, como foi apelidada, abriu um precedente ao revelar o verdadeiro laboratório de notícias, e utilizando cores mais quentes e fortes. Considerando a escolha de azuis e cinzentos da RTP e os primeiros anos de baixas audiências da TVI⁸⁶, a SIC fez realmente a diferença sendo a primeira estação privada europeia a ultrapassar a estação pública em *share* e audiências, logo em 1995, apenas três anos depois do lançamento. No virar do milénio, tanto a RTP como a TVI renderam-se ao conceito de *open space*, aos grafismos e à animação 3D.

Face a esta nova televisão, os espectadores lidam agora com a recepção de estímulos complexos e têm de processar informação através de várias camadas de conteúdos

⁸⁵ Ver Glossário.

⁸⁶ A TVI era propriedade da Igreja Católica de 1993 a 1999 (Costa e Silva, 2004), ano em que a Media Capital comprou a estação e começou a fazer uma verdadeira reviravolta conduzindo a TVI ao primeiro lugar nas audiências.

(gráficos e a imagem audiovisual tradicional), o que pode ou não ajudar a descodificar as mensagens.

Mas pouco sabemos das consequências destas transformações na atenção dos telespectadores e no processamento dos estímulos visual e auditivo. Nos últimos trinta anos, a distribuição de atenção foi estudada de diversos modos. Drew e Grimes (1987), Grimes (1991), Reese (1983, Agosto) e Fox (2004) focaram a sua investigação na redundância entre os canais auditivo e visual como factor de aumento de reconhecimento e retenção da informação⁸⁷. As conclusões genéricas, apoiadas na teoria de detecção de sinal, mostraram que a informação redundante entre, pelo menos, dois canais (auditivo e visual) melhora a aprendizagem e reconhecimento da informação. Podemos também apelar à teoria de detecção de sinal, que introduz a significância e o impacto de factores como a familiaridade, interesse e força da memória (Shapiro, *in* Fox: 2004, Outubro) no reconhecimento da informação.

Num contexto dissonante, por outro lado, o canal auditivo parece ser aquele que é central no recebimento da maior parte da atenção, para além de que as mensagens com alto teor de redundância são vistas como um único canal ou uma única unidade semântica pelo receptor e, logo, precisam de menos atenção (Grimes, 1991). Estes dados são importantes para se perceber como é complexa a situação de descodificação de informação multi-canal simultânea.

Focando-se no uso de grafismos nos programas noticiosos da televisão, destaca-se que a redundância interfere negativamente no processamento da informação. No entanto, este actual modelo de múltiplas mensagens, apesar de tornar mais difícil o processamento informativo, parece reunir a preferência, especialmente entre os jovens (Bergen, Grimes & Potter, 2005).

Broadbent (1958) sustenta que existe uma capacidade limitada de armazenamento de cada canal e a possibilidade humana de prestar atenção a apenas um canal de cada vez. A teoria do processamento paralelo explica as limitações da mente humana e que um processo de aprendizagem bem sucedido ocorre se a informação pictural e verbal forem complementares e ocorrerem em simultâneo na mente humana, evitando uma

⁸⁷ Reese (1983:4) definiu a redundância como “uma variável explicativa que considera a relação entre a informação em três canais: o auditivo, o não verbal pictural, e o visual-verbal impresso.” Isto pode ser aplicável à actual situação notada nas televisões portuguesas se considerarmos, respectivamente, a informação dita pelo pivô ou jornalista, as imagens constantes nos grafismos, os títulos e rodapés. O autor sugere ainda que a informação redundante deve ser também sincronizada entre canais.

sobrecarga de informação na memória visual e auditiva (Mayer & Moreno, 1998). Assim sendo, se existir uma situação de informação dissonante entre os canais, um dos canais vai ser preterido. Isto é o que pode acontecer nos programas noticiosos actuais, onde “mensagens distintas” podem ser apresentadas simultaneamente em diferentes pontos e formatos de um mesmo ecrã de televisão (Bergen, Grimes & Potter, 2005). No caso da publicidade, os espectadores prestam mais atenção a mensagens multi-canais, mas a assimilação de informação não tem resultados positivos, pelo que se aconselham os anúncios onde a informação se processará de forma integrada como se de um só canal perceptivo se tratasse (Warshaw, 1978).

Contudo, a pesquisa nesta área está longe de ter resultados concordantes (Moore, Burton & Myers, 1996), daí a necessidade de se prosseguir com a pesquisa sobre a informação televisiva e o seu sucesso no processo de aprendizagem dos telespectadores, já que os grafismos destes “estão aqui para ficar” (McClellan & Kershbaumer, 2001), e o fascínio pelos estúdios virtuais, mais baratos que os tradicionais, está a convencer os directores das estações televisivas (Cardoso, 2002).

O nosso contributo para a pesquisa nesta área conduz-nos à investigação sobre a recepção dos *media* baseada na tecnologia *eye tracking*. Esta permite-nos a detecção e gravação do movimento e percurso do olhar humano (Josephson & Holmes, 2008). Devido às características da tecnologia, nos últimos anos tem havido um claro crescimento no uso de *eye trackers* como um suporte para pesquisas bem conseguidas na Internet, televisão, publicidade e mesmo em contextos móveis (mobile).

Dos estudos feitos em diversos contextos, utilizando o equipamento *eye tracker* destacamos os seguintes:

- Em 2005, no contexto da *Web*, foi realizado um estudo para avaliar dois tipos de abordagem de interface para visualizar resultados de pesquisa, uma apresentada sob a forma de listas e outra sob a forma de tabelas (Rele & Duchowski, 2005). Ainda na *Web*, a Nielsen Norman Group (2006) desenvolveu um estudo sobre a atenção dos telespectadores para *banners online* (Duchowski, 2007). Em 2008, um estudo inovador procurou testar a capacidade de leitura de fontes com *serif* e *sans serif* no ecrã do computador (Josephson, 2008). Finalmente, de referir que Nielsen e Pernice (2010) se tornaram autores de referência neste campo, estudaram a usabilidade na *Web* recorrendo à tecnologia *eye tracking*, tendo definido 2503 *guidelines* de usabilidade para sites ao longo de 16 anos de pesquisa.

- A técnica de *eye tracking* também tem sido utilizada para estudos em

ambientes móveis: Drewes, Luca & Schmidt, (2007) investigaram como o olhar pode ser utilizado para controlar aplicações em telemóveis.

- No contexto televisivo, existem várias pesquisas relatadas. Muitos desses estudos estão preocupados com o impacto da publicidade e dos anúncios comerciais, como por exemplo nas transmissões televisivas dos jogos de futebol da *FIFA World Cup Germany 2006* (Duchovski, 2007). Em 2008 foi realizado outro estudo, no qual foram analisados treze minutos de um espectáculo e onze projectos de conteúdos (Brasel & Gips, 2008). Finalmente, e mais especificamente num noticiário televisivo, foi realizada uma experiência em 2008, utilizando tecnologia de *eye tracking*, para analisar a percepção visual e auditiva de três notícias da televisão pública norte-americana (Josephson & Holmes, 2006).

Estes vários estudos provaram que esta é uma tecnologia poderosa num tipo de investigação ligado à televisão e à tentativa de perceber a influência da composição visual no processo de descodificação da mensagem transmitida nas notícias televisivas. Estes estudos dão-nos, por isso, algumas pistas sobre a distribuição da atenção. Brasel e Gips (2008) mostram que os telespectadores dirigem a sua atenção e o seu olhar para a zona central do ecrã, de um modo geral. No que respeita às notícias de televisão, os títulos ajudam a recordar a informação mas também podem distrair os espectadores de outros pontos das notícias; já o rodapé rouba atenção do resto do ecrã mas não diminui a memória da perspectiva geral das notícias. Assim, “as teorias de processamento paralelo podem ser usadas para prever o que acontece no processamento de informação” com os actuais ecrãs de televisão (Josephson & Holmes, 2006:161; 2008:404). Começamos por assumir que estes grafismos influenciam a distribuição da atenção visual e de recepção de informação no ecrã e podem ainda interferir na recepção da informação pela modalidade auditiva.

