



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Artes e Letras

**A seleção de notícias da TVI na
era da abundância informativa
Os critérios que definem o
agendamento do *Jornal das 8***

Maria Inês Nunes Valente

Dissertação para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientadora: Prof. Doutora Sónia Sá

Covilhã, outubro de 2018

Dedicatória

À minha bisavó Laura, símbolo de amor e dedicação.

Agradecimentos

À Professora Doutora Sónia Sá que, desde o primeiro momento, mostrou entusiasmo em orientar esta dissertação, pelo elevado rigor científico com que o fez, pela total colaboração no solucionar de todas as dúvidas e problemas e pela inexcedível disponibilidade e incentivo.

À Universidade da Beira Interior, em particular aos Professores da Faculdade de Artes e Letras, dos cursos de Ciências da Comunicação e Jornalismo, pelo ensino exímio ao longo destes cinco anos.

À TVI, na pessoa do Dr. Sérgio Figueiredo, pela oportunidade concedida em realizar o meu estágio curricular nesta estação de televisão; aos elementos da redação de informação do Porto, pelas experiências partilhadas e por todo o conhecimento transmitido.

Ao meu futuro marido, Pedro, pela imensurável paciência, pela força, companheirismo e amor ao longo de todos estes anos e por me inspirar, todos os dias, a lutar pelos meus sonhos.

À minha mãe, Fátima, e ao meu pai, Paulo, pelo amor incondicional, pelos valores com que me educaram e por tornarem possível a minha formação académica.

À minha irmã Catarina, por estar sempre ao meu lado e pela forma bonita como ilumina a minha vida.

Aos meus avós, Aida e Augusto, pelos sábios conselhos e pela constante presença e apoio.

À minha amiga Bélinha, que, comigo, partilhou momentos de hesitação, de desânimo e de ansiedade, por me ter dado a mão desde o início desta caminhada e pelas inúmeras conversas e sugestões que ajudaram a enaltecer este trabalho.

À minha amiga Mariana, pelas palavras de força e incentivo nos momentos de maior esmorecimento.

À minha amiga de infância, Joana, pela amizade verdadeira.

A todas e a todos que não estão aqui citados mas que, de uma forma ou de outra, tornaram possível a realização desta investigação, o meu mais sincero obrigada.

Esta dissertação também é vossa!

Resumo

Longe vai o tempo em que o consumo informativo só era possível através dos tradicionais meios de comunicação (imprensa escrita, rádio e televisão). Com o aparecimento da internet, e consequente migração do jornalismo para o meio digital, e a introdução dos canais de televisão por subscrição, os conteúdos noticiosos dispararam a um ritmo nunca antes visto. O público é hoje bombardeado por uma quantidade imensa de informação, proveniente tanto dos canais de televisão generalistas, como dos temáticos, dos jornais, das rádios e plataformas digitais de cada órgão de informação. Conhecer os critérios de noticiabilidade pelos quais os responsáveis editoriais se guiam no momento de selecionar os acontecimentos a noticiar e/ou aqueles que, pelo contrário, ficam sem direito de existir em termos jornalísticos é, por isso, fundamental. Esta importância acresce no que concerne aos programas noticiosos de uma estação de televisão generalista, na medida em que ainda continuam a agregar uma parte considerável da população. Os média em geral, e a televisão em particular, são os principais impulsionares da opinião pública. Os assuntos por estes destacados são, quase sempre, os que adquirem maior importância junto dos cidadãos, o que evidencia uma relação direta entre a agenda noticiosa dos média e a agenda do público. Com esta dissertação pretende-se, assim, apurar quais são os critérios de noticiabilidade que definem o agendamento do noticiário com maior número de audiências da Televisão Independente (TVI), o *Jornal das 8*. A escolha da estação de televisão para objeto de estudo da nossa investigação resulta da realização do nosso estágio na redação informativa do canal no Porto, por um período de três meses. Os dados empíricos resultantes da observação etnográfica permitiram-nos conhecer a organização e dinâmica da redação e parte das discussões editoriais relativamente aos acontecimentos a cobrir e a alinhar para o *Jornal das 8*. Através da análise de conteúdo realizada ao bloco informativo, descobrimos as temáticas e os assuntos dominantes deste, a sua tendência, os agentes noticiosos em destaque e o número de exclusivos emitidos pelo canal. Por sua vez, as entrevistas aos profissionais “da casa” permitiram-nos confirmar alguns dos dados recolhidos na observação e conhecer os valores-notícia mais relevantes para a estação televisiva. Os três métodos de observação, atuados de forma conjunta, permitiram-nos, assim, identificar a estratégia editorial da TVI na era da abundância informativa e perceber quais são os critérios de noticiabilidade que definem o agendamento do noticiário com maior número de audiências do canal generalista, o *Jornal das 8*.

Palavras-chave

Jornalismo televisivo, critérios de noticiabilidade, agendamento, *Jornal das 8*, TVI

Abstract

Gone are the days when informative consumption was only possible through traditional means of communication (press, radio and television). With the rise of the internet, and the consequent migration from journalism to the digital medium, and the introduction of pay-TV channels, news content has increased at a pace never seen before. The public has now access to an immense amount of information, coming from television, both generalist channels and the thematic ones, the newspapers, the radios and digital platforms of each of these media. Knowing the criteria of newsworthiness by which editorial leaders are guided in selecting the events to be reported and/or those that, on the contrary, do not have the right to exist in journalistic terms is therefore fundamental. This importance increases in the news programmes of the generalist television channel because they continue to hold a considerable part of population. The media in general, and television in particular, are the main builder of the public opinion. The issues they highlight are, almost always, those that acquire a greater importance among citizens, which shows a direct relationship between the news media agenda and the public agenda. This dissertation intends to find out which are the criteria of newsworthiness that define the scheduling of the news programme with the largest audience on the portuguese channel, called TVI (independent television), with the news programme called *Jornal das 8*. The choice of the television station to do our investigation results from the accomplishment of our internship in the informative writing section of this channel in Oporto, for a period of three months. The empirical data resulting of the ethnographic observation allowed us to know the organization and the dynamics of the writing and part of the editorial discussions regarding the events to be covered and to be aligned to the news programme called *Jornal das 8*. Through the analysis of the content of the information block, we found out the themes and the dominant issues, its trends, the prominent news agents as well as the number of exclusive news issued by the channel. Futhermore, the interviews with the professionals “of the house” allowed us to confirm some of the data collected in the two analyzes and to know the news-values more relevant to that television station. The three methods of observation, together, allowed us to identify the editorial strategy of TVI in an era of information abundancy and to understand which are the newsworthiness criteria that define the scheduling of the news programme with the largest number of audience of the generalista channel, *Jornal das 8*.

Keywords

Television journalism, criteria of newsworthiness, agenda-setting, *Jornal das 8*, TVI

Índice

Dedicatória	iii
Agradecimentos	v
Resumo	vii
Abstract	ix
Lista de figuras	xv
Lista de tabelas e gráficos	xvii
Introdução	1
PARTE 1 - ENQUADRAMENTO TEÓRICO	5
Capítulo 1.	7
Compreender a televisão	7
1.1. Contextualização histórica	7
1.2. O nascimento da televisão em Portugal	9
1.3. O impacto do “pequeno ecrã” e a importância da informação televisiva	12
Capítulo 2.	19
O jornalismo televisivo	19
2.1. Dos primeiros noticiários televisivos aos atuais	19
2.2. Formato e constituição dos telejornais	26
2.3. Rotinas de produção jornalística na televisão	32
2.4. A construção social da realidade	37
Capítulo 3.	43
Identificar a informação	43
3.1. Como saber o que é notícia?	43
3.2. A era da abundância informativa	47
3.3. O processo de <i>gatekeeping</i>	50
Capítulo 4.	57
Como são selecionadas as notícias que passam para a audiência?	57
4.1. Do <i>newsmaking</i> aos critérios de noticiabilidade	57
4.2. A construção do alinhamento	65

4.3. A importância do <i>agenda-setting</i>	72
PARTE 2 - ESTUDO EMPÍRICO	79
Capítulo 5	81
Metodologia e desenho da investigação	81
5.1. Tema e problema	81
5.2. Objetivos e hipóteses	82
5.3. População e amostra.....	82
5.4. Metodologia da Investigação	84
5.4.1. Análise etnográfica.....	84
5.4.2. Entrevistas.....	85
5.4.3. Análise de conteúdo	85
Capítulo 6	86
Apresentação da empresa noticiosa estudada (TVI)	87
6.1. O começo de tudo	87
6.2. Organização e funcionamento da redação	89
6.3. O circuito interno da informação	92
Capítulo 7	97
Análise e apresentação dos resultados	97
7.1. Análise etnográfica	97
7.2. Entrevistas	104
7.2.1. Entrevista a Sérgio Figueiredo, diretor de informação da TVI	105
7.2.2. Entrevista a Ana Peixoto, coordenadora chefe-adjunta da redação de informação do Porto	108
7.2.3. Entrevista a Patrícia Jesus, membro do departamento de Agenda da TVI	109
7.3. Análise de conteúdo	111
7.3.1. Temática dominante.....	112
7.3.2. Forma dominante.....	116
7.3.3. Tendência dominante.....	119
7.3.4. Agentes noticiosos em destaque.....	121
7.3.5. Desenvolvimento de notícias anteriores	123
7.3.6. Exclusivos do <i>Jornal das 8</i>	124

7.3.7. Abertura e fecho do <i>Jornal das 8</i>	125
Capítulo 8.	131
Discussão de resultados e conclusão	131
Referências	141
Anexos	151

Lista de figuras

Figura 1 - Modelo de alinhamento de Maciel (à esquerda) e de Paternostro (à direita)	30
Figura 2 - Alinhamento do Jornal da Uma da TVI	31
Figura 3 - Método de gatekeeping aplicado por Lewin	51
Figura 4 - Modelo de gatekeeping de David Manning White	52
Figura 5 - Processo do agendamento apresentado por Rogers, Dearing e Bregman	73
Figura 6 - Visão geral do primeiro andar da redação	90
Figura 7 - Redação do Porto	91

Lista de tabelas e gráficos

Tabela 1 - Temática dominante do Jornal das 8	113
Tabela 2 - Assuntos dominantes da temática “Sociedade”	115
Tabela 3 - Forma dominante do Jornal das 8	118
Tabela 4 - Tendência dominante do Jornal das 8	120
Tabela 5 - Desenvolvimentos de notícias anteriores no <i>Jornal das 8</i>	123
Tabela 6 - Exclusivos do Jornal das 8	124
Tabela 7 - Abertura do Jornal das 8	126
Tabela 8 - Fecho do Jornal das 8.....	127
Gráfico 1 - Agentes noticiosos em destaque no <i>Jornal das 8</i>	122

Introdução

A televisão trouxe à sociedade a possibilidade de presenciar acontecimentos que ocorram em qualquer parte do mundo, seja em direto ou em diferido, o que, desde logo, nos remete para a “aldeia global” de Marshall McLuhan. Efetivamente, as novas tecnologias encurtaram distâncias entre cidadãos. Um aumento de troca de informações que se acentuou com a introdução dos novos canais de televisão por subscrição e com a migração do jornalismo - e do apelidado jornalismo amador - para as plataformas digitais. E é neste contexto que surge a era de abundância informativa, onde os cidadãos se deparam com conteúdos noticiosos vindos de todos os meios: canais de televisão generalistas, canais de televisão temáticos, rádios e jornais, acrescentando, ainda, as atualizações que, constantemente, são partilhadas pelos órgãos de informação nos seus sites, aplicações e redes sociais.

Os média foram e continuam a ser os principais impulsionadores da opinião pública, uma vez que, através dos temas a que dão destaque nos seus programas e/ou publicações noticiosas, propiciam o debate entre os cidadãos. Os assuntos mais destacados pelos média nas suas agendas são, quase sempre, os assuntos adotados como mais importantes para a sociedade, o que evidencia uma relação direta entre a agenda dos média e a agenda do público. Neste sentido, consideramos que os noticiários televisivos continuam a ter um papel essencial, tendo em conta que são dos programas que abrangem um público congregado mais heterogéneo e em maior número. Além de que, no que concerne à população mais velha - ou menos digital -, os conteúdos noticiosos televisivos podem ser, ainda, a única fonte informativa a que conseguem ter acesso e, por esse motivo, o processo de *agenda-setting* é tão relevante.

Os jornalistas só tornam públicos os acontecimentos que consideram ser de maior importância. Desta forma, quando os espectadores estão a visionar um programa informativo não estão a ter acesso a todos os acontecimentos que ocorreram no país, e muito menos no mundo. Mas sim, a visionar informações filtradas, decorrentes de um processo de *gatekeeping* constante que promove a inclusão e a exclusão de determinados temas, o que significa que os cidadãos só vêem aquilo que a estrutura noticiosa quer que se veja. E o que é que a TVI, em concreto, quer que os seus espectadores vejam? Numa altura em que somos diariamente ‘bombardeados’ por uma quantidade abundante de informação, como é que este canal seleciona os acontecimentos que vão entrar no seu programa noticioso com maior número de audiências, o *Jornal das 8*? Quais são os critérios que estão subjacentes a essas escolhas? Foi precisamente esta a problemática que esteve na origem do presente estudo, e que se converteu na seguinte pergunta “Quais são os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*, o noticiário com maior número de audiências da TVI?”.

A nossa investigação é composta por oito capítulos, divididos em duas partes: a primeira de enquadramento teórico, que contém quatro capítulos, e a segunda de vertente empírica, que

contém, igualmente, o mesmo número de capítulos, e reporta ao nosso período de observação na redação de informação da TVI no Porto, durante o período de três meses.

O primeiro capítulo contextualiza, essencialmente, o nascimento da televisão, enquanto novo *medium* de revolução mediática. Tanto em Portugal como no resto do mundo, o aparelho televisivo constituiu-se como um dos fenómenos mais importantes, tendo em conta todas as potencialidades que oferecia. Aos poucos os portugueses começaram a familiarizar-se com o meio, essencialmente, através do primeiro canal nacional, a RTP. Todo esse processo de criação está explanado neste capítulo, assim como a importância que o “pequeno ecrã” conseguiu conquistar no mundo do jornalismo.

É no segundo capítulo que entramos, verdadeiramente, no jornalismo televisivo e naquele que é o programa informativo mais popular e mais visionado do meio, o telejornal emitido às 20h00. Fazemos uma viagem pelos primeiros noticiários televisivos, que nasceram na década de 50, até aos atuais, e expomos as naturais diferenças. O formato e constituição dos programas noticiosos são hoje muito mais elaborados, o que acreditamos dever-se tanto às rotinas de produção jornalística já cimentadas no meio como ao avanço tecnológico que trespassou o jornalismo em geral e o televisivo em particular. Além disso, o capítulo aborda, ainda, um dos temas que mais discussão suscita entre estudiosos do jornalismo: a construção social da realidade.

Já o terceiro capítulo é tomado por uma quantidade infinita de questões: “o que é um acontecimento?”, “o que é uma notícia?”, “porque é que certos acontecimentos são notícia e outros ficam sem direito de existir em termos públicos?”, “quem é responsável por essa seleção?”, entre muitas outras. Numa altura em que vigora a informação excessiva - um dos pontos que também estará em análise no terceiro capítulo -, o processo de *gatekeeping* apresenta uma importância extrema em qualquer órgão de informação. Nesse sentido, será analisado o papel do *gatekeeper*, desde o seu aparecimento até às diferentes fases de atuação numa estação televisiva, e onde são, já, apresentadas algumas observações que recolhemos em contexto de estágio na TVI.

Por sua vez, o quarto e último capítulo do enquadramento teórico aborda um dos elementos essenciais, quer na seleção de acontecimentos quer na produção noticiosa, para os profissionais do jornalismo - os critérios de noticiabilidade. São apresentados alguns valores-notícia teorizados por autores como: Galtung & Ruge (1993), Mauro Wolf (2009) e Nelson Traquina (2004), e é feita uma ponte com autores que trabalham esta temática tendo em conta o contexto de informação abundante. Ainda neste capítulo é evidenciado todo o processo de construção de um alinhamento televisivo e realçada a importância do *agenda-setting*.

A revisão empírica possibilitou-nos a análise de diversos aspetos, tais como: identificar a estratégia editorial da TVI na era da abundância informativa, perceber quais são os critérios de

noticiabilidade que mais influenciam a seleção e divulgação das notícias da estação, verificar quais são os critérios a que as notícias têm que corresponder para serem destacadas para a abertura do *Jornal das 8* e analisar as temáticas que detêm maior preponderância no programa informativo bem como as razões para que isso aconteça. Desta forma, estabelecemos duas hipóteses:

H1: A TVI, sendo a estação que, usualmente, consegue o maior número de audiências, tanto no entretenimento como na informação, tem critérios exclusivos para escolher as notícias que devem ou não ser alinhadas no *Jornal das 8* (noticiário com maior número de audiências) bem como para definir a sua ordem hierárquica ao longo de todo o programa informativo;

H2: As decisões dos responsáveis editoriais da TVI, no que respeita às notícias que são divulgadas no *Jornal das 8*, são sempre tomadas tendo em atenção um dos critérios universais do jornalismo, que têm em conta, na essência, o do interesse público, mas também nunca descurando de uma das variáveis que consideramos determinante numa estação privada, a medição das audiências.

Para procedermos à possível validação das hipóteses mencionadas utilizámos as seguintes metodologias de investigação: a) a observação direta e participante, que consistiu na nossa presença na redação informativa da TVI por um período de três meses e que culminou na escrita de vários diários de campo; b) as entrevistas exploratórias, que possibilitaram a confirmação de alguns dados recolhidos no campo de observação e, por último, c) a análise de conteúdo ao *Jornal das 8*, que comportou um estudo exaustivo às peças noticiosas emitidas no programa informativo por um período de tempo muito preciso (dias 12, 14, 16, 18, 20 e 22 do mês de março e 9, 11, 13, 15, 17, 19 e 21 do mês de abril).

Todos os dados recolhidos estão detalhadamente descritos nos capítulos seis e sete da dissertação. O último capítulo da mesma, intitulado “Discussão de resultados e conclusão” está reservado às considerações finais sobre o nosso estudo, evidenciando de que forma a investigação nos permitiu responder à pergunta de partida e aos objetivos mencionados, assim como verificar se se confirmam, ou não, as hipóteses levantadas.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

PARTE 1 - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Capítulo 1.

Compreender a televisão

O aparecimento da televisão constituiu-se como um dos mais importantes fenómenos não só em Portugal, mas em todo o mundo. Embora em território nacional a expansão do aparelho televisivo tivesse chegado com algum atraso em comparação com outros países, desde que a Rádio e Televisão de Portugal emitiu as primeiras imagens experimentais, as potencialidades oferecidas por este novo *medium* não mais pararam de ser exploradas. Assim, com a conseqüente emergência do jornalismo televisivo e ultrapassada a fase de ditadura do país, os telespectadores portugueses puderam receber em suas casas informação atualizada não só sobre Portugal, mas também sobre alguns acontecimentos ocorridos no resto do mundo. O que fez com que, desde logo, a população optasse por este meio de comunicação, que se apresentou como uma companhia de todas as horas e que, ainda hoje, apresenta uma importância fundamental no quotidiano de muitos cidadãos.

1.1. Contextualização histórica

Não existe, ao certo, apenas um nome que possa ser associado à invenção da televisão. Foram vários os estudiosos que, de uma forma ou de outra, contribuíram para a criação desta tecnologia que transformou o mundo e marcou, e ainda continua a marcar, gerações.

Considerado um hibridismo, dada a formação do vocábulo ser uma junção de elementos de origem grega (“tele”) e elementos de origem latina (“visão”), foi no ano de 1900¹, aquando da Exposição Universal², que se realizava em Paris, que a palavra “televisão” foi pronunciada pela primeira vez. Numa altura em que a “caixinha mágica” se referia única e exclusivamente à transmissão de imagens, animadas e sonorizadas, à distância, longe se estaria de imaginar que este novo meio de comunicação se transformaria naquilo que é atualmente.

John Logie Baird descobre, em 1923, a técnica de transmissão de imagens através de ondas hertzianas. Cinco anos depois, os progressos técnicos desta transmissão faziam-se sentir já nos Estados Unidos da América e, mais tarde, em França também. E terá sido, precisamente, na

¹ Informação retirada do texto “Repensar a Televisão: uma visão positiva sobre o papel da televisão como elo social, veículo de cultura e espaço de lazer”, de Miguel Ruivo. Consultado em 8 de janeiro de 2018 através de <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/04/ruivo-miguel-repensar-a-televisao.pdf>.

² Feira de carácter mundial que tinha como intuito celebrar as conquistas do século passado e acelerar o processo das que se avizinhavam.

capital francesa, na noite de 25 de abril de 1935, que foram emitidas as primeiras emissões televisivas oficiais, através do transmissor da Torre Eiffel.

Nos últimos anos da década de 30, existiam já algumas cidades de diferentes países que conseguiam assegurar às suas populações várias horas de programação semanais. A Alemanha destacava-se com 35 horas, seguindo-se Londres, o local onde surgiu o primeiro programa televisivo oficial, com 24 horas, e Paris, com uma transmissão semanal de 15 horas. Mais tarde, nascia um novo conceito na história da televisão e do jornalismo, - o de “telejornal” -, com a emissão, em França, de dois telejornais por dia.

Os avanços tecnológicos que se fizeram sentir durante a II Guerra Mundial foram fundamentais para o progresso televisivo. O *boom* da televisão aconteceu com o término da guerra e, como refere Ruivo (s.d.), é desde então “que começa a história da televisão para todos” (p. 5). A começar a ser presença obrigatória em praticamente todos os lares e a fazer parte do quotidiano das pessoas, o aparelho torna-se o principal meio de comunicação da sociedade.

Os papéis de intervenção possibilitados por este *medium*, tanto a nível social como político, começaram a ser visíveis. O primeiro importante poder político oferecido pela televisão, assim se consensualizou, aconteceu em 1960, quando John F. Kennedy foi eleito presidente dos Estados Unidos da América. A campanha televisiva, que comportou desde discursos, entrevistas e debates públicos, foi essencial para essa vitória. Desde então, todos os políticos passaram a ver na televisão o meio ideal para conseguirem chegar à sua audiência³.

No entanto, segundo Cádima (1996), é na transmissão dos primeiros passos do homem à Lua, acompanhados em direto em mais de 40 países, inclusive Portugal, que se encontra um dos fenómenos mais importantes emitidos pela televisão. “Tratou-se, sem dúvida, da ‘emissão televisiva do século’” (Cádima, 1996, p. 14).

As inovações televisivas não pararam e em 1975 surgia mais um grande projeto que constituía um marco importante na história da televisão: o Home Box Office (HBO), o primeiro canal por cabo dos Estados Unidos da América. Com este serviço por assinatura, que apenas transmitia filmes, oficializava-se a entrada naquela que é conhecida como a segunda era do *medium*: a era da televisão por cabo.

Com este novo aparelho eletrónico, os telespectadores passam, assim, a usufruir de uma transmissão por satélite, em detrimento da tradicional televisão analógica. Depressa começa a surgir uma vasta oferta de canais especializados com apostas nas mais variadas temáticas, como

³ Entendemos por audiência a massa indiferenciada de pessoas que assistem à televisão. Ao longo de toda a dissertação será utilizado este conceito para fazer referência a este grupo de cidadãos, tendo em conta que o nosso estudo é direcionado para o meio televisivo.

a música, o desporto, os programas infantis e os programas de informação, que dão ao telespectador a possibilidade de escolher aquilo que pretende ver.

Já no final do século XX, a televisão conhece uma nova era: a digital. Através desta técnica, o *medium* conseguiu adquirir funcionalidades próprias de um computador, permitindo, assim, também, jogar, ouvir música e visionar filmes. A diversidade de serviços e tipos de programação disponíveis no “pequeno ecrã” permite aos espectadores escolherem qual a funcionalidade que pretendem fazer uso.

Se antes do aparecimento da televisão, nenhum outro media apresentou tantas potencialidades, também é verdade que, do mesmo modo, nenhum outro media inspirou tantos receios. Se é verdade que a televisão tem um enorme número de adeptos, desde a sua primeira era, e que continua a ganhar seguidores, independentemente de constantes evoluções ao nível dos outros media, também constatamos um significativo número de contestadores da televisão, que nela vêem apenas desvantagens e perniciosos resultados do seu uso (Ruivo, s.d., p. 6).

A disseminação de conteúdos para um extenso número de pessoas nem sempre foi apreciada pela sociedade como algo favorável e por isso os pontos negativos associados ao progresso da televisão começam a surgir na década de 60. As razões apontadas para esse efeito, segundo Ruivo (s.d.), são a excessiva dependência que esta pode causar, a predisposição que existe para peças-espetáculo, a exibição de diversas formas de violência ou a preferência da audiência por programas de entretenimento ao invés de programas de carácter informativo. Também Francisco Rui Cádima (1996) considera que as preferências televisivas dos cidadãos de todo o mundo, em geral, recaem, sobretudo, em programas recreativos e de espetáculo, o que faz com que a televisão seja vista como “um meio de entretenimento”. E sublinha: “Em casos excepcionais poder-se-á privilegiar a informação e a cultura (...)” (p. 9).

1.2. O nascimento da televisão em Portugal

A ansiedade do público é enorme e o parque de Palhavã vai ser pequeno para conter os muitos milhares de pessoas que hoje ali acorrem para gozar o notável espetáculo, em condições excelentes - auditivas, visuais e de comodidade -, pois, para o efeito, além da bela esplanada do pavilhão da Radiotevisão Portuguesa, existem na Feira, em vários locais, mais de 20 aparelhos receptores. (...) As primeiras emissões de televisão em Portugal correspondem a um dos maiores acontecimentos de qualquer época. O povo de Lisboa verificará, esta noite, na Feira Popular, como isto é certo. (Teves, 1998, p. 39)⁴

Foi através da peça jornalística divulgada pelo jornal *O Século*, em cima transcrita, que os portugueses tiveram conhecimento da chegada da televisão ao país. Passavam cerca de 30 minutos das 21 horas quando a Radiotevisão Portuguesa (RTP) transmitiu as suas primeiras

⁴ Excerto da edição de 4/9/1956 do Jornal “O Século” citada por (Teves, 1998, p. 39).

imagens⁵. Numa altura em que eram poucos os países europeus que ainda não usufruíam de emissões televisivas, a data de 4 de setembro de 1956 revelou-se um marco ao assinalar a história da televisão em Portugal.

Aquando do encerramento da emissora de rádio CT1AA, Abílio Nunes dos Santos manifestou vontade em criar uma estação de televisão, no entanto os conhecimentos técnicos e o elevado capital que um canal televisivo exigia impediram-no de avançar. Terá sido a entrega de um estudo intitulado “Televisão - Estado Atual e Possibilidades de Instalação em Portugal”, redigido por Francisco Maria Bordalo Machado, para um concurso a engenheiro de 1ª classe, um dos passos decisivos para o estabelecimento da televisão nacional.

Desde então, passar da teoria à prática começou a ser o grande objetivo. Após conceder autorização dos estudos para a implementação da televisão no país, Salazar criou um grupo que se dedicou exclusivamente aos estudos televisivos, sempre controlados pelo governo. Em 1954, o Grupo apresentou o relatório “A Televisão em Portugal”, positivamente avaliado por uma firma americana de engenheiros que autorizou o prosseguimento dos trabalhos.

O primeiro canal de televisão viria a conhecer a sua identidade no ano de 1955, por iniciativa de Marcelo Caetano, com a aposta do Governo na criação de uma sociedade anónima, que tinha como missão principal a prestação de um serviço público. Pouco tempo depois, a sociedade é apelidada de RTP - Radiotelevisão Portuguesa, SARL -, com um capital tripartido entre o Estado, emissoras particulares de radiodifusão e subscritores privados.

No dia 7 de março de 1957, precisamente à mesma hora que havia sido feita a primeira emissão experimental da RTP, o canal dá início às suas emissões regulares, que, no entanto, ainda não teriam carácter definitivo “visto tratar-se justamente de [um] ensaio” que ainda se alongaria por alguns meses até que estivesse concluída a instalação da cadeia de emissores que viria a cobrir “60% do território metropolitano” (Teves, 1998, p. 67)⁶.

Aquando da Revolução dos Cravos, a Radiotelevisão já disponibiliza as suas emissões a todo o país e é ela quem dá a conhecer aos portugueses os rostos dos protagonistas do 25 de abril de 1974. Cerca de oito meses após a queda da ditadura, a estação televisiva desvincula-se do contrato de concessão da RTP, SARL e constitui uma empresa pública denominada Radiotelevisão Portuguesa - RTP.

Após a divulgação do seu segundo canal, concebido em 1968 e conhecido como RTP2, a estação pública decide levar a televisão aos seus dois maiores arquipélagos e cria em 1972 e em 1975 a

⁵ As emissões experimentais da RTP aconteceram na Feira Popular de Lisboa, no parque de Santa Gertrudes, em Pavalhã, local onde atualmente se situa a Fundação Calouste Gulbenkian. O intuito principal das transmissões a partir da Feira foi familiarizar os espectadores lisboetas com o novo meio e preparar alguns funcionários para as novas responsabilidades que teriam.

⁶ Excerto da edição de 7/3/1957 do Jornal “O Século” citada por (Teves, 1998, p. 67)].

RTP Madeira e a RTP Açores, respetivamente. Cinco anos depois da última aposta da Radiotelevisão, surgem as emissões a cores.

Contudo, Portugal sempre vivenciou evoluções tardias em relação aos desenvolvimentos televisivos que iam sendo visíveis em outros países. Aspeto que é destacado por Nuno Cintra Torres (2011):

Em Portugal, em 1986, há os mesmos dois canais que em 1970. Se no início da década de 70 Portugal já estava atrasado cinco a dez anos em relação ao aumento da oferta de canais de um para dois e de dois para três que se processava na Europa desde meados da década de 60, desde então estagnou por completo (p. 198).

É durante o governo de Cavaco Silva, na década de 90, que surgem as estações de televisão privadas em Portugal. “A Constituição de 1976 só permitia a existência de televisão pública e foi apenas em 1989 que os obstáculos à entrada de operadores privados na actividade televisiva foram retirados do texto constitucional” (Sousa, 2000, p. 34). A entrada das empresas privadas televisivas no mercado era algo temido pelas empresas públicas desde a sua criação. Facto que era verificado em toda a Europa, uma vez que a televisão era apontada como “um meio demasiado poderoso e influente para ser deixado nas mãos de empresários privados, gananciosos e pouco conscientes do interesse público” (Torres, N.C., 2011, p. 181).

Concedida a autorização, pelo então primeiro-ministro de Portugal, para se realizar um concurso para a abertura de novas frequências televisivas, estas são, posteriormente, atribuídas à Sociedade Independente de Comunicação (SIC), liderada por Francisco Pinto Balsemão, e à Televisão Independente (TVI), um canal inicialmente detido pela Igreja Católica.

A grelha televisiva portuguesa passa, então, a dispor de quatro canais - dois deles de carácter privado -, deixando, por isso, a RTP de assumir o exclusivo de mais de 30 anos de televisão estatal que lhe havia sido conferido. Segundo Nuno Cintra Torres (2011), a entrada das estações privadas foi potenciada por um esgotamento, verificado a nível mundial, dos monopólios públicos, bem como por um reconhecimento das potencialidades oferecidas por uma eventual concorrência na melhoria da qualidade dos programas televisivos.

Após a introdução de duas novas frequências privadas, o serviço de televisão por cabo não tardou a chegar. É com a aprovação da Lei da Televisão (31-A/98 de 14 de julho) que a presença de canais locais, regionais e temáticos nas televisões portuguesas passou, também, a ser uma realidade.

Afirmado-se, como sublinha Francisco Rui Cádima (1996), como a televisão do século XXI, o serviço por cabo, constituído em 1993 como Cabo TV Portugal, atualmente, designado, como televisão por subscrição, foi crucial para a fragmentação dos espectadores e das audiências. A possibilidade dada às três principais operadoras televisivas de se associarem “aos operadores de cabo e aos produtores internacionais de conteúdo televisivos” (Sousa, 2000, p. 43)

contribuiu, ainda mais⁷, para que as audiências se fragmentassem. Um facto que se temia desde que a emergência de canais temáticos - gastronomia, música, história, desporto, entre outros - para pequenos nichos de mercado começou a ser visível (Cádima, 1996, p. 196).

1.3. O impacto do “pequeno ecrã” e a importância da informação televisiva

A ideia de “companhia”, popularmente atribuída à televisão, foi, desde muito cedo, associada à génese do aparelho que, rapidamente, se tornou num elemento indispensável em praticamente todos os lares. Prova disso são os dados de um estudo, publicado em 2016 e intitulado “As novas dinâmicas do consumo televisivo em Portugal”, apresentado pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), que confirma que a televisão continua a ser o meio mais consumido, com 99% dos inquiridos a afirmarem que veem regularmente programas televisivos. O mesmo estudo revela, ainda, que embora as práticas de consumo audiovisuais se tenham “alterado de modo significativo nos últimos anos, os conteúdos televisivos continuam a ser aqueles que geram um maior interesse por parte da população portuguesa” (p. 34).

O “pequeno ecrã” veio, então, oferecer aos cidadãos a possibilidade de, através dele, puderem assistir a tudo o que se passa no mundo. Segundo Nuno Cintra Torres (2011), a televisão passou a ser um elemento integrador do quotidiano de praticamente toda a população. “É uma presença insinuante e imperceptível” (p. 177) e que apresenta tanta importância para as famílias como o facto de estas terem “trabalho, frigorífico, cama ou educação” (p. 197). Dada esta forte adesão ao novo meio de comunicação, tudo se tornou mais acessível, inclusive a informação, com a produção de telejornais, e o entretenimento, com a emissão de programas do mesmo cariz.