Partição da atenção e memória do telespectador

Abordagem Metodológica

Com o objectivo de testar empiricamente estas teorias no cenário dos canais abertos da televisão portuguesa, foi realizada uma pesquisa comparativa sobre o efeito do ambiente cenográfico dos três noticiários portugueses de horário nobre (*Telejornal*, *Jornal da Noite* e *Jornal Nacional*). Foram apresentados excertos (três minutos) de cada jornal televisivo a vários grupos de alunos⁸⁸ do curso de Ciências da Comunicação da Universidade do Porto.

Cada um desses excertos continha três notícias, sendo uma comum aos três noticiários. Tratava-se de uma notícia sobre educação e política (instituição do Dia do Diploma) que, quer pelo seu carácter episódico, quer pelo tempo decorrido entre o acontecido (Setembro de 2008) e a sua apresentação aos alunos (Julho de 2009), oferecia características de potencial desconhecimento para os alunos. Olhando a distribuição de alunos, 45 visionaram o excerto do *Telejornal*, 49 o do *Jornal da Noite* e 24 o do *Jornal Nacional*.

Os três canais apresentam importantes diferenças do espaço cénico de notícias, quer no que se refere às cores predominantes, quer no que se refere à profusão de elementos gráficos no ecrã. Conforme referimos anteriormente, a presença de alguns destes elementos é produtora de processos de redundância de informação ou de dissonância. Apresenta-se em seguida uma breve descrição dos elementos presentes no ecrã no momento de emissão da notícia partilhada entre os vários noticiários.

No excerto da RTP, aquando da apresentação da notícia sobre o Dia do Diploma, o ecrã apresenta os logótipos da estação e do *Telejornal* com o horário incorporado. Atrás do pivô, ligeiramente posicionado à esquerda e num plano próximo, pode ver-se um *vidiwall* com uma imagem alusiva à educação a substituir o pictograma, normalmente usada pela RTP quando se divulgam notícias sobre esta temática. No terço inferior pode ver-se a redacção em funcionamento. A completar os elementos gráficos, existe um rodapé fixo, com rotação vertical, o qual, relativamente à informação dada pelo pivô, sobre a qual os alunos foram inquiridos, não apresentava

⁸⁸ Inquiriram-se ao todo 118 alunos (24,6% rapazes e 75,4% raparigas), com idades compreendidas entre os 17 e os 25 anos.

qualquer informação redundante. Possivelmente, aquando do visionamento do excerto da peça que seguiu o pivô, existiam dois títulos com informação central e que podem ter ajudado na memorização da mesma.

No excerto do *Jornal da Noite*, o grafismo recorre a cores mais quentes: pode ver-se o chamado pictograma, também numa imagem alusiva à educação. A SIC opta pelo uso de títulos mas abandonou o recurso ao rodapé. Ao finalizar esta composição, está o logótipo do *Jornal da Noite*, à esquerda das frases. O logótipo da estação, no canto superior esquerdo, é precedido pelo relógio. Atrás do pivô pode ver-se a redacção em funcionamento e, no plano em questão, um fundo composto por placas azuis luminosas. Quanto à informação, o título dá conta de uma das informações centrais da notícia, a primeira sobre a qual os alunos foram inquiridos.

A TVI apresenta algumas semelhanças com a SIC em termos de cores (azuis, vermelhos e laranjas). Tem também um pictograma no mesmo local, mas com imagens em movimento, ao invés de imagens fixas, também elas alusivas à educação. À semelhança da SIC, o noticiário de horário nobre da TVI apresentou a notícia do Dia do Diploma com um título e antetítulo com cores vermelha e branca e letras brancas e pretas. O rodapé do *Jornal Nacional* é o único que mantém a mesma estrutura do *ticker* (em movimento horizontal contínuo, da direita para a esquerda). O pivô mantém a mesma posição dos colegas dos restantes canais. Atrás dele vê-se a redacção em pleno funcionamento com alguns ecrãs espalhados atrás. O título colocado durante a divulgação da notícia não tinha qualquer redundância com a informação dada em simultâneo pelo pivô, à excepção da menção do assunto da notícia (Dia do Diploma).

Após o visionamento, os alunos respondiam a um inquérito⁸⁹ com três partes:

- a) questões sobre a informação contida numa das notícias que tinham acabado de ver;
- b) reconhecimento de elementos gráficos e de informação geral (pivôs, rodapés, bolachas, elementos físicos da redacção);
- c) indicação de programa de informação preferido e tipo de notícias com mais interesse a nível pessoal.

No final pretendemos dar resposta às seguintes questões:

⁸⁹ Cf. Anexo 3.

- 1) O uso de diferentes elementos gráficos nos programas noticiosos de horário nobre das televisões generalistas portuguesas tem influência no modo como os telespectadores “vêm”, e recebem as notícias?
- 2) A presença do rodapé introduz um elemento distractivo nos telespectadores com influência na recepção da informação veiculada pela notícia transmitida pelo pivô e/ou peça noticiosa?
- 3) A presença de informação redundante (visual e/ou gráfica e auditiva) ajuda a memorizar a informação apresentada?

Análise de resultados do inquérito

Uma primeira análise permite-nos salientarmos imediatamente que a informação da SIC teve valores mais altos de identificação correcta da informação relativamente à RTP e à TVI. Na verdade, a percentagem média de respostas correctas às questões colocadas sobre as notícias visionadas (Tabela 10) foi significativamente favorável aos alunos que visionaram o excerto de notícias da SIC (87,24%), enquanto os que visionaram as notícias da TVI e da RTP apresentaram valores de respostas certas bastante mais baixos. As diferenças entre as três estações residem, essencialmente, na ausência de rodapé no *Jornal da Noite* da SIC.

		% Média de respostas certas
Noticiário apresentado	Telejornal (RTP)	43,89
	Jornal Nacional (TVI)	48,33
	Jornal da Noite (SIC)	87,24

Tabela 10: Percentagem de respostas correctas sobre a informação visionada

De forma a verificar se essas diferenças se deviam ao grau de familiaridade com o visionamento dos noticiários, efectuámos o cruzamento entre a frequência com que os alunos assistem ao noticiário e a identificação correcta da informação visionada. Os resultados apresentados na Tabela 11 mostram que a frequência com que os alunos assistem aos noticiários televisivos parece ter alguma repercussão na identificação da informação e sua retenção, pois aqueles que visionam estes programas numa

frequência diária identificaram correctamente mais informação. As diferenças não são contudo significativas.

		% Média de respostas certas
Frequência com que assiste ao noticiário	Todos os dias	64,1
	Frequentemente	61,7
	Raramente	60,4

Tabela 11: Relação entre a frequência com que os alunos assistem aos noticiários e a identificação correcta da informação

Não tendo a grau de familiaridade revelado ser um factor determinante, concentrámos a nossa análise nos elementos gráficos mais diferenciadores entre os vários noticiários, a saber, a utilização do rodapé e dos títulos. Estes factores são particularmente importantes, como exposto teoricamente, no sentido em que quando apresentados em consonância com a informação do pivô provocam efeitos de redundância da informação.

Na Tabela 12 apresentam-se os resultados da comparação entre os dois canais que utilizam títulos, sendo que na SIC o título aparecia em redundância com a informação do pivô e no caso da TVI aparecia como dissonante. Conforme se pode verificar, a sua influência na compreensão e memorização da informação é altamente significativa.