De acordo com Eduardo Cintra Torres (2011), “na segunda metade do século XX, a TV tornou-se a principal fonte de informação e de formação de gostos, opiniões, escolhas, etc.” (p. 29). Embora o jornalismo televisivo, de todas as práticas de jornalismo que vigoravam até à data - impresso e radiofónico -, tivesse sido o que teve o seu aparecimento mais tardio, foi o que gerou, indubitavelmente, um maior impacto na população e que conseguiu conquistar uma audiência mais heterogénea. Sabemos que:

Muitas das crenças hoje existentes sobre o mundo derivam das leituras efectuadas nos media e, principalmente, na televisão. Mais precisamente, na visualização sobre a realidade que é feita na informação e sobretudo nos seus noticiários televisivos. Os telejornais são poderosos instrumentos de cognição social, sendo por isso decisivos na valorização das

⁷ Dado que, inicialmente, era a RTP quem detinha a difusão exclusiva da televisão, a quebra nas audiências começou, desde logo, a ser visível pelo canal quando emergiram as duas estações privadas - SIC e TVI.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

diferentes singularidades de vozes e interesses sociais perante os cidadãos (Brandão, 2010, p. 131).

A imagem é dos mais fortes poderes da televisão e, conseqüentemente, do jornalismo televisivo. A facilidade que o meio de comunicação apresenta de prender, imediatamente, o telespectador ao ecrã, com a difusão de uma simples imagem, leva Pierre Bourdieu (1997) a caracterizá-la como uma “força excepcional” (p. 14). A partilhar da mesma opinião encontra-se António Fidalgo (2015), que considera, igualmente, que uma das potências do meio televisivo está na imagem. Facto que o pode tornar mais procurado do que os restantes tipos de jornalismo, como é o caso, por exemplo, da imprensa.

A televisão é muito mais apta que a imprensa a satisfazer a curiosidade informativa. Desde logo pelo poder da imagem. A afirmação de que uma imagem vale mais do que mil palavras traduz a importância da visualização dos acontecimentos noticiados. Não há narrativa, falada ou escrita, por mais detalhada que seja, que consiga ser tão próxima e tão concreta como uma imagem (Fidalgo, 2015, p. 208).

De acordo com o autor, o ser humano tem o desejo, intrínseco em si mesmo, de estar informado sobre o que se passa à sua volta. É uma curiosidade natural do cidadão comum, que, na maioria dos casos, é satisfeita com a visualização dos noticiários televisivos. O telespectador sente a necessidade de “ver para crer”. Assim, Klaus-Bruhn Jensen (1986) citado por Itania Maria Mota Gomes (2007) considera que é pelo facto de as imagens televisivas concederem uma importante credibilidade às notícias que a população confia naquilo que é difundido na televisão.

Robert A. Hackett (1993) salienta que os telejornais conseguem “uma forma particularmente potente do realismo” através da junção da narrativa com o nível visual do discurso (p. 125). Não significa isto que uma estação televisiva deixe de divulgar uma notícia pelo facto de não ter em sua posse imagens que possam acompanhar o discurso auditivo do jornalista. Por norma, quando este tipo de situações acontece, o meio de comunicação recorre às chamadas imagens de arquivo, uma vez que “a tendência natural” da televisão é “de cada notícia ter imagens por base”, embora, como defende Fidalgo (2015), possam ser dadas notícias sem imagens (p. 209).

Os meios de comunicação em geral têm como objetivo comunicar. Para Nuno Goulart Brandão (2010), comunicar significa tornar um conhecimento, muitas vezes individual, num conhecimento comum. Para o efeito, é necessária “uma relação de partilha de passagem do individual ao colectivo” (p. 27). No caso da televisão, a passagem de um conhecimento individual - o do jornalista - para o coletivo - espectadores - é feito através de uma relação de proximidade muito grande, uma vez que o telespectador tem a tendência de olhar para o jornalista que apresenta as notícias com a ideia de que ele está “mesmo ali à frente”, a falar única e exclusivamente para quem o está a ver.

“Os programas jornalísticos organizam as informações através do recurso a um apresentador que, através da tela, se endereça diretamente à audiência” (Gomes, 2007, p. 12). Desta forma,

o telespectador, sentado em frente ao monitor televisivo, “acredita que o apresentador de um telejornal naquele momento está falando para ele” (Friedrich, 2011, p. 8). Segundo Brandão (2010), a aposta do jornalismo televisivo numa linguagem simples e acessível a todos, de forma a que “a sua compreensão se verifique no maior número de pessoas”, contribui para que os espectadores da televisão se sintam mais próximos e mais familiarizados com este meio (p. 155).

Também o direto é um parâmetro de extrema relevância na televisão e que, segundo alguns autores, como é o caso de Eduardo Cintra Torres (2011), confere ao telejornal uma marca distintiva. O simples facto de este ser “transmitido em directo” contribui para essa peculiaridade (Gomes, 2012, p. 206). Umberto Eco citado por Francisco Rui Cádima (1996) sublinha, em “Apontamentos sobre televisão”, que foi, precisamente, através do direto que a televisão encontrou as características necessárias para se conseguir distinguir das restantes formas de comunicação (p. 97). Para Francisco Rui Cádima (1996), através deste, “surgiu um ‘modo de contar’ os factos”, uma vez que a possibilidade de se conseguir noticiar alguma coisa no momento em que ela acontece era algo inédito (p. 97).

A velocidade e a proximidade oferecidas na realização de um direto levaram o referido autor a instituir um novo conceito na história do jornalismo televisivo: o de “telerrealidade” (p. 97). E, embora, atualmente, a telerrealidade ou o direto, como lhe queiramos chamar, já não seja uma característica exclusiva da televisão, não foi, de todo, ultrapassada e continua a ter uma dimensão única na sociedade. Mesmo que a tecnologia atual permita ao telespectador pegar no comando da sua televisão e “puxar atrás” o tempo televisivo (televisão assíncrona), a esmagadora maioria dos cidadãos atribui uma grande importância ao facto de poder assistir à emissão do telejornal em direto (Gomes, 2012, p. 206).

Por estes motivos, os telejornais apresentam-se como um dos programas mais vistos. Posição que, segundo Eduardo Cintra Torres (2011), se deve “não só” à “sede de informação”, característica da sociedade atual, mas também ao facto de o horário dos noticiários “coincidirem com momentos de disponibilidade das pessoas” (p. 68). Uma vez que é, habitualmente, à hora de jantar, hora em que é transmitido o telejornal⁸, que o cidadão comum, sozinho ou em família, dispõe de mais tempo para se atualizar sobre tudo o que se passa não só no seu país, mas em todo o mundo. Como refere Philippe Marion (1998) citado por Brandão (2010), “os jornais televisivos são encontros quotidianos”, onde a dada hora “nós somos convidados à ‘messe’ da informação” (p. 16).

Para Alfredo Vizeu (2002), o telejornal assume-se como o “meio mais simples, cómodo, económico e acessível para conhecer e compreender tudo o que acontece na realidade” (p.

⁸ Segundo Torres, E. C. (2011), a hora de almoço e de jantar são aquelas que conseguem reunir um maior número de telespectadores ligados à televisão. “Durante o dia, os dois picos de audiência coincidem com as refeições” (p. 68). O pico das audiências verifica-se das 19h30 às 23h, no chamado horário nobre.

91). O acesso fácil e rápido potenciado pela televisão, aliado à falta de hábito⁹ de leitura dos jornais por parte da população portuguesa, faz com que grande parte dos cidadãos privilegiem os jornais televisivos na hora de consumirem informação, uma vez que esta praticamente entra pela casa dos telespectadores sem que estes tenham que a procurar, basta apenas que liguem o aparelho televisivo e sintonizem no telejornal para que tenham do outro lado do ecrã alguém que os atualiza sobre as notícias que marcam a ordem do dia.

Esta preferência da televisão em relação a outros média pode ser verificada com os resultados obtidos no estudo “As novas dinâmicas do consumo televisivo em Portugal” que confirma que apesar de existir um “fosso geracional nas práticas de consumo” entre as gerações mais velhas e as mais novas, estas últimas continuam a manter “uma afinidade muito elevada com a televisão” (ERC, 2016, p. 22). Estes dados vão, assim, ao encontro da tese defendida por Pierre Bourdieu (1997) que assegura existir uma elevada quantidade de pessoas para quem a televisão é a única fonte de informação. “A televisão tem uma espécie de monopólio de facto sobre a formação dos cérebros de uma parte muito importante da população” (Bourdieu, 1997, p. 10).

Dado o privilégio concedido à televisão enquanto meio de comunicação de massas e, tendo em conta a enorme influência que continua a ter nas várias sociedades, este *medium* assume, naturalmente, especial relevância enquanto *medium* formador da opinião pública. Quanto mais elevado for o destaque dos média em geral, e da televisão em particular, a determinados assuntos, maior será a importância atribuída aos mesmos pelos telespectadores. Por esse motivo, Nuno Cintra Torres (2011) assinala o aparelho televisivo como o “principal veículo formador, informador e confirmador de valores, crenças e gostos de enormes extratos da população” (p. 177).

A capacidade de alerta ou de chamar a atenção para, é, também, uma das responsabilidades intrínsecas ao jornalismo televisivo e, por isso, Eduardo Cintra Torres (2011) acredita que é com o intuito de incutir “em muitos espectadores a necessidade de mudança de comportamentos” que os telejornais abordam “temas difíceis” e controversos (p. 28). Por sua vez, Nuno G. Brandão (2010) considera que “os ‘produtos’ dos media (...) influem na formação da opinião pública com o propósito de serem ‘produtor’ e ‘gerador’ de conhecimento” (p. 31). Por isso, na opinião de Joan Ferrés (1999) citado pelo último autor mencionado, a televisão tem “um papel determinante”, uma vez que, tanto a “interpretação que faz da realidade” como o elevado “sentimento de participação” que tem na sociedade, a tornam uma “fonte de socialização” (p. 31). Dada essa particularidade e atendendo à responsabilidade social

⁹ Segundo dados de um relatório publicado em julho de 2016 pela OberCom, intitulado “A imprensa em Portugal - Performances e indicadores de gestão: consumo, procura e distribuição”, ocorreu uma redução nas visitas das plataformas online dos diferentes meios de comunicação em estudo (a saber: Correio da Manhã, Jornal de Notícias, Diário de Notícias, Público, i, Expresso, Sol, Visão, Sábado, Diário Económico, Jornal de Negócios, Record, O Jogo, Açoriano Oriental, Diário de Notícias da Madeira, Jornal do Fundão e Courier Internacional), verificadas pelo segundo ano consecutivo, bem como uma redução na leitura das notícias em papel em comparação com os resultados obtidos na última década (Obercom, 2016).

acrescida da televisão, Brandão (2010) justifica a necessidade de se “defender uma informação televisiva diversificada, integradora de diferentes realidades” (p. 15).

Embora, como refere Eduardo Cintra Torres (2011), a televisão de agora se distinga bastante da de antigamente, “a preto-e-branco que animava membros de três gerações” reunidos “em redor da lareira” (p. 15), e muito se ter alterado no que diz respeito ao jornalismo com o advento e expansão da internet¹⁰, Paulo Dentinho, como escreve no prefácio do livro de Nuno G. Brandão (2010) “As notícias nos telejornais - Que serviço público para o século XXI?”, acredita que o “meio de comunicação por excelência” continua a ser a televisão (p. 9).

Contudo, há autores que defendem que a televisão foi ultrapassada pela internet e que, com o seu aparecimento, perdeu, inclusive, a identidade. Miller (2009) não está de acordo com essa tese e afirma que a popularidade da televisão se encontra em crescimento, e não a diminuir. O que acontece é que, ao invés da televisão estar morta, ela está, sim, a mudar. De acordo com o autor, “imaginar a internet em oposição à televisão é bobagem”, uma vez que ela apresenta, apenas “mais uma forma de enviar e receber a televisão” (p.22). Também Nuno Cintra Torres (2011) defende que a televisão tem demonstrado uma “capacidade de adaptação e reinvenção” única, em comparação com outros média, tendo em conta a revolução digital e que, embora muitas vezes, os jovens optem “por novos processos de consumo e por formatos inovadores”, o que se verifica nesta nova era é um aumento no consumo diário de televisão (p. 17). A justificação para tal crescimento assenta na premissa segundo a qual,

(...) a televisão continua a ser o instrumento basilar da perenidade de hábitos biológicos e sociais de indivíduos e das famílias. A televisão permanece o principal meio de comunicação social de massas a formatar, enformar e a confirmar atitudes e comportamentos, crenças e valores, iconografias e aspirações (Torres, 2011, p. 18).

Sabemos que muitos meios de comunicação atuais superaram meios mais antigos. Segundo Toby Miller (2009), no caso da literatura, por exemplo, conseguiu ultrapassar a retórica, o cinema ultrapassou o teatro, a rádio ultrapassou a música de orquestra. Contudo, sublinha que a capacidade que a televisão possui de “influenciar e incorporar mídias¹¹ mais antigos e mais novos é indiscutível” (p. 24). Já em 1942, Noran E. Kersta, executivo da NBC, citado pelo mesmo autor, realçava a capacidade que a televisão possui em superar qualquer meio de comunicação “em velocidade, precisão e segurança”. Assim sendo, resume Miller (2009), o *medium* tem em

¹⁰ Acredita-se que o seu desenvolvimento tenha ocorrido durante o auge da Guerra Fria, uma vez que fora o receio de um possível ataque nuclear da União Soviética que levou à formação de uma rede descentralizada. Esta tinha como intuito principal manter as ligações com as bases militares dos Estados Unidos da América e, também, garantir a segurança das informações armazenadas nos computadores militares para que, em caso de um hipotético ataque, estas não se perdessem por completo. Desde então, realizaram-se várias experiências de conexão de computadores. Com a criação da Rede da Comunidade Científica Nacional (RCCN), em 1991, a internet começou a ser utilizada por algumas universidades portuguesas e empresas. Contudo, só cerca de três anos depois, em meados de 1994, com a Internet Service Provider (ISP), a rede se popularizou e, de imediato, os órgãos de comunicação social começaram a dedicar a sua atenção ao fenómeno internet e a redigir diversas peças jornalísticas sobre o tema bem como a explorar, também, as potencialidades que este novo meio lhes podia oferecer.

¹¹ Tradução para português do Brasil.

si uma mistura de todos os outros meios, caracterizando-o como um “armazém cultural” (p. 19).

Em suma, podemos constatar que as particularidades do jornalismo televisivo destacadas ao longo deste ponto apresentam uma relevância notória no momento em que os telespectadores decidem consumir a informação que é difundida nos telejornais. Apesar de todas as mudanças que ocorreram desde o aparecimento da televisão até aos dias de hoje - matéria que será abordada mais pormenorizadamente nos próximos capítulos-, verificamos que o “pequeno ecrã” continua a ser um dos meios de comunicação eleitos pelos espectadores na hora de se informarem.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Capítulo 2.

O jornalismo televisivo

Os telejornais assumem-se como o programa informativo mais popular e mais visionado do meio televisivo. Tiveram a sua génese na década de 1950 e, desde então, muito se alterou no que diz respeito ao seu formato, mas, também, aos conteúdos que são emitidos pelo mesmo. Os noticiários de antigamente eram muito distintos daqueles a que se assiste nos dias que correm. A sua constituição é, hoje, muito mais elaborada e dispõe de recursos que, outrora, seriam impensáveis. Por detrás do produto final que é apresentado aos telespectadores está um conjunto de processos e rotinas que permitem aos jornalistas trabalharem com a rapidez e a destreza que o meio televisivo exige. Todo este processo está envolto numa das mais antigas e principais teorias do jornalismo - o *newsmaking* - e que se reflete, pois, na construção da realidade social que os profissionais do jornalismo operam.

2.1. Dos primeiros noticiários televisivos aos atuais

Os portugueses tiveram conhecimento do telejornal em 1959, ano em que a televisão de serviço público emitiu, pela primeira vez, o formato noticioso, e que manteve a sua base protocolar até ao final de abril de 1974. Aquando do seu aparecimento, e dado o contexto de ditadura que vigorava na época em Portugal, os telejornais eram de duração reduzida e o seu conteúdo estava muito circunscrito à agenda dos chefes de Governo e de Estado.

Os telejornais regiam-se pelas preferências do Governo, um facto que se verifica com a permanente abertura do programa informativo com a leitura da agenda dos políticos no poder, sempre estruturada sob instruções específicas ditadas pela censura. “Presidente da República, Presidente do Conselho, ministros e secretários de Estado mantinham a sua exclusividade ‘é vénementielle’ permanecendo regularmente como notícia de abertura do telejornal” (Cádima, 1996a, p. 228). Prova disso, como sustenta Francisco Rui Cádima (1996a), em seu livro “Salazar, Caetano e a televisão portuguesa”, foi o facto de a informação sobre o homem ter pisado pela primeira vez a lua - um facto inédito -, não ter feito a abertura do telejornal, que, na altura, abriu com uma notícia alusiva à primeira visita de Estado do Presidente da República Português.

A verdadeira mudança no panorama televisivo, e do jornalismo televisivo em si, surgiu com a aprovação da Lei da Televisão por Cavaco Silva, aquando da sua entrada para o governo, como foi mencionado no capítulo anterior.

Com a entrada dos canais privados a ideia que prevalece é, como sublinha Dominique Wolton (1994), a “de ‘desligar a televisão da política’ e do Estado para tentar torná-la ‘livre’” (p.29). Sociedade Independente de Comunicação (SIC) e Televisão Independente (TVI) fazem jus a essa tarefa e assentam num maior pluralismo de informação. Por sua vez, o primeiro canal de televisão português, já em período democrático, continua a dar igual relevância e atenção primordial aos conteúdos políticos. “A RTP não procurou desenvolver a sua estratégia de programação em função dos cidadãos. A informação antes e depois da abertura da televisão à iniciativa privada manteve-se na RTP muito próxima dos interesses governamentais” (Sousa & Santos, 2005, p. 71).

Em entrevista a uma das edições do mês de setembro de 1992 ao jornal *Público*, o na altura diretor de informação e programação da SIC, Emídio Rangel, citado por Felisbela Lopes (2004), garante que “com menos duas horas de emissão [a SIC] produz mais informação do que o canal 1 da RTP” (p. 45). Para Lopes (2004), a prioridade dada à informação pelo primeiro canal privado e a sua aposta num jornalismo interventivo, que diz ser visível na primeira emissão da SIC com a notícia de abertura “Estudantes em luta contra as propinas”, terá sido uma das principais e mais importantes marcas do canal na época.

“A televisão privada transmutava-se em símbolo de liberdade e progresso” (Wolton, 1994, p. 30). Não há dúvida que a entrada de novos canais no mercado audiovisual português teve um impacto direto na remodelação de conteúdos de muitos programas emitidos até então. No que concerne aos debates nos vários programas televisivos, Felisbela Lopes (2007) constata mesmo que “(...) à medida que percorrem o ano de 1996, os debates tendem a prestar mais atenção ao social em detrimento da política, mas nunca abandonam esta última” (p. 108).

Nos primeiros cinco anos do século XXI assistiu-se a algumas alterações na grelha televisiva das estações generalistas. Alterações essas que se verificaram, também, nos telejornais, em comparação com os telejornais emitidos nos anos 90. De acordo com Felisbela Lopes (2008), o telejornal torna-se “mais extenso e integra no seu alinhamento géneros televisivos que, até então, configuravam emissões autónomas (debates, comentários políticos, grandes reportagens e entrevistas)” (p. 33). Em 2001, altura em que os canais de televisão, principalmente os dois privados se vêm obrigados a gerir o seu *prime time*¹² entre séries e telenovelas (no caso da TVI) e telenovelas brasileiras e *talk shows* (no caso da SIC), uma vez que seriam os programas de entretenimento aqueles que lhes trariam mais audiências, faz com que as duas estações não tenham tanto tempo televisivo disponível para debates ou grandes entrevistas na sua grelha. Desta forma, opta-se “por introduzir nos telejornais espaços dedicados ao tratamento mais alargado de certos temas (grandes entrevistas) ou à discussão de tópicos da actualidade (comentários)” (Lopes, 2007, p. 41).

¹² Expressão utilizada para fazer referência ao horário nobre em televisão compreendido, regra geral, entre as 20H e as 23H.

O crescente aumento da duração dos telejornais em Portugal foi algo que aconteceu com o tempo, de forma bastante gradual. Se antes os telespectadores podiam assistir a noticiários de curta duração, atualmente deparam-se com noticiários mais longos. Os telejornais das 20H00 duram cerca de 75 minutos, o que, na opinião de Francisco Pinto Balsemão, manifestada no prefácio do livro *“Prime Time: Do que falam as notícias nos telejornais”* (2006), parece ser um caso único na Europa. Contudo, o fundador do grupo Impresa assegura que quando uma estação televisiva tenta reduzir o tempo de duração do seu telejornal “não para os 30 a 45 minutos, que são a regra da União Europeia, mas para os 60 minutos”, os telespectadores, ao invés de visionarem os programas de entretenimento que aquela estação oferece, trocam de canal “em insaciável busca de mais notícias” (p. 11).

A dispor de mais tempo para as suas emissões informativas e, conseqüentemente, com mais notícias para oferecer ao telespectador, as estações televisivas começaram a possuir no agendamento¹³ do seu telejornal, também, notícias de carácter internacional. Quando o jornalismo televisivo ainda estava na sua génese era muito raro uma notícia internacional ser emitida nos telejornais. Aos poucos e poucos, os telejornais começaram a colocar essas notícias no seu espaço interno e atualmente isso é algo que os cidadãos já estão habituados a ver.

“O mundo exterior já não se limita ao que está próximo seja por motivos geográficos, culturais ou outros e muito menos aos locais de onde se dispõe de correspondentes” (Silveira, 2010, p. 216). O autor sustenta esta tese por considerar que, atualmente, a presença de correspondentes em outros países não é um fator obrigatório para que se tenha acesso quer à informação quer à imagem. O recurso à internet e a transmissão de imagens por via satélite possibilita aos telejornais estarem ao corrente dos acontecimentos em todo o mundo bem como a hipótese de, depois, poder noticiá-los. No entanto, para Joel Frederico da Silveira (2010), o facto de os meios de comunicação terem essa acessibilidade não significa que noticiem mais acontecimentos internacionais, uma vez que acredita que os média são “media de proximidade não em termos de âmbito geográfico limitado, mas em termos de âmbito nacional” (p. 216).

Também a interatividade¹⁴ foi algo que, gradualmente, se foi implementando nos telejornais portugueses. Segundo Felisbela Lopes e Carlos Tourinho (2011), para se falar em interatividade na televisão é preciso falar, também, na internet, uma vez que foi devido a este novo meio - dotado de características próprias - que os restantes meios de comunicação sofreram uma determinada desvalorização. Enquanto na internet “todos os usuários podem participar na construção do conteúdo e, efetivamente, tornar-se editores e emissores, além de receptores”, na televisão, particularmente nos telejornais, nem sempre houve essa integração total do telespectador nos conteúdos. “Mesmo nos ambientes mais avançados de televisão, o que se

¹³ Conjunto de notícias destacadas para serem emitidas no telejornal.

¹⁴ Possibilidade de o telespectador interagir com os média, neste caso, em específico, com a televisão.

apresenta é a possibilidade do receptor fazer uso do que lhe é entregue num pacote pronto e fechado” (Lopes & Tourinho, 2011, p. 3).

Em setembro de 2011, de acordo com um estudo realizado pelos autores aos três principais jornais televisivos da televisão generalista, a saber *Telejornal* (RTP1), *Jornal da Noite* (SIC) e *Jornal das Oito* (TVI), constatou-se que nenhum dos noticiários apresentava elementos interativos. Embora o *Jornal da Noite* e o *Jornal das Oito* apresentassem, no final de cada emissão, uma nota com as respetivas páginas da internet onde podiam ser seguidas as notícias - uma referência que não era sequer fornecida no *Telejornal* -, nenhum dos canais privados incentivava, à data, a participação dos telespectadores e fazia uso das ferramentas interativas que possuíam. De acordo com Lopes & Tourinho (2011), esta exclusão dos telespectadores nos conteúdos dos telejornais é grave uma vez que, como salientam:

Sabe-se que a simples existência de um telejornal pressupõe a existência do receptor. É para ele que os jornalistas trabalham. No entanto, isso é pouco para as expectativas da atualidade comunicacional. O telespectador demonstra (através de outros media interactivos) desejar mais do que isso, pois sabe que é possível ter mais (p. 15).

E esse “mais” que, na opinião dos autores, os telespectadores tanto ambicionavam acabou por se tornar uma realidade. Atualmente, assiste-se a telejornais interativos nas televisões portuguesas e que apelam, mais do que nunca, à participação dos telespectadores. Estes deixam de estar cingidos ao mero papel de “receptores da mensagem” podendo manter um contacto mais direto com os conteúdos emitidos nos telejornais.

Os convites aos telespectadores para assistirem à entrevista ou comentário X, que é emitido cerca de 10/20 minutos durante o telejornal de uma estação televisiva e que segue, posteriormente, para o seu canal de informação 24 horas é um exemplo disso. Assim como o pedido, feito habitualmente pelo *pivot* do telejornal, aos telespectadores para o envio de e-mails com fotografias, sons ou vídeos de determinados acontecimentos que estejam na ordem do dia e que estes tiveram oportunidade de testemunhar, habitualmente de carácter trágico (incêndios, inundações, tempestades).

Esta última prática, cada vez mais incentivada, tem, muitas vezes, um duplo sentido associado. Isto é, o interesse principal das estações televisivas nem sempre é fazer com que os telespectadores se sintam integrados nos seus conteúdos, mas sim, aproveitar as “boas imagens”, ou seja, as imagens dramáticas e espetaculares que os profissionais nem sempre têm oportunidade de captar. Por esse motivo, como sublinha Sónia Sá (2017), “são as imagens produzidas por testemunhas oculares (*eyewitness images*) em contextos de conflito e de catástrofe que têm marcado as reportagens dos mais recentes grandes acontecimentos e que aparecem recorrentemente na abertura dos principais espaços noticiosos” (p. 128).

Os telejornais atuais estão carregados de imagens de cariz negativo, que têm como intuito principal prender o telespectador ao ecrã. Pierre Bourdieu (1997) salienta que “a televisão apela à dramatização, no duplo sentido da palavra: põe em cena, em imagens, um acontecimento e exagera a sua importância, a sua gravidade e o seu carácter dramático, trágico” (p. 12). O fator económico encontra-se subjacente a esta atitude das estações televisivas e ao jornalismo que praticam, uma vez que “para que as audiências aumentem é necessário tornar a informação mais apelativa e o caminho mais fácil é o da opção pela informação-espetáculo” (Canavilhas, 2001, p. 1). Brandão (2002) reforça esta ideia salientando que “a informação televisiva passa a ser puro espetáculo, em que se dramatizam os factos à luz do seu consumo pelas massas, na busca de maiores audiências” (p. 71).

Porém, de acordo com Dominique Wolton (1994), o facto de as imagens espetaculares estarem presentes tanto nos programas noticiosos dos canais privados como no do público, pode indicar que os telespectadores só se interessam pela informação que é dramática e violenta. Como atenta João Canavilhas (2001), “o telespectador quer o acontecimento embrulhado em papel de espetáculo (...)”, o que é benéfico para as estações televisivas, pois conseguem lucrar com as audiências que isso lhes proporciona (p. 8). Embora tenhamos consciência de que, efetivamente, aquilo que é dramático e espetacular consegue prender com outra facilidade o telespectador ao ecrã, não acreditamos que este deseje que a informação seja toda transmitida em volta dessa espetacularidade, até porque, nesse sentido, o mercado televisivo está já muito saturado.

“De uma televisão baseada na reflexão, chegou uma televisão que se alimenta e prima pelos afectos e pelas emoções populares”, isto é, “uma televisão que privilegia a atracção do olhar e as reacções sentimentais” (Brandão, 2006, p. 18). O processo de procura pela informação-espetáculo acentuou-se quando as estações privadas viram a oportunidade de ganhar audiências com este tipo de informação, uma visão mercantil que não tardou a chegar, também, à televisão de serviço público. Sousa & Santos (2005) realçam a observação de José Manuel Barata-Feio que garante ter visto aplicar, em 1993, o critério “isto vende ou não vende”, sublinhando que “no número de coisas ‘que vendem’ em televisão estão manifestamente incluídas a violência informativa, a violência em ficção, a violência psicológica, a violência cultural, a violência gratuita e, mais recentemente, a violência ficcionada” (p. 72).

Também Jean-Jacques Jaspers (1998) considera que as imagens de violência são “um excelente vector da emoção” (p. 72), exibidas propositadamente com um fim comercial, tendo em conta a “luta pela informação, em primeira mão” (p. 67). Nuno Goulart Brandão (2010) sublinha que quanto mais essas imagens forem banalizadas, mais telespectadores captarão e, conseqüentemente, mais audiências darão à estação televisiva que as emite, razão pela qual a “a informação televisiva tende a dirigir-se ao grande público, assente numa visão da ‘informação-choque’” (p. 15). E por isso, como sustenta Mariano Cebrián Herreros (1998),

As imagens belas, por exemplo, cada dia aparecem mais ensanguentadas e as de acidentes cada vez com maiores detalhes sobre cadáveres. Não é tanto porque os eventos são mais sangrentos, mas sim porque na hora da seleção se elege aquilo que tem mais novidade, que seja mais incomum, que nunca se tenha visto (p. 173)¹⁵.

Existe um conjunto de elementos que, segundo João Canavilhas (2001), contribuem para evidenciar a espetacularização na informação, são eles: a seleção de dramas humanos - onde se explora os sentimentos dos cidadãos -, a reportagem/direto, a dramatização - onde se evidencia os gestos, o rosto e a expressão verbal, não só das pessoas que fazem parte da notícia, como também do *pivot* - emotivo -, e, por último, os efeitos visuais, que dizem respeito à pós-produção, que possibilita a manipulação de um acontecimento.

Para o autor, a reportagem/direto representa um papel preponderante na espetacularização da informação. Se antigamente os diretos não aconteciam no telejornal com tanta regularidade, hoje, como refere Joel Frederico da Silveira (2010), qualquer conflito ou calamidade de grandes proporções entra pela casa do telespectador quase em simultâneo com o desenrolar do próprio acontecimento. “Estamos perante uma ‘videosfera’ onde os factos se conhecem e tendem a conhecer-se em directo e os cidadãos têm a plena sensação de estar em permanência com um eterno presente” (Brandão, 2006, p. 143). Em “O Espectáculo das notícias: a televisão generalista e a abertura dos telejornais” (2002), o autor reforça a tese segundo a qual o direto surge por influência do espetáculo televisivo que os telejornais emitem, criticando o modo exagerado como ele acontece e “sem que na maior parte dos casos isso traga maior compreensão” (p. 89).

Aliado a isto, existem, também, autores que colocam em causa a autenticidade do direto. Jaspers (1998) considera que, tecnicamente, a televisão pode transmitir um acontecimento em direto. Contudo acredita ser “raríssimo”, como afirma, “que a televisão forneça a reportagem de um acontecimento em directo” (p.65). Para o autor, a expressão “em direto” significa, na maior parte dos casos, que se está a ver uma imagem que não foi previamente gravada, salvo os casos de quando um acontecimento é programado com antecedência, é esperado pelo jornalista ou se algo aconteceu, por imprevisto¹⁶, num local onde há a sorte de se ter uma câmara ligada.

O jornalismo televisivo ‘em direto’ consiste na maior parte das vezes numa intervenção em directo, diante da câmara de um jornalista presente no local onde se desenrola (por vezes onde se está a desenrolar) um acontecimento. A propósito deste acontecimento, o telespectador ouve um relato ou comentário mas não vê nem ouve nada ‘em directo’ no momento da intervenção propriamente dita. As eventuais imagens deste acontecimento

¹⁵ Tradução do texto original: “Las imágenes bélicas, por ejemplo, cada día aparecen más ensangrentadas y las de accidentes cada vez con mayores detalles sobre los cadáveres. No es tanto porque los sucesos sean más cruentos, sino porque a la hora de la selección se elige aquello que tenga más novedad, que sea más inusitado, que no se haya visto nunca”.

¹⁶ Para sustentar esta tese, Jaspers (1998) dá como exemplo as imagens da confusão de Heysel, no ano de 1985, que só foram “transmitidas ‘em directo’” por mero acaso, uma vez que os carros de reportagem se encontravam no local não com o intuito de transmitirem esse acontecimento, que naturalmente era imprevisível, mas sim para um outro que já estava programado, o desafio Juventus-Liverpool (p. 65).

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

foram gravadas antes da intervenção, foram montadas e são difundidas por intermédio de um gravador (Jespers, 1998, p. 66).

Também François Jost (2010), sublinha serem poucos os diretos exibidos pela televisão que não são previamente preparados e programados, afirmando que, de há vinte anos para cá, são poucos os acontecimentos que surgem no ecrã inesperadamente. O autor salienta que,

na maior parte do tempo, a emissão ao vivo é objeto de uma preparação meticulosa, seja ela repetida, como nos dramas dos anos 50-60; seja ela programada, como nos grandes acontecimentos (...); seja ela reiterada cotidianamente, como no telejornal. Essa preparação simultânea da cena (os movimentos na realidade) e do enquadramento (os movimentos no plano e na composição da imagem) faz com que, na maior parte dos casos, não seja possível diferenciar, em um primeiro olhar, uma transmissão direta (...) de uma emissão gravada (...) (Jost, 2010, p. 96).

Todos estes aspetos contribuem, então, para o registo dramático atual presente nos telejornais. Segundo Nuno G. Brandão (2010), estes caminham em direção a um “universo trágico, onde se destacam as catástrofes” (p. 133). O autor faz, por isso, referência às três grandes ordens de catástrofes que Gérard Leblanc sublinha existirem dentro dos telejornais: catástrofes de natureza (erupções vulcânicas, incêndios, inundações, etc.); catástrofes da história (guerras, revoluções, golpes de Estado, etc.) e catástrofes de natureza humana (crimes, escândalos, etc.).