	Informação redundante (SIC)	Informação dissonante (TVI)
Respostas correctas	93,9 %	41,7 %

Tabela 12: Percentagem de respostas correctas em função da informação redundante/dissonante nos títulos

A análise do efeito do rodapé⁹⁰ (Tabela 13), parece permitir colocar em causa a sua pertinência. Na verdade, quando questionados sobre uma informação que era exclusivamente transmitida no rodapé, grande parte dos inquiridos confirmou não saber a resposta, tanto para a RTP, como para a TVI (respectivamente 77,8% e 79,2%). Estes valores apontam claramente para o elevado número de sujeitos que não

⁹⁰ É importante realçar que existem diferenças entre as três estações, conforme vimos anteriormente: ausência de rodapé no *Jornal da Noite* da SIC, com a consequente melhor taxa de respostas correctas, e presença de rodapés na RTP e na TVI.

processou a informação proveniente do rodapé. Este valor ainda apresenta uma validação suplementar se verificarmos a percentagem dos que responderam correctamente, que foi apenas de 4,4% para a RTP e de 12,5 para a TVI.

	RTP	TVI
Respostas correctas	4,4 %	12,5 %
Não sabe	77,8 %	79,2 %

Tabela 13: Percentagem de respostas correctas em função da informação do rodapé

Discussão e conclusão dos resultados do inquérito

Os resultados obtidos no inquérito aqui apresentado permitem analisar, de forma detalhada, o impacto dos diferentes grafismos presentes nos ecrãs dos jornais televisivos actuais. Por um lado, confirmam o efeito positivo de uma redundância da informação (oral e escrita) para a retenção e processamento da informação pelo telespectador quando não há excesso de informação escrita no ecrã (tanto em número como em extensão). Por outro lado, evidenciam, claramente, o efeito distractivo dos vários grafismos quando a informação por eles veiculada é mutuamente dissonante, ou seja, quando, por exemplo, o rodapé transmite informação diferente da do título e da que é proferida pelo pivô, quando há dissonância entre a informação escrita e entre a informação escrita e oral. Este resultado demonstra que esta prática informativa contemporânea⁹¹ produz, nestas condições, efeitos contrários ao que é suposto provocar (reforço da informação) e que, a ser prolongada, deve merecer uma avaliação atenta e cuidada na sua utilização. A SIC, ao ter suprimido o rodapé do *Jornal da Noite*, parece já ter tomado em consideração este aspecto.

Este estudo demonstra, de forma empírica, que os dados avançados pelos vários estudos acima referidos se verificam também na realidade televisiva portuguesa. A sobreposição de canais de informação durante a transmissão de noticiários tem um efeito negativo na percepção e processamento da informação pelos telespectadores, efeito esse que pode ir da não retenção dessa informação dissonante (o que questiona

⁹¹ Prática generalizada nas televisões nacionais e internacionais, apresentada como incontornável por vários responsáveis (directores de informação e designers gráficos).

a pertinência da sua inclusão) à dificuldade da recepção da informação (ou seja que para além de distrair, essa informação dissonante torna o processamento de informação mais difícil podendo mesmo inviabilizar a retenção da informação).

Este primeiro nível de interpretação de resultados permite-nos avançar uma outra análise: num *media* audiovisual com modo de funcionamento próprio e uma linguagem específica, a inclusão de elementos gráficos (nomeadamente escritos) acrescenta um outro modo de funcionamento (a escrita) que vai solicitar uma outra competência do telespectador (a leitura). A mobilização deste modo perceptivo específico exige uma partição da atenção no telespectador para desempenhos diferentes o que, para além dum certo nível, vai dificultar senão mesmo inviabilizar o processamento da informação. Ou seja, para além de complexificar a recepção introduz um elemento dissonante do modo de funcionamento audiovisual. Melhor dizendo, a integração de elementos escritos complexos (do tipo frase, como no caso do rodapé) parece ser um factor de desequilíbrio da linguagem audiovisual própria ao género televisivo. A composição da imagem, as linhas de força das perspectivas e dos planos, a cenografia e a presença do pivô no estúdio, a locução das notícias pelo pivô, constituem elementos significantes específicos do género informativo televisivo. Neste sentido, poderemos questionar da pertinência e verdadeira eficácia dos elementos escritos no ecrã televisivo. Esta prática parece ter atingido o seu limite sobretudo face às novas plataformas de informação actualmente em desenvolvimento, e nomeadamente a internet com regras de funcionamento mais centradas na escrita-leitura. Neste novo contexto, o género televisivo parece poder (dever) recentrar-se sobre a especificidade da sua linguagem audiovisual.

Estudo de *eye tracking*

Nesta secção apresenta-se o estudo da partição da atenção visual e auditiva que foi feito com recurso à tecnologia *eye tracking*. O protocolo da experiência realizada consiste em duas tarefas: na primeira tarefa, o utilizador observa o objecto de estudo *conjunto de peças noticiosas* através de um dispositivo de *eye tracker* e, na segunda tarefa do estudo, o utilizador responde a um inquérito. Os resultados finais deste

estudo foram obtidos através da análise dos dados recolhidos a partir das *logfiles* do *eye tracker* e cruzados com a análise dos questionários.

Caracterização da Amostra

Este estudo teve uma amostra de 84 participantes, com idades compreendidas entre os 18 e os 39 anos, 31 do sexo masculino e 53 do sexo feminino. Trata-se de uma amostra de conveniência, não probabilística.

Descrição do Objecto de Estudo

O objecto de estudo foi cedido pela RTP e consistia num trecho de vídeo retirado de uma edição do *Telejornal* da RTP1, composto por oito peças jornalísticas e planos de estúdio. O mesmo trecho de vídeo deu origem a duas versões utilizadas no estudo: a versão 1 (em formato emissão normal) e versão 2 (em formato *cleanfeed*⁹²).

A versão 1 do trecho de vídeo contém todos os elementos gráficos inerentes ao telejornal, tais como título, rodapé, vidiwall, relógio, logótipo da estação, logótipo do noticiário e pictograma (Figura 1). A versão 2 é a captação em vídeo antes da introdução dos elementos gráficos (Figura 2). Os dois trechos de vídeo têm a mesma duração (15:47,434 minutos).

O trecho de vídeo é constituído por oito peças noticiosas com conteúdos de diferentes áreas de interesse da sociedade, na tentativa de tornar o trecho de vídeo apelativo para a amostra não probabilística que foi utilizada.

⁹² Ver Glossário.



Figura 1 - Trecho de vídeo com elementos gráficos e apontamento gráfico do registo de *eye tracking* (círculo e segmento recta vermelho)



Figura 2 - Trecho de vídeo sem elementos gráficos e apontamento gráfico do registo de *eye tracking* (círculo e segmento recta vermelho)

Protocolo do estudo

Tal como foi referido, a experiência consistia de duas tarefas: na primeira o utilizador visualiza o trecho de vídeo composto por oito peças jornalísticas através do *eye tracker*; e na segunda o utilizador responde ao questionário. Cada participante visualiza apenas uma das versões.

A sala onde decorreu o estudo estava organizada em duas áreas distintas: área de experiência e área de inquérito.

A área de experiência é composta pelo equipamento *eye tracker*, uma mesa e uma cadeira. Durante o visionamento do trecho de vídeo, o investigador observa o decorrer da experiência nas costas do participante, ou seja, fora do ângulo de visão do participante, para que não seja um factor de distração no estudo. Nesta mesa da área de experiência está instalado o *Tobii eye tracker* ligado ao computador onde está instalado o respectivo software. O equipamento *eye tracker* está virado para a parede para que quando o utilizador estiver a observar o trecho de notícias não desviar a sua atenção para outra área.

O *eye tracker Tobii T120* foi o equipamento utilizado para captar e reproduzir os movimentos oculares em qualquer ponto de fixação do ecrã. Este aparelho inclui o *software Tobii Studio*, para análise e visualização, direccionado para o estudo de usabilidade. O monitor TFT de 17" permite uma execução de testes com um elevado grau de eficiência sobre o comportamento do movimento do globo ocular (os objectos de estudo podem ser: um trecho vídeo, *Websites*, entre outros).

A área de inquéritos, junto à janela, foi utilizado para preenchimento dos mesmos por parte do participante. A porta da sala esteve sempre fechada e foi colocado um aviso para a entrada de cada participante ser realizada em silêncio e com consentimento prévio, para se conseguir maior rigor na monitorização e controlo da experiência.

Cada participante realizou a experiência individualmente, com um horário previamente agendado, estando sozinho na sala com o investigador. A cada participante era explicado todo o procedimento da experiência. Cada sessão, para cada participante, tinha a duração de cerca de 20 minutos, tempo dividido entre as duas tarefas realizadas.

Um dos requisitos fundamentais para uma recolha de dados eficaz é a distância aproximada de 60 centímetros entre o participante e o equipamento de *eye tracker*. Foi solicitado a cada participante que se sentasse confortavelmente, como se estivesse num ambiente familiar ou num ambiente mais próximo possível daquele onde habitualmente visualiza o noticiário. O teste inicial de calibração permitia ajustar as características de cada participante ao equipamento e garantir uma recolha eficaz de dados.

Os trechos de vídeo apresentados aos participantes foram alternados entre a versão 1 (versão normal) e a versão 2 (versão *cleanfeed*). Cada participante viu

apenas uma das versões. Destaca-se ainda que foram criadas duas variáveis *idade* e *gênero* que eram adicionadas para cada participante do estudo. Após a conclusão da primeira tarefa os participantes deixavam a área da experiência e dirigiam-se para a área de inquérito.

Inquérito

O inquérito foi aplicado, em regime de pós-sessão, a cada participante após a realização do teste com *eye tracker*. Foram criadas duas versões do mesmo adaptadas às duas versões de trechos de vídeo: com e sem elementos gráficos⁹³. Ambos os inquéritos tinham todos os critérios de avaliação em comum, com a exceção das questões referentes aos elementos gráficos.

O inquérito para trecho com elementos gráficos era composto por quatro partes:

- na primeira (Parte I), onde eram apresentadas afirmações relacionadas com as notícias visionadas, para cada afirmação o participante devia verificar a sua veracidade, escolhendo, verdadeira (V), falsa (F) ou não sabe (NS) perante a informação percebida. Pretendia-se com esta parte do inquérito perceber se o participante tinha retido a informação fornecida em determinadas peças noticiosas;
- na segunda parte (Parte II) era pedido ao participante para indicar perante a lista dos elementos gráficos (numerados) se estes estavam (S) ou não (N) presentes aquando da apresentação das notícias pelo pivô, pedindo mais uma vez a indicação caso não soubessem (não sei (NS)). Nesta parte, era ainda apresentada uma tabela com dimensão de 3x3 a representar um ecrã de televisão, sendo pedido ao participante para posicionar no espaço apropriado da tabela, os elementos gráficos indicados através do número correspondente a cada elemento gráfico da lista. Pretendia-se com esta parte do questionário perceber se o participante tinha retido a informação acerca da existência dos elementos gráficos presentes no trecho de vídeo e quais as suas localizações;
- a terceira parte do inquérito (Parte III) era dividida em três alíneas. Em cada uma destas era apresentada uma escala de “1” a “5”, onde o algarismo “1” representava “Pouco” e o algarismo “5” representava “Muito”. Na primeira alínea era pedido ao participante para indicar se a forma como as notícias

⁹³ Cf. Anexo 4.

foram apresentadas despertava interesse/atenção, na segunda alínea era pedido para indicar se a forma como as notícias foram apresentadas oferecia credibilidade, e por último na terceira alínea era pedido para indicar se a forma como as notícias foram apresentadas oferecia dificuldades de leitura/recepção. Pretendia-se com esta parte do questionário perceber se o participante tinha algum interesse nas notícias, se eram credíveis e conseguia entendê-las;

- na quarta parte do inquérito (Parte IV), eram pedidos ao participante alguns dados de identificação, tais como, género, idade e habilitações literárias. Para além disso foram criadas também quatro alíneas para recolher outro tipo de informação, nomeadamente, a frequência com que visualizava notícias televisivas; o local onde as visualizava; qual o noticiário televisivo que habitualmente visualizava; qual a temática de notícias que o participante seguia com mais interesse.

O inquérito destinado a participantes que visualizassem o trecho de vídeo sem elementos gráficos tem algumas exceções. Algumas das exceções estavam presentes por exemplo:

- na primeira parte do inquérito (Parte I) não foram colocadas afirmações relacionadas com as notícias visionadas que estivessem contidas no “Título” e “Rodapé”;
- a segunda parte (Parte II), era dividida em duas alíneas. Em cada uma destas era apresentada uma escala de “1” a “5”, onde o algarismo “1” representava “Pouco” e o algarismo “5” representava “Muito”. Na primeira alínea era pedido ao participante para indicar se a forma como as notícias foram apresentadas despertavam interesse/atenção, na segunda alínea era pedido para indicar se a forma como as notícias foram apresentadas ofereciam credibilidade;
- a terceira parte do inquérito relativo ao trecho de vídeo sem elementos gráficos era igual à última e quarta parte (Parte IV) do questionário relativo ao trecho de vídeo com elementos gráficos.

Hipóteses de investigação

As hipóteses de investigação estabelecidas foram:

Hipótese 1. Qual é a eficácia do rodapé quando as informações nele contidas não têm nenhuma relação com o pivô, com a peça noticiosa ou qualquer outra camada de informação (título, *vidiwall*, janela electrónica)?

- A **questão 13** do inquérito aplicado no vídeo com grafismos foi elaborada para validar esta hipótese.

Como principais resultados verificamos que:

- a análise de três passagens no rodapé em três peças noticiosas diferentes demonstrou que a grande maioria dos sujeitos (76%) não sabiam a veracidade da afirmação (V ou F) significando isso que não tinham retido a informação;
- a percentagem de tempo com atenção visual nesta área de ecrã foi de 9,5% do tempo total, o que significa que é uma área em que a nossa atenção é reduzida;
- A percentagem média referente ao tempo total das 3 peças com o estímulo rodapé activo foi 23% (59,6s / 253,5 s).

Hipótese 2. Será que a recepção da informação televisiva (pivô e peças noticiosas) é mais eficaz com ou sem a sobreposição de elementos gráficos?

As questões 6 e 7 do inquérito foram elaboradas para validar esta hipótese. Como principais resultados verificamos que:

- Não existe evidência de diferença entre os formatos (normal e *cleanfeed*). O número de sujeitos a responder correctamente é sensivelmente o mesmo (na questão 6: 61,5 % normal; 62,2 % *cleanfeed*, e na questão 7: 87,2 % normal e 80 % *cleanfeed*).
- De realçar que a percentagem média de tempo de atenção visual sob a área do pivô é significativamente diferente entre o formato *cleanfeed* e o formato normal (tal e qual os espectadores vêem) (45,7% normal e 85,6% *cleanfeed*). Isto significa que as múltiplas camadas de informação fazem efectivamente dispersar a nossa atenção.

Hipótese 3. A informação do rodapé interfere com a recepção das informações contidas no pivô ou nas peças noticiosas?

- As questões 14 e 15 do inquérito foram elaboradas para validar esta hipótese.
- A resposta às questões está na peça 6 onde ocorreram 5 notícias distintas de rodapé e 3 títulos (durante 52% tempo total da peça)

Como principais resultados verificamos que:

- a evidência registrada é contraditória. Os dados revelam que numa das questões a versão normal até obteve mais respostas correctas. Foi o caso da questão 14 onde a percentagem média de respostas correctas foi 89,7 % -normal e 73,3% - *cleanfeed*. Na questão 15 obteve a seguinte percentagem média de respostas (46,2 % normal e 73,3% *cleanfeed*)

Hipótese 4. Nas situações em que o pivô ou as peças noticiosas competem com as camadas de informação gráfica pela atenção do telespectador, qual é que tem a recepção mais eficaz?

- As questões 5, 15, 16 e 19, têm todas resposta na peça 6, umas exclusivamente no serviço de rodapé, outras no pivô e notícia.