A infinidade de catástrofes emitidas diariamente nos telejornais e, conseqüentemente, todas as imagens espetaculares a elas associadas, leva Mariano Cebrián Herreros (1998) a acreditar que se está perante um novo género informativo - que intitula de *docudrama* -, que

(...) tenta refletir informativamente alguns eventos em que introduz a técnica dramática da ficção. A realidade é tratada com artificialidade e convencionalismo puramente dramática. Procura-se o lado de maior interesse das coisas, como se estas carecessem de garra suficiente para o telespectador (p. 173)¹⁷.

Para o autor, quando o lado dramático não é visível nos telejornais, seja através da imagem ou da informação audível que se transmite ao telespectador, significa que o programa tem um dia informativamente vazio¹⁸. “Assiste-se a um crescendo de entretenimento informativo, no qual se vulgariza e secundariza a informação pertinente, ou seja, aquela que não é geradora de emoções”, refere Nuno G. Brandão (2006), assegurando que as estações de televisão e, principalmente os jornalistas, devem ser os primeiros a lutar contra esse aparente vazio informativo (p. 22).

¹⁷ Tradução do texto original: “(...) intenta reflejar informativamente unos sucesos en los que introduce la técnica dramática de la ficción. La realidad es tratada con la artificialidad y convencionalismo de lo puramente dramático. Se busca el lado de mayor interés de las cosas, como si éstas carecieran de garra suficiente para el telespectador.”

¹⁸ Expressão utilizada para se referir às informações dramáticas, espetaculares e emocionais que os telejornais procuram exhibir.

É necessário reduzir o efeito espetacular característico, atualmente, dos programas de informação. Ainda segundo Brandão (2006), este feito terá fortes probabilidades de ser conseguido quando os valores da humanidade começarem a ser entendidos, pelos decisores dos canais televisivos, como um fator mais importante do que é a visão mercantil da informação. Há uma forte exploração ao “lado negro das notícias”, visível tanto na RTP1, SIC e TVI, mas, mais preocupante do que isso, é existirem “alguns jornalistas a adoptar esse posicionamento informativo como uma mera prática e rotina diária, e não como uma excepção informativa” (Brandão, 2002, p. 71).

Nesse sentido, relembra que os canais generalistas portugueses devem defender uma informação mais diversificada e integradora de diferentes realidades. A televisão de serviço público, principalmente, deve “apostar no jornalismo como forma de conhecimento, longe do sensacionalismo, da dramatização e da espectacularidade das notícias”, favorecendo, assim, “uma informação mais contextualizada e rigorosa nas mensagens a difundir” (Brandão, 2006, p. 20). É, portanto, importante que a televisão generalista pública não olhe para o seu telejornal somente como um programa informativo com necessidades comerciais e com o objetivo único de manter e/ou elevar as audiências.

Hoje, mais do que nunca, a cultura televisiva e as suas notícias e conteúdos são dos mais importantes patrimónios culturais do nosso país, tanto ao nível de importância como de visibilidade. Daí as opções temáticas efectuadas nos telejornais das televisões generalistas não serem questões menores, mas sim problemas centrais da vida (Brandão, 2006, p. 25).

De acordo com Nuno Goulart Brandão (2010), “(...) o interesse ético deve também estar sempre interligado com o interesse informativo (...)”. Defende, por isso, que o desejo das audiências não se deve sobrepor nunca à ética profissional e que os profissionais da comunicação devem ter sempre ética em tudo aquilo que fazem (p. 30). Tese que subscrevemos totalmente, tendo em consideração o papel preponderante que os média representam na sociedade, uma vez que, como iremos ter oportunidade de verificar mais à frente na presente dissertação, é através da agenda noticiosa dos média que a audiência vai hierarquizando as informações que são mais relevantes para si. Por esse motivo, consideramos fundamental que, na hora dos responsáveis editoriais decidirem o que vai integrar o programa noticioso, não o façam a pensar unicamente nas audiências, mas sim tendo em conta o interesse informativo das peças em questão.

2.2. Formato e constituição dos telejornais

Já não é novidade o facto de os telejornais se apresentarem como o principal programa informativo emitido em televisão. Mariano Cebrián Herreros, em “Informacion Televisiva: mediaciones, contenidos, expresion y programacion” (1998), destaca o papel importante atribuído aos telejornais pelos seus telespectadores. O autor refere que “o noticiário de maior

importância e mais presente em todos os canais de televisão é o telejornal”¹⁹ (p. 477), principalmente o que é exibido à hora de almoço e à hora de jantar, que corresponde, em Portugal, às 13 e às 20 horas, respetivamente.

Ainda que hoje o número de pessoas a ver os noticiários dos canais generalistas seja menor, o telejornal continua a ser, lembramos Arlindo Machado (2000), “antes de mais nada, o lugar onde se dão atos de enunciação a respeito de eventos” (p. 104). Assim, é relevante esclarecer que a importância atribuída a estes programas informativos se deve, a par do rápido e fácil acesso ao meio televisivo e ao facto de estes [programas] conseguirem sumariar os principais acontecimentos que marcam o dia em questão (Weaver, 1993), à pontualidade inerente ao formato consensual em que se tornou o telejornal.

Os noticiários televisivos são programas pontuais, regulares e diários: todos os dias às mesmas horas. Às 13 e 20 horas, como havia sido referido anteriormente, iniciam os telejornais em Portugal. Essa “máxima firmeza e pontualidade no cumprimento do horário das notícias televisivas”²⁰ acontece porque “o público já se habituou a que àquela hora em ponto se inicie o telejornal”²¹ (Herreros, 1998, p. 478).

Assim, dada a valorização à pontualidade dos telejornais, não é oportuno que as estações de televisão falhem no que respeita à hora de início dos seus telejornais. Segundo o autor “não há nada pior do que ligar o telejornal à hora certa e ver que a primeira ou segunda notícia já foi emitida”²² (p. 478). Embora com a televisão assíncrona já seja possível contornar este problema, uma vez que o espectador pode voltar o programa ao início, Herreros (1998) considera que, na eventualidade de não o poder fazer e de existir algum atraso ou adiantamento na emissão real noticiosa, isso deixará o espectador um pouco desorientado, o que pode, até, levar à troca de canal, para que possa assistir a um telejornal desde o seu início.

O noticiário televisivo não é uma emissão uniforme. São vários os elementos que compõem o programa informativo, destacando-se, entre eles, as imagens, os textos, os sons, os vídeos, os materiais de arquivo ou os gráficos. No entanto, na opinião de Machado (2000), o composto básico do telejornal consiste em ter, essencialmente, um repórter em primeiro plano, que se dirige a uma câmara, enquanto alguns dos elementos acima mencionados, contextualizam, no pequeno ecrã, o texto noticioso. O autor defende que as “tomadas em primeiro plano enfocando pessoas que falam diretamente para a câmara”²³ (posição *stand-up*), sejam elas

¹⁹ Tradução do texto original: “el noticiario de mayor importancia y más presente en todos los canales de televisión es el telediario”.

²⁰ Tradução do texto original: “máxima fijeza y pontualidade en el cumplimiento de los horarios com los telediarios”

²¹ Tradução do texto original: “la audiencia ya se há habituado a que la hora en punto señalada se inicie el informativo”

²² Tradução do texto original: “no hay nada peor que llegar a un informativo a la hora cita y ver que ya se han expuesto la primera o segunda noticia”.

²³ Tradução para português do Brasil.

jornalistas ou protagonistas: apresentadores, âncoras, correspondentes, repórteres, entrevistados, etc.” são o usual dos telejornais, referindo que, se isto acontecer em direto é “mais adequado ainda” (p. 104). Importa, aqui, salientar que “o telejornal é um programa misto”²⁴ (Herrerros, 1998, p. 489), uma vez que possui partes que são produzidas em direto e outras que são previamente gravadas e que, por isso, já são exibidas estando editadas.

Contrariamente ao jornal impresso, que é organizado no espaço, os telejornais são organizados no tempo e por isso, tal como destaca Paul H. Weaver (1993), as notícias que este apresenta acabam por ser “muito mais coerentemente organizadas e coesas” (p. 297). Dada a relevância do fator tempo na produção de um telejornal, este fica impedido de ter, na sua emissão, um conjunto de notícias *à lá carte*²⁵, o que obriga a escolhas informativas permanentes e uma gestão noticiosa também ela constante. Desta forma,

(...) o noticiário televisivo é assim uma *table d'hôte*, uma colecção de ‘estórias’ seleccionadas e organizadas de modo a serem vistas integralmente por todo o espectador, sem reduzir o tamanho ou o interesse da audiência à medida que o programa prossegue (Weaver, 1993, p. 297).

Assim, e ainda que isso possa significar ter menos notícias na emissão dos telejornais, os profissionais acabam por ter um tratamento muito mais cuidado da informação que seleccionam para ser, ou não, emitida no programa. Em média, a duração de uma peça noticiosa em televisão oscila entre 1’ e 2’30”, no entanto, isso é algo muito relativo, uma vez que “depende da valorização que se dá a cada facto”²⁶ (Herrerros, 1998, p. 480). Neste sentido, são o diretor, o coordenador de redação e os editores das várias secções, os responsáveis por seleccionar e valorizar cada peça jornalística, bem como para definir a sua duração e hierarquia durante a emissão. Este é o trabalho de *gatekeeping* que se continua a verificar nas redações.

Segundo Mariano C. Herrerros (1998), existem três sistemas de valorização na escolha das notícias emitidas nos telejornais, a saber: a ordem hierárquica da informação, a duração de cada peça e o tratamento audiovisual. No que diz respeito à ordem hierárquica da informação mostra que a primeira notícia é aquela que possui maior valor, embora, como destaca o autor, haja casos em que se atribua grande relevância à última notícia do telejornal. Também Jorge Nuno Oliveira (2007) salienta este valor atribuído às notícias, referindo que o editor escolhe como “peça de abertura a informação mais forte, que seja susceptível de captar a atenção do máximo possível de espectadores” (p. 64); quanto à duração de cada peça noticiosa significa que as notícias são valorizadas mediante o tempo em que duram no ecrã e, por último, o tratamento audiovisual tem a ver com a escolha dos profissionais em decidirem exibir a notícia

²⁴ Tradução do texto original: “el telediario es un programa mixto”.

²⁵ Expressão atribuída ao método de organização de um jornal, que significa que este pode publicar muito mais notícias do que aquelas que o leitor pretende ler.

²⁶ Tradução do texto original: “depende de la valoración que se dé a cada hecho.”

em questão, isto é, se através de um direto, de uma peça editada e/ou apresentada sem imagem.

Realizadas as escolhas editoriais, que não têm uma regra geral para ser feitas, e dependem de estação para estação televisiva, a estrutura dos telejornais apresenta um carácter idêntico, pelo menos no que concerne a Portugal. Ou seja, aquando da abertura do programa noticioso, os *pivots* dos três canais principais (RTP, SIC e TVI) expõem as notícias que consideram ser mais importantes, o desenvolvimento do telejornal prossegue com as peças que estavam previstas integrarem a hora informativa, pelo que, habitualmente, o tempo reservado a comentários e/ou debates é, em praticamente todas as estações televisivas, reservado para o final.

Todas as informações relativamente à estrutura e organização de um telejornal são claramente assinaladas no *script*²⁷, isto é, num guião que possui as informações sobre todo o alinhamento do programa informativo. Oliveira (2007) explica que o alinhamento é,

O espaço onde se contêm todas as indicações fundamentais para a produção de um jornal de televisão: os nomes das peças, reportagens, directos, entrevistas ou quaisquer outros materiais televisivos; a ordem por que são emitidos; a identificação do suporte de vídeo; a identificação do suporte de áudio; a respectiva duração; várias outras informações de natureza técnica, adequadas aos métodos de trabalho de cada equipa de realização (p. 62).

Mais uma vez, não existe uma regra própria para a elaboração de um alinhamento noticioso, havendo uma independência das estações de televisão na sua construção. Existem, no entanto, alguns elementos que já estão pré-definidos a essa estrutura, que são de âmbito geral, o que significa que a versão de um alinhamento pode ser igual para as três estações televisivas. Este é feito numa página que apresenta características específicas onde são inseridas informações relativamente à condução do programa, que se divide em três partes: superior, esquerda e direita. A parte superior da página - cabeçalho - apresenta informações como a data, o nome do editor ou repórter do telejornal, o nome do programa, assunto, tempo de duração e o número da página do alinhamento. Por sua vez, a parte esquerda e direita apresentam, respetivamente, indicações daquilo que o espectador vê, isto é, as imagens, e os sons.

Karen C. K. Abreu (2010) salienta que o alinhamento tem duas funções principais: guiar a leitura do apresentador do telejornal e orientar as ações dos profissionais da área técnica que colocam “no ar” o programa (pp. 8-9). A autora evidencia, ainda, dois modelos de elaboração do alinhamento propostos por Maciel (1995) e Paternostro (2002).

²⁷ De acordo com Abreu (2010), *script* é o nome dado à página, eletrônica ou em papel, que serve de guião na produção audiovisual.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

The image shows two examples of TV script alignment. On the left is the 'Maciel' model, which is a simple table with columns for DATA, EDITOR, JORNAL, ASSUNTO, and TEMPO. On the right is the 'Paternostro' model, which includes additional fields like PAG, NOTAS, RETRANCA, LOC, tCAB, tVT, tMAT, PITA, MODI, APV, TEMPO, OK, and EDIT. The Paternostro model also includes a 'cabeça do locutor' (head of the announcer) section and a 'TEXTO OFF' section. Handwritten annotations include 'marcações de vídeo' (video markings) and 'marcações de áudio' (audio markings) with arrows pointing to specific lines in the script.

DATA	EDITOR	JORNAL	ASSUNTO	TEMPO

PAG NOTAS RETRANCA LOC tCAB tVT tMAT PITA MODI APV TEMPO OK EDIT
 00 JD VT SPO ABEIVA VT 0:23 1:00 01:23 BN27 vera VER OK MARI
 TV : GN DATA:ter abr 13 19:43 1999 OBS: nota coberta com arte sobre
 o crescimento da venda de carros importados
 =====
 {{{LOC VIVO}}}
 A QUEDA DO DÓLAR ESTÁ
 AGRANDADO EM CHEIO O
 IMPORTADORES DE
 CARROS.// AS VENDAS
 CRESCEM MAIS DE
 SETENTA POR CENTO EM
 MARÇO.//
 ISSO DEPOIS DO MERCADO
 AMARSA UMA QUEDA BRUSCA
 NAS VENDAS, DURANTE DOIS
 MESES DE DESVALORIZAÇÃO
 DO REAL. OS DADOS SÃO DA
 ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA
 DAS EMPRESAS
 IMPORTADORAS DE VEÍCULOS
 AUTOMOTORES, A ABEIVA.//
 =====
 {{{ RODA VT}}}
 {{{LOC OFF}}}
 NO PRIMEIRO TRIMESTRE
 DESTA ANO AS VENDAS
 CAÍAM PELA METADE.//
 SETE MIL, NOVECENTOS E
 SESENTA E OITO CARROS
 IMPORTADOS FORAM
 VENDIDOS.// NOS PRIMEIROS
 TRÊS MESES DO ANO
 PASSADO, A VENDA CHEGOU
 A TRÊS MIL TREZENTOS E
 OITENTA E TRÊS CARROS.//
 =====
 7.968 1999
 13.383 1998
 =====
 CARROS IMPORTADOS
 Vendas/1999
 Março 3.206
 Fevereiro 1.874
 +73,5%
 =====
 Fonte: ABEIVA
 =====
 MAS AGORA COM A QUEDA DO
 DÓLAR, O MERCADO TOMOU
 IMPULSO: TRÊS MIL
 DUZENTOS E SEIS CARROS
 IMPORTADOS FORAM
 VENDIDOS EM MARÇO.// EM
 FEVEREIRO, EM PLENA
 DESVALORIZAÇÃO DO REAL,
 SÓ FORAM VENDIDOS MIL
 OITOCENTOS E SETENTA E
 QUATRO CARROS.// EM UM
 MÊS, O AUMENTO DAS
 VENDAS CHEGOU A SETENTA
 E TRÊS E MEIO POR
 CENTO.//
 =====
 ↑ marcações de vídeo
 ↑ marcações de áudio

Figura 1²⁸ - Modelo de alinhamento de Maciel (à esquerda) e de Paternostro (à direita)

Segundo explica, o alinhamento de Maciel (1995) é o mais antigo, contudo é um modelo que possui todos os elementos obrigatórios a um guião televisivo. Já o modelo de alinhamento apresentado por Paternostro (2002) é mais recente, que traz novos campos destinados à inserção de outras informações importantes, como a duração do texto, da VT e o tempo total da peça. Embora não tenha uma linha de divisão entre o lado esquerdo e o lado direito, faz uso da mesma distribuição dos lados (p. 4).

Tome-se, de seguida, em atenção a figura 2, um exemplo real de um alinhamento do *Jornal da Uma* da TVI.