Como principais resultados verificamos que:

- As questões 5, 16 e 19 que encontravam resposta exclusivamente no rodapé da peça 6 e obtiveram maioritariamente resposta de “não sei”, 68,4% | 56,4% | 79,5% respectivamente. Estes resultados traduzem a dificuldade em encontrar/fornecer resposta quando somos confrontados com informação diferencial nos diferentes elementos.
- A questão 15 na medida em que apresentava a redundância da informação correcta estar simultaneamente no pivô e na peça noticiosa aumentou significativamente a percentagem de respostas correctas (46,2%).

Hipótese 5. Quando a informação gráfica reforça a informação do pivô e do trecho da notícia a recepção é mais eficaz?

- As questões 1 e 17 do inquérito foram elaboradas para validar esta hipótese.

Como principais resultados verificamos que:

- A evidência apresentada parece confirmar a importância da redundância da informação. A questão 1 apresentou um resultado 51,3% de respostas correctas em modo normal e 15,6% em *cleanfeed*, que é uma diferença bastante expressiva. A questão 17 é menos expressiva mas continua a revelar esta tendência com 43,6% de respostas certas para a versão normal e 40% para a versão em *cleanfeed*.

Discussão dos resultados

Uma primeira análise dos resultados do estudo revela que o uso de rodapé utilizado de forma exclusiva para veicular e difundir informação revela ter uma baixa eficácia; muito mais baixa que o pivô e peça noticiosa.

Para além disso, quando toda a informação tem características de complementaridade existe evidência de uma tendência para melhorar a recepção.

Quanto ao *layer* infográfico, genericamente não contribui para uma perda de qualidade na recepção da informação veiculada pelos agentes tradicionais da informação noticiosa, o pivô e peça noticiosa. Caso seja bem utilizado, o rodapé poderá até reforçar a mensagem da informação noticiosa.

As limitações deste estudo preliminar residem fundamentalmente em dois aspectos:

- 1) *Controle da influência dos conteúdos sobre a capacidade de responder correctamente.*

O conteúdo utilizado era de dimensão pública, e podia ser do conhecimento dos inquiridos, o que pode introduzir enviesamento na percepção. Por outras palavras, o conhecimento prévio que alguns dos inquiridos pudessem ter sobre a informação em causa pode ter influído sobre o número de respostas correctas. Importa posteriormente fazer testes em notícias fictícias em que não exista conhecimento anterior.

Existe aleatoriedade da correlação das informações de natureza gráfica (pertinência para rodapé) com a informação do pivô e da peça noticiosa;

- 2) *Amostra utilizada*

Foi uma amostra limitada, quer na quantidade de sujeitos inquiridos, quer nas suas características, já que foram recrutados exclusivamente em contexto universitário. Importa posteriormente poder construir amostras mais representativas dos telespectadores.

Este estudo experimental do dispositivo *eye tracking* para a observação da recepção das notícias no telespectador, apesar das limitações apontadas e das condicionantes deste meio informativo, apresenta potencialidades que se adivinham preciosas para futuros estudos sobre o impacto da cenografia e dos grafismos sobre as audiências. A especificidade do meio audiovisual e da correlação da captação em estúdio com os

grafismos no ecrã é de difícil análise e este dispositivo oferece grande interesse quando se definirem protocolos mais adequados a essa especificidade.

5. Discussão e conclusão

Abordámos neste projecto o impacto do novo contexto concorrencial das televisões ao nível da cenografia aplicada aos espaços das redacções de informação, transformadas hoje no palco principal dos jornais televisivos. Conforme apresentado no capítulo 2, a emergência das televisões privadas em Portugal, a SIC em 1992 e a TVI em 1993, trouxe profundas alterações na produção de informação televisiva, nomeadamente na cenografia e nos grafismos, experimentando-se e introduzindo-se novas formas de transmitir mais informação no mesmo espaço (ecrã de televisão) e tempo (duração dos jornais). Se a mudança mais visível para os telespectadores foi a operada nas redacções, que integram agora o cenário jornal televisivo, essa mudança tem sido até agora pouco estudada pelas ciências da comunicação.

Partindo da constatação desta nova realidade, formulámos o projecto de investigação que deu origem a este trabalho tendo como principais objectivos estudar o impacto destas novas práticas ao nível da percepção e processamento da informação pelo telespectador, e avaliar as consequências das “novas redacções” sobre os próprios profissionais da informação. Ao nível da concepção dos (novos) cenários televisivos, importava ainda identificar as intenções comunicacionais das estações televisivas e os processos de implementação desses novos espaços informativos, ou seja, compreender as razões e as estratégias institucionais que levam à implementação destas alterações cenográficas.

À semelhança do que acontece com a cenografia teatral e museal, a cenografia de informação televisiva situa-se na encruzilhada da arte do efémero e do espectáculo e das inovações tecnológicas. A especificidade do *medium* televisivo faz com que a cenografia participe de forma mais explícita e enfática na construção da imagem corporativa do que nas outras formas cenográficas. O processo de concepção de cenografias para televisão é um processo específico de concepção bi ou tridimensional para ser difundida num ecrã bidimensional com características audiovisuais próprias. Sendo um *medium* recente (as emissões regulares de televisão iniciam-se nos anos 1940/50, em Portugal a partir de 1957), a sua evolução tem sido constante e marcada pelas inovações tecnológicas. Actualmente, face ao

desenvolvimento das novas plataformas de comunicação, como a Internet e as redes sociais, a televisão parece (re)inventar novas estratégias comunicacionais.

O estudo apresentou três grandes áreas de análise: 1) a evolução da cenografia de informação televisiva em Portugal, dos seus conceitos e os actores preponderantes (realizadores, jornalistas, designers), 2) as consequências para o jornalismo e a informação produzida e, por fim, 3) os efeitos sobre o processamento e a recepção da informação pelos telespectadores.

Apresentamos em seguida as principais tendências encontradas nestas três vertentes:

1) A cenografia da informação televisiva em Portugal apresenta uma tendência para a espectacularidade, investindo as principais televisões generalistas em dispositivos cénicos, na reorganização das redacções ou na integração de *gadgets* tecnológicos a fim de criarem jornais televisivos com uma forte identidade, reforçada pela linha gráfica e cromática. Com efeito, os ecrãs dos três jornais televisivos difundem uma diversidade de informação através da inserção de grafismos, textuais e icónicos, desenvolvendo cada um também a este nível, uma linha gráfica própria. O recurso à cenografia virtual é a tendência do momento, reforçando o aspecto tecnológico dos jornais. A SIC assume a liderança a este nível, ao incluir um “palco virtual” no seu estúdio de informação desde 2007, autonomizando-se das condicionantes do *chroma key*. A RTP tem, até agora, utilizado discretamente este recurso no *Telejornal*, mesmo se já faz amplo uso dele para outros momentos informativos, nomeadamente no canal 2.

Esta tendência da cenografia inscreve-se na estratégia concorrencial aguerrida entre as três televisões⁹⁴, como é possível constatar no capítulo 2 e no quadro comparativo das mudanças cenográficas operadas em cada estação (cf. Tabela 1). A cenografia participa inteiramente da estratégia de captação de audiências e, neste sentido, aposta em factores identitários fortes. Na RTP1, o estúdio/redacção *open space* aposta numa organização onde a mesa do pivô ocupa o lugar central e domina o cenário, as cores dominantes são o azul e o globo terrestre mantém-se como ícone da informação do mundo, tanto no genérico, como no logótipo dinâmico inserido no canto inferior

⁹⁴ Recordamos que o estudo incidiu apenas sobre os três jornais televisivos de horário nobre dos três canais generalistas, respectivamente o *Telejornal* da RTP1, o *Jornal da Noite* da SIC e o *Jornal Nacional* da TVI, tendo a análise terminado em Dezembro de 2008.

direito do ecrã. Os movimentos de câmara e a diversidade de planos acompanham uma emissão centrada nas potencialidades deste estúdio/redacção. A SIC retomou a sua imagem de marca cenográfica inicial, com a janela sobre a redacção, mas com um estúdio mais trabalhado do ponto de vista gráfico, com linhas arredondadas e reservando um espaço preponderante ao virtual tridimensional. A linha gráfica e cromática acentua o recurso aos tons quentes, nomeadamente os vermelhos e laranjas. Tanto numa como noutra estação, as redacções foram reorganizadas a partir do ponto de vista do plano de estúdio, ou seja, tendo em conta o que aparece no ecrã durante a transmissão do jornal televisivo, participando assim plenamente do resultado visual final. A TVI apresenta uma disposição espacial entre as duas soluções anteriores: a redacção é visível por detrás do estúdio do jornal, mas permanece separada por paredes de vidro.

Esta visibilidade das redacções, comum às três televisões, participa da intenção comunicacional de patentear a transparência informativa, de mostrar a fábrica das notícias em actividade. Estas características dos jornais televisivos nacionais parecem traduzir uma especificidade portuguesa quando comparadas com as de jornais de congéneres europeias, de aparência mais sóbria quer nos cenários dos estúdios quer nos planos e movimentos de câmara. O recurso aos grafismos diferencia também os ecrãs dos jornais televisivos portugueses face aos das suas congéneres, que utilizam apenas os títulos e, por vezes, os pictogramas. Se nos ecrãs portugueses se constata uma transformação dos grafismos usados, nomeadamente a eliminação do rodapé ou a sua alteração de dinâmico para estático, eles aparecem bem *busy* ou “barrocos” face aos outros ecrãs de televisões generalistas. Corresponderá esta sobreposição de camadas de informação no ecrã de televisão a mais uma especificidade da cenografia de informação televisiva portuguesa? É, em todo o caso, uma prática comum aos três canais generalistas portugueses, que segundo os responsáveis de informação entrevistados, corresponde a uma adaptação aos telespectadores e, sobretudo, às condições de difusão/recepção dos jornais televisivos.

2) A cenografia de informação televisiva em Portugal introduziu um novo elemento na profissão jornalística: as redacções são agora parte integrante do estúdio de transmissão do jornal televisivo e já não “meros” espaços de trabalho. Neste contexto, os profissionais de informação tornam-se, para além de actores, figurantes do espaço informativo. Que consequências tem esta transformação, de aparência inócua, no seu

quotidiano e no seu desempenho profissional? O inquérito realizado junto dos jornalistas e repórteres de imagem da RTP e da SIC, bem como as entrevistas a pivôs, procuravam avaliar esse impacto, tal como foi apresentado no capítulo 3.

A análise dos resultados dos inquéritos e dos testemunhos dos pivôs permitem-nos compreender a influência das redacções/estúdio no trabalho jornalístico actual em televisão. Este novo contexto ambiental é tanto mais aceite quanto é reconhecida a necessidade de um espaço artificializado pelos imperativos cénicos e pelo recurso às novas tecnologias. Contudo, se por um lado os profissionais parecem aceitar e até preferir a proximidade entre redacção e estúdio (pela co-imbricação positiva das dinâmicas próprias a cada uma destas dimensões do trabalho jornalístico), por outro apontam as dificuldades concretas de trabalhar nestes novos ambientes. As respostas permitiram-nos assim distinguir três dimensões ou factores a ter em conta na análise destes novos espaços jornalísticos: os factores ambientais, os factores profissionais/jornalísticos e os factores televisivos ou cénicos. As principais críticas ou elementos negativos referidos prenderam-se sobretudo com os factores ambientais, isto é, com os aspectos físicos do espaço de trabalho, como os níveis de luminosidade, a temperatura e a qualidade do ar, ou ainda a funcionalidade e a privacidade dos postos de trabalho. A necessária adaptação dos profissionais a estes espaços de trabalho concebidos e construídos tendo em conta a imagem que passa no ecrã, e não como espaços de trabalho propriamente ditos, parece ser a que mais insatisfação suscita devido à impossibilidade de cada um em agir sobre as condições de trabalho. Esta questão deverá merecer uma atenção mais cuidada dos autores destes espaços. No entanto quando perspectivada com os outros factores, esta dimensão parece justificar-se aos olhos dos profissionais como um “mal necessário” ao qual acabam por se adaptar.

No geral os jornalistas apresentaram altos níveis de concordância e satisfação com as alterações cenográficas que os passaram a inserir como elementos. Todavia três desafios parecem emergir para a profissão em resultado desta alterações a saber a) como equilibrar a facilidade de produção das notícias com as dificuldades de apresentação decorrentes de ambientes virtuais; b) como equilibrar a crescente utilização de elementos gráficos presentes no ecrã com uma adequada compreensão da informação e c) como equilibrar a metáfora da transparência que os espaços abertos para a redacção evidenciam com a informação “transparente”. Face aos novos media e à concorrência das novas plataformas de informação, o jornal televisivo

parece traduzir a aposta numa forma especificamente televisiva, ao pôr todo o contexto de produção da notícia (ambiental, profissional e televisivo) à contribuição para a produção do produto final: a “missa” do jornal de horário nobre, momento espectacular da televisão informativa.

3) Há já algum tempo que os investigadores da área das Ciências da Comunicação têm vindo a debruçar-se sobre o supra-investimento na tecnologia e a utilização de “informação-choque” para cativar audiências (Brandão, 2005). Há mesmo quem considere que a “evolução tecnológica tem vindo a colocar-nos diante de imagens de elevado grau de construção e, simultaneamente, demasiado afastadas da realidade, exigindo daqueles que as olham uma aprendizagem de códigos que podem ser de grande complexidade.” (Lopes 2008: 26-7). Os espectadores lidam, cada vez mais, com a recepção de estímulos complexos e têm de processar informação através de várias camadas de conteúdos (grafismos e a imagem audiovisual tradicional), que podem ou não ajudar a descodificar as mensagens.

O estudo das audiências procurou avaliar o impacto dos ecrãs dos jornais televisivos sobre a percepção e o processamento da informação pelos telespectadores. Foram realizados dois estudos: o primeiro tratou-se da comparação dos três jornais televisivos através de um inquérito após visionamento de excertos de noticiários dos três jornais televisivos em análise e o segundo consistiu na observação do visionamento de um jornal televisivo com a tecnologia *eye tracking*, acompanhada de um questionário. Este último tinha por objectivo determinar a influência dos grafismos no ecrã para a retenção e a compreensão da informação. Os resultados obtidos neste inquérito permitem analisar, de forma detalhada, o impacto dos diferentes grafismos presentes nos ecrãs dos jornais televisivos actuais. Por um lado, confirmam o efeito positivo de uma redundância da informação (oral e escrita) para a retenção e processamento da informação pelo telespectador quando não há excesso de informação escrita no ecrã (tanto em número como em extensão). Por outro lado, evidenciam, claramente, o efeito distractivo dos vários grafismos quando a informação por eles veiculada é mutuamente dissonante, ou seja, quando, por exemplo, o rodapé transmite informação diferente da do título e da que é proferida pelo pivô, quando há dissonância entre a informação escrita e entre a informação escrita e oral. Este resultado demonstra que esta prática informativa contemporânea produz, nestas condições, efeitos contrários ao que é suposto provocar (reforço da

informação) e que, a ser prolongada, deve merecer uma avaliação atenta e cuidada na sua utilização. A SIC, ao ter suprimido o rodapé do *Jornal da Noite*, parece já ter tomado em consideração este aspecto.

Este estudo demonstra, de forma empírica, que os dados avançados pelos vários estudos referidos se verificam também na realidade televisiva portuguesa. A sobreposição de canais de informação durante a transmissão de noticiários tem um efeito negativo na percepção e processamento da informação pelos telespectadores, efeito esse que pode ir da não retenção dessa informação dissonante (o que questiona a pertinência da sua inclusão) à dificuldade da recepção da informação (ou seja que para além de distrair essa informação dissonante torna o processamento de informação mais difícil podendo mesmo inviabilizar a retenção da informação).