²⁸ Imagens retiradas da obra “Script: a organização da produção audiovisual no telejornalismo”, de Abreu (2010), pp. 5-6.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

P	TITULO	PIVO	GC/VT#	TCLI	TTAPE	TTOTA	OK	ACUMULA
	SEP INF 3(UTIL	(15")				0.00		0.00
	---sequê-mo---				0.00	0.00		---
	DATA: 27/10/2004				0.00	0.00		0.00
	Jornal-da-Uma				0.00	0.00		0.00
	NEGRO INICIAL			0:05	0.00	0.05		0.00
	DESTAQUE INICIAL (20")		omni			0.04		0.05
	EMISSÃO					0.00		0.09
	GENÉRICO INICIAL		*		0.00	0.00		0.09
	Julg. BT Algarve	ok/dm	A09		3.15	3.28	np	0.09
	Família GNR	Algar	A49		0.00	0.00		3.37
	SEP INF 1(UTIL	(15")				0.00		3.37
	Situação Venezuela	Sandr	280		0.00	0.00		3.37
	Falso dir. Caracas	Vene	A58		0.00	0.02		3.37
	Advogado defesa	Marta	080		0.00	0.17	pp	3.39
	Elvas Tribunal	ok/dm	A35		1.08	1.19	op	3.56
	Droga Portugal	ICoel	290		0.00	0.14	pp	5.15
=	SEP.METEO NORT	(15")	omni			0.00		5.29
	Mau tempo	MVie	300		0.00	0.00		5.29
	Barras fechadas	Coim	A65		0.00	0.00		5.29
	Inundações (Off)		310		0.00	0.00		5.29
	===DIRECTO/Leiria	====	*		0.00	0.02		5.29
	Últimas naufrágio	Coim	A90		0.00	0.00		5.31
	Ansiedade pescador	Porto	A94		0.00	0.00		5.31
	Julgamento Cheias	Coim	A69		0.00	0.00		5.31
	Obras Túnel	ok/dm	035		1.30	1.49	op	5.31
=	SEP.METEO CENT	(15")	omni			0.00		7.20
	Declaração Barroso	Politic	210		0.00	0.00		7.20
	Falso dir. Estresburg	JMA	A74		0.00	0.02		7.20
	Críticas Cavaco	Politic	200		0.00	0.00		7.22
	Marcelo AAC (Off)	ok/dm	145			0.34	op	7.22
	PM + partidos	PFerr	180		0.00	0.00		7.56
	Sócrates e patrões	B.Jaló	190		0.00	0.00		7.56
=	SEP.METEO SUL	(15")	omni			0.00		7.56
	Ficheiros Saúde (Off)	ok/dm	005			0.26	op	7.56
	Leucemia	NBati	050		0.00	0.00		8.22
	===DIR/TVI/Porto---	----	*		0.00	0.00		8.22
	Malefícios pílula	SPint	330		0.00	0.00		8.22
=	SEP.METEO MADEI	(15")	omni			0.00		8.22
	Prof. violento	Porto	A06		0.00	0.00		8.22
	Protesto moradores	Porto	A99		0.00	0.00		8.22

Figura 2 - Alinhamento do Jornal da Uma da TVI

Através desta figura²⁹, é possível compreender como são, realmente, estruturados e organizados os telejornais. Oliveira (2007) esclarece que “o alinhamento de um telejornal é um documento de leitura universal”, significa isto que “os símbolos são comuns a todas as línguas, países e televisões”, mudando unicamente a informação relativamente aos conteúdos do programa (p. 63).

É possível, hoje em dia, ver-se, no modelo de um alinhamento diversos géneros jornalísticos mencionados. Os telejornais já não são constituídos unicamente por apresentações³⁰ ou

²⁹ Imagem retirada da obra “Manual de Jornalismo de Televisão”, de Oliveira (2007), p. 63.

³⁰ Refere-se à fala do jornalista para a câmara, que tanto pode ser em direto ou gravada, bem como no estúdio ou no exterior.

pequenas peças jornalísticas³¹. Vê-se, além disso, reportagens de telejornal³², grandes reportagens³³, entrevistas e debates. Mariano C. Herreros (1998) salienta que, “se tende a noticiários cada vez mais elaborados, com notícias próprias e com reportagens e análises de maior profundidade” e que estes “além de apresentarem informação concisa, tendem a introduzir mais opiniões”³⁴ (p. 475).

De acordo com Jorge Nuno Oliveira (2007), as estações de televisão “socorrem-se” dos diferentes géneros jornalísticos porque necessitam de “formas de enriquecer a comunicação, combatendo a monotonia formal e melhorando o ritmo dos produtos televisivos” bem como de liderarem as audiências (p. 9). “Os noticiários desencadeiam enormes batalhas entre as cadeias de televisão para conseguir a liderança de audiência e de qualidade”³⁵, afirma Herreros (1998, p. 474).

2.3. Rotinas de produção jornalística na televisão

Os telejornais, antes de serem apresentados como produto final, passam por um processo de elaboração muito importante e completo, que fazem dele um género único com “as suas próprias regras de selecção - hierarquização, estruturação narrativa, mediação” (Brandão, 2010, p. 16). Os cerca de 80 minutos do programa informativo têm por trás uma série de procedimentos, desempenhados por diversas pessoas. Tudo começa na redação³⁶, onde, diariamente, os profissionais do jornalismo trabalham afincadamente para que, à hora certa, todos os noticiários televisivos estejam prontos para “entrar no ar”.

É na informação diária que se encontram mais jornalistas. De acordo com Jean-Jacques Jaspers (1998), nos grandes canais franceses ou britânicos,

cerca de sessenta e cinco pessoas estão envolvidas todos os dias, por turnos, na realização de uma edição de um telejornal: jornalistas, coordenadores, apresentador, realizador, “scripts”, assistentes de produção, assistentes de realização, documentalistas, secretárias de informação, “cameramen”, operadores de som (esta função é suprimida em certas reportagens), editores de vídeo, sonoplastas, misturador de áudio, videografistas, etc. Pode juntar-se a isso uma equipa de estúdio, dirigida por um chefe-técnico e composta por uma dúzia de pessoas: chefe de estúdio, caracterizador, “cameramen”, técnicos de efeitos,

³¹ É uma peça que é tratada em *off*, que não exige muito trabalho de investigação e/ou técnico e que, habitualmente, tem duração inferior a 1’20”.

³² Informação tem que ser recolhida *in loco*, ou seja, exige a presença do jornalista no local, isto é, o seu testemunho sobre algo que presenciou. O tema, normalmente, assume grande importância, no entanto a sua duração na emissão telejornalista varia apenas entre 1’20” e 1’50”. (Oliveira, 2007, p. 11)

³³ É um trabalho de longa duração que tem que ver com um tema atual.

³⁴ Tradução do texto original: “se tiende a unos noticiarios cada vez más elaborados, con noticias propias y con reportajes de ampliación y análisis de mayor profundidad” e que estes “además de dar información escueta, tienden a introducir más opiniones.”

³⁵ Tradução do texto original: “Los noticiarios desatan enormes batallas entre las cadenas para conseguir el liderazgo de audienci y de calidad.”

³⁶ Segundo Herreros (1998, p. 79), é o local “donde se establece la toma de decisiones sobre la selección, enfoque y tratamientos” das notícias.

director de fotografia, electricistas, técnicos de som, misturador de imagem e “régisseur” (p. 50).

Todos os profissionais envolvidos na produção de um telejornal orientam-se segundo as chamadas rotinas de produção jornalística, isto é, uma espécie de padrão que deve ser seguido pelos jornalistas na realização das suas funções. Regra geral, as rotinas de produção são iguais em todos os meios e refletem-se, segundo destaca Anabela Gradim (2000), em seis etapas: chegada da informação à redação, distribuição das notícias pelos jornalistas disponíveis, recolha de informação no terreno pelos jornalistas destacados e repórteres de imagem, elaboração da notícia e respetiva edição e, por último, alinhamento das peças jornalísticas.

Para Mariano Cebrián Herreros (1998), a pré-produção do processo informativo, que corresponde à fase de escolha dos acontecimentos que, posteriormente, se vão transformar em notícia, bem como ao respetivo tratamento que irá ser dado a cada um deles, é a fase mais importante do processo. Regra geral, estas decisões, que, geralmente, são tomadas pelos editores, estão sempre dependentes das possibilidades económicas, técnicas e humanas disponíveis numa redação. Segundo explica o autor, as informações podem chegar à redação porque jornalistas de uma estação televisiva podem ter “informação válida e suficiente para ser transformada em notícia”³⁷ ou porque são informados com *takes*³⁸ vindos de agências noticiosas, gabinetes de comunicação, outros meios de comunicação, entre outros (pp. 80-81).

Após ter um primeiro contacto com as notícias que tem para produzir, João Canavilhas (2001) considera essencial que o jornalista apresente uma atitude recetiva para com a informação que lhe chega, ou seja, fazer por ter um conhecimento aprofundado e bem contextualizado dos acontecimentos. É importante que o jornalista tenha já “pré-definido quem, quando, e por que ordem contactar” as suas fontes³⁹, assim como saber em concreto daquilo “que anda à procura, e preparar cuidadosamente as entrevistas a realizar, documentando-se e esboçando mentalmente as perguntas que deseja ver respondidas” (Gradim, 2000, p. 85). A recolha de informação deve, assim, ser uma recolha sistemática e rigorosa dos factos, de forma a evitar possíveis erros. Quando esta não é bem conseguida, Anabela Gradim (2000) salienta que “coloca em perigo todo o trabalho”, mesmo que o jornalista seja muito talentoso e tenha uma vasta prática na redação de notícias (p. 96).

Quando a informação necessária à produção da peça está recolhida é hora de os jornalistas começarem a redigir os seus textos e, no caso dos repórteres de rua, de estes voltarem à redação e começarem a fazer o mesmo trabalho. Alfredo Vizeu (2002) descreve uma das

³⁷ Tradução do texto original: “información válida y suficiente para convertirla en noticia”.

³⁸ Expressão utilizada para se referir a uma informação que é enviada pelas agências de notícia para as redações.

³⁹ É tudo aquilo que auxilia o trabalho do jornalista na procura de informação ou na confirmação da mesma. Desempenham um papel extremamente importante na procura de informação, uma vez que não é possível nenhum meio de comunicação conseguir realizar o seu trabalho sem ter fontes para consultar.

observações que fez das rotinas jornalísticas da RJTV1, um jornal local da Rede Globo de Televisão, no Rio de Janeiro, e salienta que:

No final da manhã, a redação fica mais movimentada. Começam a chegar as matérias do dia da rua e os editores têm que ir dando conta do trabalho, o mais rápido possível, para que o material de repórteres seja editado a tempo de entrar no jornal (p. 98).

Tal como refere, é o editor de informação o principal responsável pela seleção e tratamento definitivos das peças jornalísticas antes de elas “entrarem no ar”. É ele quem determina “a duração das imagens, a sua vinculação com os sons e a escrita” e a “incorporação de outras imagens e sons”⁴⁰ (Herreros, 1998, p. 89). De um modo geral, o papel do editor consiste em, de entre o leque de possibilidades que lhe são apresentadas, realizar escolhas, tais como “a imagem que vai ser mandada ao ar e decidir o tempo em que deve permanecer no ar” (Machado, 2000, pp. 133-134). Contudo, esse é um trabalho que vai sendo elaborado em conjunto com outros profissionais. Segundo indica Vizeu (2002), “o editor-chefe vai negociando as matérias com a chefia de reportagem, que oferece uma notícia, comenta outra e assim o noticiário começa a ser estruturado”, com umas notícias a serem aceites ou cortadas e outras a sofrerem pequenos ajustes ou grandes alterações (p. 102).

Verifica-se, assim, e de acordo com o que defende Anabela Gradim (2000), que as notícias, antes de chegarem à sua forma definitiva passam por diversas pessoas. Segundo a autora, este é um fator positivo, uma vez que “impede que razões meramente subjectivas”, ou seja, de carácter pessoal, “determinem o seu conteúdo” bem como a duração que estas ocupam no programa informativo. Toda a informação, seja ela produzida para imprensa, rádio ou televisão, obedece a critérios de seleção. É, desta forma, através destes critérios que o editor faz a seleção dos acontecimentos que vão ser emitidos no telejornal. “É o interesse público que define a informação, que selecciona o que é notícia e a destaca, que uniformiza de algum modo o conteúdo informativo dos diferentes órgãos de comunicação” (Fidalgo, 1996, pp. 1-2).

Pierre Bourdieu (1997) destaca o quão normal é “nas comissões de redacção” passar-se uma considerável parte do tempo “a falar de outros jornais, e em particular do que se fez e não se fez”. Segundo o sociólogo, isso acontece porque ninguém lê tantos jornais como os jornalistas que acreditam que, tal como eles, as pessoas - cidadãos não-jornalistas - leem o mesmo número de jornais, o que, naturalmente, não acontece. O mesmo salienta acontecer com a produção dos telejornais, em que os jornalistas, para fazerem o programa informativo da hora de almoço, por exemplo, necessitam de ter visto as notícias dos jornais da noite do dia anterior assim como os da manhã do próprio dia. Esta interleitura “faz parte das exigências tácitas da profissão”, afirma o autor (pp. 18-19).

⁴⁰ Tradução do texto original: “la duración de las imágenes, a su vinculación con los sonidos y escritura” e a “incorporación de otras imágenes y sonidos”.

As novas tecnologias tiveram um forte impacto no jornalismo televisivo. Vieram, em primeiro lugar, reduzir o tempo de elaboração das peças jornalísticas, mas também atribuíram mais competência aos profissionais. Atualmente, e de acordo com o que descreve Sónia Sá (2017),

o jornalista é um profissional que deve estar preparado para realizar diversas tarefas ao longo do dia e para pensar nos vários públicos aos quais o trabalho jornalístico chegará. No caso do jornalista de televisão, as exigências obrigam-no a preparar conteúdos para um canal generalista, um canal temático de notícias, o *site* do canal de notícias e as redes sociais digitais, onde a sua instituição está presente (essencialmente, no caso português, o Facebook e o Twitter). Além disso, este (novo) jornalista assume funções de editor de imagem e de analista de conteúdos *online* que, por um lado, derivam do seu trabalho, ou, por outro, podem trazer acréscimos ao conteúdo que está a preparar (p. 67).

Este aspeto contribui, ainda mais, para a azáfama que, diariamente, é vivida nas redações. O jornalista de televisão “encontra-se submetido à pressão do tempo, à imediatez da notícia e à sua difusão”⁴¹ (Herrerros, 1998, p. 75). No fundo, vive um ritmo de trabalho muito mais intenso, o que, segundo Alfredo Vizeu (2002), pode ter a ver com o facto de o telejornal ser organizado no tempo e não no espaço, como já foi referido acontecer com os jornais.

Além disso, a elaboração de uma peça jornalística requer que se siga continuamente dados sobre essas notícias, na eventualidade de aparecerem atualizações de última hora. Por isso mesmo, é frequente que, ao longo do dia, uma notícia possa ter uma determinada versão publicada (no caso do *site* da estação e das redes sociais) e transmitida (durante os programas noticiosos canal temático) e que esta seja diversas vezes alterada até que seja emitida, por exemplo, no *Jornal das 8*. Isto porque, atualmente, atendendo ao número crescente de conteúdos digitais e ao advento dos canais temáticos, são raras as vezes em que podemos garantir que exista uma versão definitiva de uma peça, uma vez que as informações estão constantemente a ser atualizadas.

Segundo Mariano Cebrián Herrerros, os jornalistas trabalham

com tempos breves que os obrigam a pôr em funcionamento certos mecanismos automáticos, a atuar segundo a experiência, pelo seu instinto de saber fazer e gerar certas rotinas produtivas, sem dificuldade em examinar outras possíveis abordagens que deem maior qualidade ao seu produto (1998, p. 75)⁴².

O fecho do telejornal⁴³, quando este está prestes a entrar no ar, corresponde ao momento de maior azáfama nas redações. Deborah Bresser, autora mencionada por Alfredo Vizeu na sua

⁴¹ Tradução do texto original: “se encuentra sometido a la presión del tiempo, de la inmediatez de la noticia y de su difusión”.

⁴² Tradução do texto original: “con tiempos breves que le obligan a poner en funcionamiento ciertos mecanismos automáticos, a actuar por la experiencia, por su instinto de saber hacer y generar ciertas rutinas operativas, sin apenas detenerse a examinar otros posibles enfoques que den mayor calidad a su producto”.

⁴³ Expressão utilizada para dar conta de que o alinhamento de um telejornal está concluído, ou seja, está encerrado. No entanto, é possível que os profissionais, aquando da emissão do programa informativo, façam alterações no alinhamento, se existirem notícias de última hora ou dados novos sobre uma peça.

dissertação “Decidindo o que é notícia. Os bastidores do telejornalismo” (2002), salienta que a sensação de nada estar pronto antes de o telejornal ir “para o ar” é geral em todos os telejornais de todas as estações televisivas, assim como a sensação de nervosismo, que se mantém até ao final da emissão. Facto com o qual concordamos, uma vez que, com as atualizações constantes das informações, é frequente o telejornal ser fechado “poucos minutos antes de entrar no ar ainda com as últimas notícias chegando à redação” (Machado, 2000, p. 110). Desta forma, “os editores só voltam a ficar tranquilos no final do jornal” (Vizeu, 2002, p. 98).