Este primeiro nível de interpretação de resultados permite-nos avançar uma outra análise: num *medium* audiovisual com modo de funcionamento próprio e uma linguagem específica, a inclusão de elementos gráficos (nomeadamente escritos) acrescenta um outro modo de funcionamento (a escrita) que vai solicitar uma outra competência do telespectador (a leitura). A mobilização deste modo perceptivo específico exige uma partilha da atenção no telespectador para desempenhos diferentes o que, para além dum certo nível, vai dificultar senão inviabilizar o processamento da informação. Ou seja, para além de complexificar a recepção introduz um elemento dissonante do modo de funcionamento audiovisual.

Melhor dizendo, a integração de elementos escritos complexos (do tipo frase, como no caso do rodapé) parece ser um factor de desequilíbrio da linguagem audiovisual própria ao género televisivo. A composição da imagem, as linhas de força das perspectivas e dos planos, a cenografia e a presença do pivô no estúdio, a locução das notícias pelo pivô, constituem elementos significantes específicos do género informativo televisivo. Neste sentido, poderemos questionar da pertinência e verdadeira eficácia dos elementos escritos no ecrã televisivo. Esta prática parece ter atingido o seu limite sobretudo face às novas plataformas de informação actualmente em desenvolvimento, e nomeadamente a internet com regras de funcionamento mais centradas na escrita-leitura. Neste novo contexto, o género televisivo parece poder (dever) recentrar-se sobre a especificidade da sua linguagem audiovisual.

Tendo observado e analisado ao longo de dois anos a cenografia de informação televisiva em Portugal, o projecto de investigação “A cenografia de informação

televisiva em Portugal. Da sobriedade à espectacularidade das redacções”, permitiu abordar uma dimensão menos estudada dos meios de comunicação em geral, e da televisão em particular. Ao centrar o olhar sobre a *forma* mais do que sobre o *conteúdo*, este estudo procurou identificar os elementos que participam da construção da notícia em televisão. Inscrevendo-se numa estratégia comunicacional concorrencial, a cenografia de informação participa inteiramente da construção da imagem corporativa da estação de televisão que a concebe. Actualmente, os cenários instalados em cada uma das televisões estudadas, foram concebidos numa lógica de eficácia comunicacional, tendo-se recorrido a profissionais da arquitectura e do design para conceber e realizar estúdios/redacções de informação que *funcionem*. Investiram-se meios humanos, financeiros e tecnológicos de grande envergadura na implementação destes novos ambientes televisivos. Paralelamente, desenvolveram-se grafismos a inserir nos ecrãs a fim de disponibilizar diferentes camadas de informação para os telespectadores. Daqui resultam produtos complexos que solicitam tanto da parte dos profissionais de informação como dos telespectadores a mobilização de novas competências. No entanto, o plano estúdio dominado pelo pivô que apresenta a notícia, continua a constituir o momento forte do jornal televisivo, tal como nos primeiros telejornais. Este aparente paradoxo do género televisivo reforça a sua especificidade no panorama informativo: a criação de um espaço cénico singular para a difusão da informação.

Índice de tabelas

Tabela 1- Comparativo das datas das alterações de cenografia das três estações de televisão.....	25
Tabela 2: Habilitações literárias dos inquiridos	47
Tabela 3:Experiência profissional dos inquiridos em televisão.....	47
Tabela 4: Preferência de tipo de redacção por TV e geral	48
Tabela 5: Preferência de tipo de redacção por idade, experiência, habilitações e género	48
Tabela 6: Influência negativa da redacção no trabalho, por TV e geral.....	49
Tabela 7: Grau de concordância com os efeitos sobre as condições de trabalho segundo idade, experiência dos inquiridos, habilitações, estação TV e género.....	51
Tabela 8: Grau de concordância com os efeitos sobre a qualidade, a facilidade e complexidade da informação segundo idade, experiência dos inquiridos, habilitações, estação TV e género (valores entre 1-discordância completa e 5– total concordância) * Sig. $p<0.05$	53
Tabela 9: Grau de concordância com os efeitos sobre a articulação com outros profissionais segundo idade, experiência dos inquiridos, habilitações, estação TV e género. (valores entre 1 – discordância completa e 5 – total concordância) * Sig. $p<0.05$	62
Tabela 10: Percentagem de respostas correctas sobre a informação visionada	73
Tabela 11: Relação entre a frequência com que os alunos assistem aos noticiários e a identificação correcta da informação	74
Tabela 12: Percentagem de respostas correctas em função da informação redundante/dissonante nos títulos.....	74
Tabela 13: Percentagem de respostas correctas em função da informação do rodapé	75#

Glossário

Background – Fundo do cenário ou o que aparece por detrás do pivô.

Bolacha – o m.q. janela electrónica. Designação usada sobretudo na SIC.

Cenografia convencional – todos os elementos concretos dispostos no espaço do estúdio para criar uma ambiência propícia ao objectivo do programa ou emissão (mesa, cadeira, cortina, ciclorama, secretárias, ecrãs...).

Cenografia virtual – Ambiência criada através de aplicações informáticas e projectadas como fundo dos apresentadores/jornalistas sobre painel *chroma key*, dando a ilusão de um cenário real ao telespectador.

Cenografista – nome criado na RTP nos anos 1950 pelo Arquitecto Marcelo de Moraes para designar o cenógrafo de televisão (fonte: Polainas, 1998).

Chroma key – efeito consistindo a reunir numa mesma imagem objectos filmados separadamente. Proveniente de *Chroma*, cor que uma câmara consegue captar, e *Keying*, antigo termo de produção que se refere à acção de remover um objecto de uma imagem usando uma máscara... através destas máscaras o software recorta a imagem revelando o fundo que se pretende, e que foi filmado separadamente. Os objectos ou pessoas são filmados contra um fundo de cor uniforme, normalmente azul ou verde, por serem as cores mais distantes da cor da pele, caso contrário as figuras humanas ficariam mal recortadas. No meio televisivo, o fundo verde é usado mais frequentemente do que outra cor porque os sensores nas câmaras de vídeo digitais são mais sensíveis à cor verde.

Cleanfeed – versão em que é gravado o jornal televisivo, sobre a qual são adicionados os grafismos e os efeitos virtuais.

Estúdio – espaço equipado de *plateau* ou cena e de equipamento técnico específico no qual se desenrolam e gravam emissões televisivas. Se inicialmente os estúdios eram comuns a vários tipos de emissões, progressivamente as televisões compreenderam a necessidade de conceber estúdios com funções distintas: de informação, de produção, de entretenimento. Nos anos 1990, a SIC inova com a criação de estúdio com janela para a redacção seguida posteriormente pela redacção/estúdio da RTP em *open space*.

Grafismos – conjunto de elementos gráficos (textuais, icónicos, fotos...) inseridos no ecrã por meio computadorizado, afim de complementar a notícia difundida ou para apresentar informação autónoma (p.ex. meteorologia, outras notícias, hora, logótipo...).

Intake – área central da redacção da SIC onde são centralizadas as editorias e coordenação informativa. Criada em 2007 aquando da reformulação da cenografia e da redacção da estação da Outurela corresponde à newsdesk da RTP.

Janela electrónica – é um elemento gráfico, imagem ou ícone, inserido no ecrã, normalmente do lado direito do pivô, pode ser imagem estática ou imagem em movimento sobre a notícia que está a ser dada; o m.q. pictograma e o m.q. bolacha.

Microfone de lapela - microfone direccional fixado na lapela ou gola dos jornalistas, tendo sido o seu uso generalizado e obrigatório com a redacção/estúdio na RTP, por exemplo, por forma a compensar o aumento do ruído ambiente aquando da emissão de programas.