Muitas vezes, a preocupação dos jornalistas e editores é, também, se os telespectadores entenderão a informação que vai ser passada no telejornal. Como refere Jaspers (1998), o cuidado de “fazer entender na íntegra os elementos que ele irá escolher para comunicar” deve estar sempre presente (p. 81). No seu artigo “Telejornalismo, audiência e ética”, Alfredo Vizeu (2002a) retrata a forma como o já falecido Odejaimé de Hollanda, antigo editor executivo do *Jornal Nacional*⁴⁴, auxiliava os editores quando estes se questionavam se os telespectadores iriam perceber determinada peça. Odejaimé propunha aos seus profissionais que se questionassem “minha mãe vai entender?”, explicando que, em caso de resposta afirmativa, significa que todos entenderão. “A pergunta do editor-executivo acabou virando uma espécie de ‘guia’ dos editores da TV Globo na hora de apresentar uma informação de maneira compreensível para todos os telespectadores” (p. 1), o que, segundo o autor, exemplifica bem como, na hora de decidirem o que é noticiável, os jornalistas têm como preocupação o entendimento dos telespectadores.

De acordo com João Canavilhas (2001), o tratamento da realidade observada pelos jornalistas deve ser reduzido àquilo que é mais importante. O jornalista de televisão deve-se agarrar ao essencial da informação. Para Jaspers (1998), “o que está em jogo, as causas ou antecedentes e as consequências reais ou potenciais” são três elementos fundamentais (p. 81). Anabela Gradim (2000) faz uma analogia entre o jornalista e o agricultor, afirmando que “a língua é para o jornalista o que a enxada é para o agricultor”, ou seja, uma ferramenta de trabalho e por isso o jornalista deve “dominá-la perfeitamente” para que a linguagem jornalística seja “clara, precisa, concisa, ritmada e com vivacidade” (pp. 111-112).

No seu trabalho de produção noticiosa, os jornalistas, quer trabalhem para o meio impresso, radiofónico ou televisivo, são orientados por um código deontológico⁴⁵ e é importante que o

⁴⁴ Programa informativo da Rede Globo de Televisão.

⁴⁵ Conjunto de regras impostas aos jornalistas no cumprimento da sua profissão. O código deontológico varia de país para país. Em Portugal, é constituído por dez regras, saber: 1. “O jornalista deve relatar os factos com rigor e exactidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público”; 2. “O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo e considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.”; 3. “O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a estes direitos.”; 4. “O jornalista deve utilizar meios leais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa-fé de quem

cumpram na íntegra. Além de as regras deontológicas impostas pela profissão, Jean-Jacques Jaspers (1998) dá conta de que, a par disso, existem, também, regras deontológicas que são específicas para o jornalismo de rádio-televisão. Salientam-se, de entre elas, as ficções e constituições, isto é, sempre que uma peça reconstitua algum acontecimento ou seja de carácter fictício deve ser inserida na imagem a palavra “reconstituição” ou “ficção”; o respeito pela vida privada, o que significa que os cidadãos têm o direito a recusarem ser filmados ou a verem a sua imagem ser distorcida ou alvo de troça e, por último, o facto de os jornalistas deverem ter em conta a preocupação com as consequências humanas, isto é, em caso de acontecer uma catástrofe no país, a televisão deve atrasar, tanto quanto possível, o nome das vítimas até que essa informação seja comunicada à família. Anabela Gradim (2000) concorda com a tese defendida por Jaspers (1998) ao entender que o código deontológico poder ser complementado “com um conjunto de boas práticas” (p. 93).

2.4. A construção social da realidade

A rotinização do trabalho jornalístico instala-se numa redação informativa muito por influência dos valores-notícia. Estes são previamente definidos por cada órgão de informação e possuem uma importância extrema para o trabalho noticioso, uma vez que auxiliam os jornalistas a identificar se um acontecimento é ou não suscetível de ser transformado em notícia. Mas este é um assunto que será analisado particularmente no seguinte capítulo.

Todo este processo está envolto numa das teorias mais importantes do jornalismo: o *newsmaking*, que tem a ver com a existência de rotinas, a seleção de notícias e a produção das mesmas. Como salienta Vizeu (2002), “atualmente a investigação científica sobre o jornalismo e as notícias constitui um dos campos de investigação que vem apresentando um grande crescimento no campo mais amplo do *media research* ou mesmo *communication research*” e

quer que seja. A identificação como jornalista é a regra e outros processos só podem justificar-se por razões de incontestável interesse público.”; “O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os seus trabalhos e actos profissionais, assim como promover a pronta rectificação das informações que se revelem inexactas ou falsas. O jornalista deve também recusar actos que violentem a sua consciência.” 6. “O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação das fontes. O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, excepto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.”; 7. “O jornalista deve salvaguardar a presunção da inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado. O jornalista não deve identificar, directa ou indirectamente, as vítimas de crimes sexuais e os delinquentes menores de idade, assim como deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.”; 8. “O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas em função da cor, raça, credos, nacionalidade ou sexo.”; 9. “O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos excepto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade e responsabilidade das pessoas envolvidas.”; 10. “O jornalista deve recusar funções, tarefas e benefícios susceptíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional. O jornalista não deve valer-se da sua condição profissional para noticiar assuntos em que tenha interesses.” (Sindicato dos Jornalistas)

nessas pesquisas destacam-se os estudos sobre os “efeitos dos *mass media* e a forma como eles constroem a imagem da realidade social” (p. 76).

João Carlos Correia (2012) sustenta que, “nesta perspectiva, mais do que simples espelhos de uma realidade pré-existente, os jornalistas e os enunciados por eles produzidos intervêm na construção das condições e do modo em que a realidade é percebida” (p. 83). Significa isto que, quando os jornalistas dão a conhecer ao telespectador um determinado acontecimento, não conseguem reproduzir uma representação fiel do acontecimento em si, acabando, assim, por noticiar uma construção do mesmo, ou seja, uma construção da realidade assimilada. Para Jean Jacques-Jespers (1998), todo o discurso sobre o real é uma interpretação do real: “o simples facto de tomar a palavra para descrever uma situação é um acto profundamente pessoal” (p. 54).

As notícias são quase sempre produto de uma dupla interpretação: a do jornalista e a dos telespectadores. Como refere Eco (2007), citado por Gustavo Cardoso e Pedro Pereira Neto, “(...) se todos os factos são conhecidos através da nossa interpretação” significa, de acordo com Silverstone (2006), citado pelos mesmos autores, que “todo o processo de mediação, onde os factos sejam descritos, analisados e transmitidos a terceiros, através de um processo de mediação” possui duas interpretações: a do jornalista e a do destinatário (p. 33).

Também Nuno Goulart Brandão (2006) acredita que os meios de comunicação social, através dos seus discursos, constroem representações e relatos da realidade. São, segundo o autor, os principais construtores da realidade, tendo em conta o poder que têm em determinar “os acontecimentos a transformar em notícias” (p. 16). Contudo, frisa Brandão, o papel principal de construtor da realidade social é atribuído ao meio televisivo, mais especificamente aos telejornais que são emitidos em horário nobre da televisão generalista portuguesa, uma vez que:

Muitas das crenças hoje existentes sobre o mundo derivam das leituras efectuadas nos media e, principalmente, na televisão. Mais precisamente, na visualização sobre a realidade que é feita na informação e sobretudo nos seus noticiários televisivos. Os telejornais são poderosos instrumentos de cognição social, sendo por isso decisivos na valorização das diferentes singularidades de vozes e interesses sociais perante os cidadãos (Brandão, 2010, p. 131).

Por essa razão, e como sustenta João Carlos Correia (2011), já se verifica “um certo consenso científico na aceitação da ideia de que as notícias não reflectem a realidade social, antes activamente a constroem” (p. 195). Significa isto que os jornalistas não são meros observadores da realidade, eles próprios, através das interpretações que fazem dos acontecimentos, da forma como escrevem a mensagem informativa e a apresentam ao espectador, ajudam a construí-la. Assim, não consideramos que seja indicado atribuir-lhes a designação de transmissores da realidade, mas sim de construtores da mesma, ainda que não o sejam de uma forma intencional.

Sabe-se que o jornalista tem como função ocupar o papel de mediador entre a realidade e os recetores, efetuando, assim, “a selecção de uma entre várias realidades, com a finalidade de a transformar em notícia, e a selecção dos fragmentos representativos da realidade são os momentos nucleares dessa mediação” (Canavilhas, 2001, p. 2). Então, sublinha o autor, ao selecionar, de entre um conjunto diverso de acontecimentos, os que são passíveis de se transformar em notícia, ao destacá-los e alinhá-los, a mediação pode, desde logo, assumir alguns contornos de manipulação. Contudo, parte dessa manipulação pode resultar da vontade de o jornalista “apresentar a informação com clareza e perceptibilidade” (p. 2).

Segundo Mariano Cebrián Herreros (1998), a produção informativa efetua-se de acordo com duas mediações: a técnica e a humana. “Há tratamentos naturais e artificiais”⁴⁶, sendo a manipulação natural provocada pela tecnologia e a artificial “idealizada pela mediação humana”⁴⁷. Assim, o autor acredita que as manipulações naturais, ou seja, as que têm a ver com a parte tecnológica, funcionam como uma espécie de desculpa para as manipulações voluntárias - aquelas que são provocadas pelos jornalistas. No entanto, quer o tratamento da produção noticiosa seja de carácter natural ou artificial, a verdade é que se trata sempre de um processo que altera a realidade, o que significa que a realidade que é transmitida ao espectador nunca é o reflexo da realidade que o jornalista, enquanto contador daquele acontecimento, vivenciou. Primeiro porque, como verificamos, pode ser alterada tecnologicamente e, segundo, porque “não permite que o jornalista se desvincule das suas próprias vivências quando constrói uma notícia sobre o tema (Sá, 2017, p. 181). Por esse motivo, Herreros (1998) salienta que passam a existir três realidades: “uma realidade natural, uma realidade percebida e uma realidade informativa”⁴⁸, isto é, aquela que é passada para o espectador (p. 41).

Por sua vez, João Canavilhas (2001) enumera um conjunto de quatro mediações que podem estar na origem de possíveis manipulações, a saber: mediação com base na organização interna e na ideologia do meio, o que significa que a aceitação ou rejeição de determinadas notícias pode ser condicionada por questões relacionadas com a ideologia ou suporte económico do *medium* em questão; a mediação baseada nos canais ou fontes de informação, que tem a ver com a necessidade de se criarem rotinas de trabalho de forma a garantirem mais eficácia; mediação baseada no processo de produção, que se relaciona com questões relativamente ao meio em que a informação é divulgada e ao seu formato e, por último, a mediação técnica, que, tal como também salienta Herreros (1998), tem a ver com o trabalho efetuado pelos repórteres e editores de imagem.

⁴⁶ Tradução do texto original: “Hay tratamientos naturales y artificiales”.

⁴⁷ Tradução do texto original: “ideologizada por la mediación humana”.

⁴⁸ Tradução do texto original: “una realidade natural, una realidade percebida y una realidade informativa”.

A realidade pode ser construída não só pelo texto jornalístico, mas também através de um conjunto de elementos como o som, a imagem, o cenário, entre outros. Por essa razão, Paquete de Oliveira (1998) atribui um papel duplo à mediação desempenhada pela televisão. O autor destaca que esta ocupa uma “mediação cognitiva”, na medida em que noticia a realidade, oferecendo aos telespectadores uma visão do mundo, e uma “mediação estrutural” pois com o seu discurso, ou seja, com a forma como descreve a história e os elementos que usa para o fazer, está a construir a própria realidade [como referido em Brandão (2010, p. 130)].

Verifica-se, então, que os jornalistas constroem, diariamente, a realidade. Fazem-no através das peças que redigem, das imagens e sons que selecionam para acompanhar os textos, dos cenários em que os exibem, entre outros. Este é, portanto, um trabalho realizado de acordo com os critérios da organização onde trabalham, uma vez que os jornalistas só noticiam aquilo que a organização pretende, isto é, o que, na opinião dos responsáveis editoriais da mesma, é importante para a sociedade. Ora, ao selecionarem esse conjunto restrito de notícias para serem passadas para o espectador, os órgãos informativos já estão a induzir uma construção da realidade, uma vez que só estão a emitir as notícias que, de certa forma, lhes são mais convenientes. Significa, então, que os espectadores, só têm acesso às informações filtradas, não conseguindo, de nenhuma forma, aceder à realidade tal e qual ela é, uma vez que os órgãos de informação só tornam público aquilo que querem. Ao fazê-lo estão, indiscutivelmente, a construir a realidade, passando-a a todos os que consomem aquela informação, uma vez que, como já verificamos, os média têm um papel preponderante na construção da agenda pública.

No entanto, cada estação televisiva faz a valorização das diversas notícias que emitem no seu telejornal de acordo com os seus próprios critérios. E, por norma, o que elas julgam que é importante para a sociedade é o que os cidadãos querem, ou seja, notícias-espetáculo e, por isso, essa é uma prática cada vez mais visível nos telejornais portugueses:

(...) o trabalho diário rotineiro da produção jornalística - o *newsmaking* - ignora hoje determinadas áreas da realidade social em detrimento de um crescente assédio mediático pelo insólito, pelo negativo e pela catástrofe, procurando a todo o custo, mesmo nas notícias referentes à política nacional, a lógica impiedosa da concorrência. Este posicionamento leva os jornalistas a procurarem o lado negativo dos ‘factos políticos’ que se geram no universo político, provocando uma visão simplista e negativa da própria realidade (Brandão, 2010, pp. 151-152).

De acordo com João Canavilhas (2001), “a construção da realidade televisiva exige que se dê uma ênfase especial ao conteúdo dramático e emocional” e que deve cumprir duas regras essenciais. Em primeiro lugar, assegurar a compreensão de todos os telespectadores e, em segundo, ter uma linguagem simples e próxima da linguagem de rua, de modo a permitir “que o telespectador se transporte para o local do acontecimento” (pp. 5-6). A dramatização das imagens é, então, uma forma de a televisão construir a realidade: “a imagem passa a ser uma janela entre o telespectador e o mundo, um filtro que mascara a realidade segundo a sua crescente capacidade de sedução e espectacularização” (Brandão, 2010, p. 132).

O fluxo de imagens potenciadas pelo meio televisivo é um dos verdadeiros construtores da realidade social e a televisão, “que tem uma participação importante na construção da realidade que nos cerca” (Vizeu, 2002, p. 9) deve lutar contra isso, principalmente a de serviço público, deixando, assim, de apresentar a imagem como um espetáculo. Como sustenta Nuno Goulart Brandão (2010), “a responsabilidade social e pública da televisão perante os cidadãos aumenta conforme procede à selecção dos próprios acontecimentos que transforma em notícia” (p. 148). A responsabilidade acrescida que o meio detém faz, então, com que seja necessário haver um cuidado redobrado no que respeita às notícias emitidas nos telejornais.

Os grandes acontecimentos a transformar em notícias na televisão não devem ser predominantemente os que criam e formam uma massa de incidentes ou de valoração negativa, mas sim os que tragam algo de útil aos cidadãos, de forma a poderem encarar o seu dia-a-dia e ser informados e esclarecidos das grandes questões que acontecem (Brandão, 2006, p. 22).

Também Mariano Cebrián Herreros (1998) defende que a informação televisiva deve ser passada ao espectador “com a honestidade, equilíbrio e dados suficientes para que o receptor chegue à concepção concreta do sucedido”⁴⁹ (p. 166). O autor acredita que a objetividade com que os jornalistas narram os factos depende da “personalidade e ética configuradas ao longo da sua vida”⁵⁰ (p. 44), mas, que é, também, necessário, que os profissionais tentem deixar “na mensagem o menos possível da sua subjetividade”⁵¹ (p. 166).

É fundamental que os órgãos de informação não priorizem a visão mercantil das notícias, principalmente o meio televisivo, que é, talvez, ainda nos dias que correm, o meio eleito pela audiência. Desta forma, quando seleccionam os acontecimentos a noticiar, as estações de televisão não podem somente ter em conta aquilo que vai ou não vender e, conseqüentemente, trazer mais audiências, mas sim, oferecer aos telespectadores uma visão de diversidade de informação: “no caso específico dos telejornais, a informação deve ser diversificada, contextualizada e integradora de diferentes realidades” (Brandão, 2010, p. 133).

⁴⁹ Tradução do texto original: “com la honestidade, equilibrio y datos suficientes para que sea el receptor quien llegue a la concepción concreta de lo sucedido”.

⁵⁰ Tradução do texto original: “personalidad y ética configuradas a lo largo de su vida”.

⁵¹ Tradução do texto original: “en el mensaje la menor huella posible de su subjetividad”.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Capítulo 3.