Newsdesk – designa zona central da redacção da RTP onde, desde 2008, são concentradas as editorias e coordenação de edição informativa, articulando os diversos intervenientes no processo informativo. Semelhante à Intake, nome pelo qual é designada na SIC a mesma área com as mesmas funções criada em 2007.

Oráculo ou *Oracle* – designação para o título das notícias, ou identificação dos entrevistados ou dos locais das peças, inserido em grafismo no ecrã, proveniente da marca do programa informático em que era inicialmente gerado. Designação utilizada na RTP, o m.q. título na SIC.

Pictograma – o m.q. janela electrónica, termo utilizado sobretudo na SIC, onde se generalizou, em 1992, impulsionado por João Salvado.

Redacção – espaço onde se concentram os profissionais da informação (jornalistas, repórteres de imagem, editores...). Em Portugal, desde a criação da SIC a redacção torna-se também cenário televisivo dado que aparece como fundo do estúdio de informação onde são emitidos os jornais televisivos. Posteriormente, na RTP cria-se a redacção/estúdio, ou redacção integrada, em que deixa de haver separação entre a redacção e o estúdio.

Rodapé – o m.q. *ticker*, termo usado sobretudo na RTP.

Roupagem – designa a aparência, o look de um programa ou seja o (novo) cenário de um programa.

Telejornal – nome genérico para jornal televisivo, ou bloco noticioso de imagens e apresentação em estúdio, que, em Portugal, se tornou a designação do jornal de 20h da RTP.

Ticker - o m.q. rodapé, é utilizado para passar, no fundo do ecrã, títulos ou resumo de outras notícias do dia. Este nome foi adoptado do vocabulário de economia, onde designa a informações das cotações de bolsa que correm no fundo do ecrã. Inicialmente frase que desfila de forma contínua, recentemente deixou de ser rotativo em permanência, apresentando duas formas de desfilamento: i) uma decomposta em título temático fixo ou desfilando de cima para baixo e frase que desfila ou que aparece em caixa de uma só vez (RTP); esse título temático e a frase são geralmente em cores distintas e em corpos de letra diferentes e ii) outra simplificada apenas com frase (SIC). Toma a designação de *crawler* na TVI.

Triangulação – princípio de organização espacial que permite a captação de imagem em três pontos, permitindo alternância de planos e movimentos de câmara.

Referências bibliográficas

- Azevedo, J., Fernandes, L. & Saraiva, M.R. (2009). O *Telejornal* sob o olhar da cenografia: Da experimentação à imagem de marca. *Comunicação e Sociedade*, 15, 149-162.
- Becker, B. (2008). Diversidade e pluralidade: Desafios da produção de um jornalismo de qualidade. Em Borges, G. & Reia-Baptista, V. (Ed.). *Discursos e Práticas de Qualidade na Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Bergen, L., Grimes, T. & Potter, D. (2005). How Attention Partitions Itself During Simultaneous Message Presentations. *Human Communication Research*, 31, 311-336.
- Brandão, N.G. (2005). *Prime Time. De que falam as notícias dos telejornais*. Lisboa: Casa das Letras.
- Brasel, A., & Gips, J. (2008). Points of view: Where do we look when we watch TV? *Perception*, 37, 1890 - 1894.
- Broadbent, D. (1958). *Perception and Communication*. New York: Pergamon.
- Cádima, F. R. (2002). *História e Crítica da Comunicação*. Lisboa: Edições Século XXI.
- Cardoso, J. B. F. (2004). A redacção como ambiente cenográfico nos telejornais. Comunicação apresentada no 7º Congresso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación, La Plata. Recuperado em 2007, Dezembro 21, de <http://www.eca.usp.br/alaic/trabalhos2004/gt11/joaobatista.htm>.
- Cardoso, J. (2002). A Cenografia Virtual na Televisão Brasileira. Recuperado em 2007, Dezembro 20, de <http://www.pucsp.br/~cimid/2com/cardoso/cap1.htm>.
- Costa e Silva, E. (2004). *Os Donos da Notícia*. Lisboa: Porto Editora.
- Diciopédia 2008 [DVD-ROM]. Porto: Porto Editora, 2007. ISBN: 978-972-0-65263-8.
- Drew, G. & Grimes, T. (1987). Audio-Visual Redundancy ant TV News Recall. *Communication Research*, 14, 452-461.

- Drewes, H., Luca, A. D., & Schmidt, A. (2007). Eye-Gaze Interaction for Mobile Phones. Comunicação apresentada na MC'07.
- Duchowski, A. (2007). *Eye tracking: Theory and Practice*.
- Feio, F. (2008, Maio 28). *Diário de Notícias*. SIC acusa RTP de copiar grafismo da informação. Recuperado em 2008, Maio 28, de http://dn.sapo.pt/2008/05/28/media/sic_acusa_de_copiar_grafismo_informa.html
- Fox, J. (2004). A Signal Detection Analysis of Audio/Video Redundancy Effects in Television News Video. *Communication Research*, 31, 524-536.
- 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.
- Josephson, S. (2008). Keeping Your Readers' Eyes on the Screen: An Eye-Tracking Study Comparing Sans Serif and Serif Typefaces. *Visual Communication Quarterly*, 15(1), 67-79.
- Josephson, S. & Holmes, M. E. (2008). Eye Monitoring Studies on TV News and the Web Converge: A Tale of Two Screens. In *Passive Eye Monitoring: Algorithms, Applications and Experiments*, R.I. Hammoud editor, Springer-Verlag, Berlin Heidelberg, 387-420.
- Josephson, S. & Holmes, M.E. (2006, Março). *Clutter or content? How on-screen enhancements affect how TV viewers scan and what they learn*. Proceedings of the 2006 symposium on Eye tracking research & applications, San Diego: California, 27-29 March 2006, 155-162.
- Lei Constitucional n.º 1/89, de 8 de Julho (Segunda Revisão da Constituição).
- Lopes, F. (2008). *A TV do Real. A televisão e o espaço público*. Coimbra: Minerva.
- Lopes, F. (1999). *O Telejornal e o serviço público*. Coimbra: Minerva.
- Mayer, R. & Moreno, R. (1998). A Split- Attention Effect in Multimedia Learning: Evidence for Dual Processing Systems in Working Memory. *Journal of Educational Psychology*, 90, 312-320.
- Mendes, J. A., Santos Silva, C. & Marques, N. (2007, Março 3). 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>.
- McClellan, S., & Kershbaumer, K. (2001). Tickers and bugs: Has TV gotten way too graphic? *Broadcasting and Cable*, 131, 50, 16-20.
- 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.
- Nielsen, J. & Pernice, K. (2010). *Eye tracking Web Usability*. Berkeley: New Riders
- 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.
- Rele, R., & Duchowski, A. (2005). *Using Eye tracking to Evaluate Alternative Search Results Interfaces*. In Proceedings of the Human Factors and Ergonomics Society, 49th Annual Meeting. Orlando, FL.
- Roglán, M. & Equiza, P. (1996). *Televisión Y lenguaje. Aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Santos, R. (2002). Dez anos de história da SIC (1992-2002). *Observatório*, 6, pp.93-105.
- Saraiva, M.R. (2001). *L'environnement sensible dans les musées à caractère ethnologique. Approche interdisciplinaire des ambiances muséales*. Tese de Doctorat en Architecture inédita, Universidade de Nantes/CRESSON.
- Shaw, C. (2003). TV News: Why More is Less. *British Journalism Review*, 14, 58-64.
- Silveiro, P. (2006). O jornalista enquanto actor. *Politecnia*, 12, 43. Recuperado em 2007, Novembro 18, de <http://www.ipl.pt/politecnia/n12/NovoeInteressante.pdf>.
- 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_segundafeira.html

**Anexo 1: Imagens
referentes à evolução
histórica**

Anexo 2: Inquérito aos Jornalistas

**Anexo 3: Inquéritos aos
alunos (visionamento de 3
jornais televisivos)**

Anexo 4: Inquéritos
aplicados na experiência
eye tracking