Identificar a informação

Os espectadores são constantemente ‘bombardeados’ por uma quantidade infinita de informações, seja através dos canais de televisão, na rádio ou na imprensa - *on* e *offline*. A informação está em todo o lado, e, agora, com a emergência do jornalismo digital, essa presença nota-se ainda mais. Contudo, é importante realçar que nem tudo pode ser considerado notícia e, por isso mesmo, é essencial decifrar todas as informações que chegam às redações dos diferentes órgãos de comunicação social e, assim, perceber quais são as mais importantes, propensas a viajarem até ao espaço noticioso e irem ao encontro do cidadão comum. Assim, pretende-se perceber “porque certos acontecimentos são notícia e outros ficam sem direito a existir em termos públicos? O que são as notícias?” (Traquina, 1993, p. 49), bem como conhecer os responsáveis por esta filtragem informativa, tão importante nos dias que correm.

3.1. Como saber o que é notícia?

Em “As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos”, Harvey Molotch e Marilyn Lester (1993) afirmam que “toda a gente precisa de notícias” (p. 34). Para os dois autores, as notícias contam “aquilo a que nós não assistimos directamente e dão como observáveis e significativos *happenings* que seriam remotos de outra forma” (p. 34). Significa isto que, apesar de grande parte das vezes a audiência não conseguir testemunhar um dado acontecimento⁵², consegue ter acesso ao mesmo através da sua difusão nos meios de comunicação social.

Mas como é que os média seleccionam aquilo que deve ou não ser noticiável? Como transformam os acontecimentos em notícias? Estas são questões centrais no campo do jornalismo, precisamente porque, de entre os vários géneros informativos, a notícia é, certamente, aquela que, ainda nos dias de hoje, apresenta maior importância e visibilidade nos órgãos de comunicação.

O termo “notícia” é, pois, no sentido lato, aplicável às comunicações apresentadas periodicamente sobre aquilo que possa ser novo, actual e interessante para a comunidade humana. A notícia, no seu estrito sentido, constitui um género específico de entre o conjunto dos vários géneros jornalísticos (Correia, 2011, p. 29).

⁵² Segundo Adriano Duarte Rodrigues (1993), “é acontecimento tudo aquilo que irrompe na superfície lisa da história de entre uma multiplicidade aleatória de factos virtuais” (p. 27).

De acordo com Adriano Duarte Rodrigues (1993), é “em função da maior ou menor previsibilidade que um facto adquire o estatuto de acontecimento pertinente do ponto de vista jornalístico” (p. 27). Assim sendo, a possibilidade de um acontecimento ser suscetível de se transformar em notícia pode ser ditado pela lei da imprevisibilidade. “É por isso que se diz, gracejando, que um cão que morde um homem não é um facto jornalístico, mas se um homem morder um cão então estamos perante um facto susceptível de se tornar notícia” (Rodrigues, 1993, p. 27).

Por sua vez, Nelson Traquina (1993) nota que “um requisito importante” para a passagem de um acontecimento a notícia “é a presença de profissionais do campo jornalístico” (p. 171). Ainda que, na sociedade atual o não estar presente não signifique, de todo, estar impedido de noticiar um dado acontecimento, defende esta tese tendo em conta uma situação que envolveu Helena Roseta. Durante uma campanha eleitoral, a na altura deputada, fez acusações que não mereceram qualquer destaque e importância pela comunicação social e que, meses mais tarde, “obtiveram títulos de primeira página e tratamento alargado no Telejornal” (p. 171). Situação causada, segundo o mesmo autor, pela falta de atenção dos profissionais presentes, notando, desta forma, que “durante a campanha eleitoral a atenção dos jornalistas parece estar exclusivamente virada para os actos e as palavras do *leader* partidário” (p. 171).

É verdade que “os acontecimentos são transformados em notícias pelo sistema jornalístico” (Sousa, 2006, p. 211). Neste sentido, os jornalistas desempenham uma tarefa crucial, uma vez que são eles quem avaliam se um determinado acontecimento tem interesse suficiente para que seja tornado público pelos órgãos noticiosos formais.

As notícias, em geral, chegam por meio das agências de notícias, das fontes dos produtores, das assessorias de imprensa. Para definir que notícias deverão compor o noticiário, os veículos fazem diversos níveis de filtragens, dependendo de aspectos como o número de informações, número de pessoas para quem a notícia será mostrada, aspectos políticos, religiosos e outras particularidades (Soares & Oliveira, 2007, p. 6).

Este saber é regido por alguns critérios, os chamados critérios de seleção das notícias, que são adquiridos através dos conhecimentos intrínsecos ao jornalismo, da experiência do profissional e ainda do órgão de comunicação para o qual trabalham. Como recorda Patrícia Jesus (2004)⁵³,

Quando falamos em notícia ou naquilo que é susceptível de ser noticiado temos que ter em conta que as decisões tomadas pelo jornalista no processo de produção de notícias só podem ser entendidas inserindo o jornalista no seu contexto mais imediato - o da organização para a qual trabalha. E neste sentido, é de registar um factor importante: a política editorial da empresa jornalística (p. 12).

Contudo, independentemente da política editorial da empresa jornalística para a qual labora, o jornalista deve ter a capacidade imediata de perceber se qualquer acontecimento que

⁵³ Relatório de estágio “A seleção dos acontecimentos como ritual estratégico da Agenda de Investigação e Planeamento da TVI”.

irrompa na sociedade pode, ou não, ser noticiável. Para que isso se verifique, é necessário que o acontecimento corresponda a determinados critérios de noticiabilidade⁵⁴, e a quanto mais critérios corresponder, mais potencialidade este apresenta de ser considerado notícia.

A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos - do ponto de vista da estrutura do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas - para adquirirem a existência pública de notícias. Tudo o que não corresponde a esses requisitos é “excluído”, por não ser adequado às rotinas produtivas e aos cânones da cultura profissional. Não adquirindo o estatuto de notícia, permanece simplesmente um acontecimento que se perde entre a “matéria-prima” que o órgão de informação não consegue transformar e que, por conseguinte, não irá fazer parte dos conhecimentos do mundo adquiridos pelo público através das comunicações de massa (Wolf, 2009, p. 190).

Assim, os meios de comunicação social só dão a conhecer à audiência aquilo que tem interesse - tanto para o órgão de comunicação em si como para os espectadores em geral. Em “Manual de Jornalismo”, Anabela Gradim (2000) destaca a opinião do jornalista Daniel Ricardo que diz considerar essenciais para a notícia a veracidade, a atualidade e a capacidade de interessar. O mesmo defendem os autores Leonel Aguiar e Alice Baroni (2009), para quem “as notícias interessantes são as que procuram narrar um acontecimento” tendo por base a “perspectiva do «interesse humano», das curiosidades que atraem a atenção e do insólito” (p. 3).

Adriano Duarte Rodrigues (1993) destaca três registos para a notabilidade dos factos: o excesso, a falha e a inversão.

O primeiro é aquele que é considerado pelo autor como o mais vigente, uma vez que é a “irrupção por excelência do funcionamento anormal da norma” (p. 28). Por exemplo, como menciona, um massacre de uma aldeia pelas tropas regulares, um juiz que aplique a um arguido a pena máxima prevista no Código Penal sem que tenha em conta as atenuantes do processo, exemplos de longevidade e o facto de alguém conseguir ficar acordado a dançar vários dias sem que sinta alguma necessidade de descansar.

Já o segundo - a falha - assume-se como um tipo de registo notável, na medida em que se distingue dos demais precisamente pelo facto de, como o próprio nome indica, possuir algum tipo de erro. Acontece, por exemplo, quando um ator se esquece da fala no meio da peça ou, numa situação mais extrema, quando, num sequestro, um assassino prime o gatilho e o revólver fica encravado. A falha é, também, o tipo de registo que dita os acidentes como acontecimentos jornalísticos.

Os acidentes pertencem habitualmente a este registo, os acidentes cósmicos, naturais, dos cataclismos, das inundações, dos terremotos, mas também os acidentes da circulação

⁵⁴ Funcionam como “pistas” para que os jornalistas consigam detetar mais rápido se um acontecimento pode ou não ser considerado notícia. Ajudam a que não percam demasiado tempo nesse processo, o que é fundamental para o jornalismo, sobretudo nos dias atuais, em que tudo tem que ser produzido e difundido na hora.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

automóvel que param o fluxo normal do trânsito, os acidentes no funcionamento normal do organismo humano sobretudo se intervêm no corpo jovem e saudável, os acidentes das centrais nucleares com sistema de segurança máxima considerados infalíveis, os acidentes espectaculares dos foguetões interplanetários (Rodrigues, 1993, p. 28).

Por sua vez, ter como notícia um homem que morde um cão é guiarmo-nos pelo registo da inversão. Assim como o é o facto de um militar disparar sobre o general no momento em que ele passa a revista às tropas ou um ladrão que entrega um carro roubado com dois bilhetes para o teatro e a agradecer a oportunidade do passeio. Tudo isto “são exemplos irónicos deste registo” (p. 29), refere o autor.

Todos os acontecimentos mencionados reportam a casos que se aplicam ao domínio do noticiável, que apresentam, como se verifica, características propícias à passagem de um acontecimento a notícia. “As notícias são assim o resultado desta necessidade invariante de relatos do inobservado, desta capacidade de informar os outros”, sublinham Molotch & Lester (1993, p. 34).

Desta forma, os jornalistas selecionam, cobrem e difundem histórias alusivas a temas que identificam como interessantes ou importantes para que estas possam tomar um registo público. Como descreve Anabela Gradim (2016), quando os profissionais produzem uma notícia estão a “construir um tipo de história, selecionando, organizando e descrevendo um «acontecimento»” (p.60). Para o efeito, e uma vez que “a enunciação jornalística está submetida a determinadas regras” (Sousa, 2006, p. 213), o jornalista tem que levar a cabo um conjunto de técnicas específicas que estão destinadas a evidenciar o carácter informativo e objetivo da narração.

Alfredo Vizeu (2002) define a notícia como “uma forma de ver, perceber e conceber a realidade” (p. 62). Atendendo a esse carácter delicado subjacente ao discurso noticioso, Gradim (2016) compara todo o trabalho que está por detrás da produção jornalística a uma espécie de artesanato. Sendo a notícia “uma «estória», uma narração” isso implica que esta possua “um enquadramento, cortes e reorganização na massa mais ou menos informe que constitui o acontecimento” (p. 61).

A notícia é, como se sabe, o género informativo mais rápido e eficaz de colocar a audiência ao corrente de um determinado acontecimento. No caso do meio televisivo, por exemplo, a notícia é dada, regra geral, num período de tempo muito curto, não superior a três minutos. Assim sendo, segundo salienta Sousa (2006), a mensagem jornalística deve cultivar a simplicidade, a clareza, a concisão e a precisão para que seja facilmente apreendida e processada. Para que isso aconteça deve procurar responder, essencialmente, a seis questões: “O quê?”, “Quem?”, “Quando?”, “Onde?”, “Como?” e “Porquê?”.

3.2. A era da abundância informativa

Longe vai o tempo em que o consumo de informação passava apenas pelas emissões noticiosas de rádio, pelos jornais ou até mesmo pela célebre “caixinha mágica”. Como já havíamos dito, o digital revolucionou, por completo, os meios de comunicação, em geral, e o jornalismo, em particular. E a transformação foi - e é ainda - de tal forma significativa que dizer que as notícias estão patentes apenas nestes três meios não podia estar, de todo, mais desatualizado.

Como salienta Michael Schudson (2011), no artigo “As notícias como um género difuso: a transformação do jornalismo na contemporaneidade”, “tudo o que antes parecia um dado adquirido está agora sujeito a mudança” (p. 1). Uma mudança que, na opinião de João Canavilhas (2010), foi, especialmente, impulsionada pelo aparecimento de um dos serviços da Internet: a *World Wide Web* (WWW).

O aumento exponencial de conteúdos disponíveis, o desenvolvimento de browsers mais intuitivos e o aparecimento do *Blogger* (1999), do *Facebook* (2004), do *Youtube* (2005) e do *Twitter* (2006) transformaram a Web no grande motor da Internet que passou de 16 milhões de utilizadores, em Dezembro de 1995, para cerca de 1,8 mil milhões, em Dezembro de 2009 (Internet World Stats) (Canavilhas, 2010, pp. 2-3).

E se as audiências migraram conscientemente para o digital, os meios de comunicação tinham, obrigatoriamente, que marcar presença nesse meio. Anabela Gradim (2015) explica que todos passaram a estar “online, o tempo todo, para todos”⁵⁵ (p. 71). Desta forma, a informação deixou de estar sujeita a um horário em específico, no caso da televisão e da rádio, e passou a ser atualizada em permanência nos sites dos diferentes canais de televisão, rádio e jornais. Aos meios de comunicação juntaram-se “ainda os conteúdos produzidos por empresas, instituições e utilizadores que alimentam sites, blogues e redes sociais”, o que provocou um “caudal informativo que os utilizadores não conseguem acompanhar”, destaca Canavilhas (2010, p. 4).

Estava, desta forma, dado o primeiro passo para o ‘bombardeamento’ informativo de que os espectadores viriam a ser alvo. Com a multiplicação de ecrãs, a explosão da oferta de canais e o aparecimento de novos suportes esta realidade acentuou-se, ainda mais, e os conteúdos informativos passaram, efetivamente, a estar “em todo o lado”.

Os canais generalistas investem em canais informativos, onde as grelhas televisivas são preenchidas, essencialmente, por conteúdos noticiosos, atualizados por jornalistas a cada instante. A par disso, divulgam os conteúdos - alguns noticiados e não noticiados no canal 24 horas de notícias - nos sites informativos e nas redes sociais, com especial destaque para o *Facebook*. Rádios e jornais seguem, igualmente, o mesmo processo e, assim, a audiência passa a ser ‘bombardeada’ por uma quantidade imensa de informação, vinda de todos os meios.

⁵⁵ Tradução do texto original: *online, all the time, for everyone.*

Segundo João Canavilhas (2010), tudo isto fez com que o ecossistema mediático passasse de um ambiente *pull* - em que são os recetores a procurar as notícias - para um ambiente *push*, onde é a informação que vai ao encontro dos recetores.

Em “Decidindo o que é notícia”, Alfredo Vizeu (2002) faz referência a uma mediática capa da revista norte-americana *Time*, publicada já há alguns anos, que tinha como figura central “um menino, vestido como um típico garoto que vendia jornais nas ruas na década passada” e que trazia “na mão uma tela de computador, como se estivesse empunhando um jornal, com uma manchete no vídeo: As Guerras da Notícia” (p. 63). No interior da publicação é feita uma espécie de “discussão” sobre a explosão das notícias, notando a *Time* que “hoje a sociedade dos Estados Unidos está sendo bombardeada por informação, fofoca e comentário, como nunca havia ocorrido” (Vizeu, 2002, p. 63). O mesmo identifica Adelino Gomes (2012) no que diz respeito ao nosso país: “nunca foi tão abundante a informação disponível. Tão imediatamente alcançável por cada um de nós. Sem necessidade de mediação” (p. 364).

A verdade é que o acesso aos conteúdos noticiosos nunca foi tão simples e facilitado como atualmente. Arriscamos mesmo a dizer que, agora, só quem não quer é que não está minimamente informado sobre o que se passa na sociedade em geral. A informação já não vigora apenas nos meios tradicionais a que a população estava habituada, saltou das páginas dos jornais, da televisão e da rádio para ir, diretamente, e a todo o momento, ao encontro dos cidadãos.

São notórias as grandes e significativas alterações que ocorreram na distribuição das notícias “com blogues e redes sociais transformados em verdadeiros canais de distribuição instantânea”, como destaca Canavilhas (2010, p. 3). Estes novos métodos de partilha terão sido cruciais para o aumento da carga informativa atual, que é de tal forma ampla que se verifica tanto por parte dos meios de comunicação como também da audiência em geral. Em “Jornalismo integrador: o noticiário televisivo na era da abundância informativa”, Sónia Sá (2017) salienta que

(...) as ocorrências mais relevantes, e principalmente inesperadas, passaram a ter o olhar e o registo de um número muito significativo de cidadãos não-jornalistas, agora munidos de dispositivos móveis com recurso de gravação de imagem e som de alta qualidade e partilha imediata e universal (p. 10) ⁵⁶.

O mesmo observava Jorge Pedro Sousa há já 11 anos, mencionando que:

Nos atentados contra o metro de Londres, em Julho de 2005, os cidadãos que viajavam no metro fizeram de jornalistas, cobrindo os instantes posteriores ao atentado, até porque os

⁵⁶ Diferentes momentos da história mostram o desejo dos cidadãos divulgarem informações sobre aquilo que vêem, muitas vezes com a ambição de que seja feito “em primeira mão”. Por exemplo, como nos casos sobre os acontecimentos do “11 de Setembro de 2001, a Guerra no Iraque, o furacão *Katrina*, os confrontos no Irão ou a recente Primavera Árabe (...)” (Canavilhas & Rodrigues, 2012, p. 271).

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

jornalistas foram impedidos pela polícia de acorrer ao local para não dificultarem as operações de socorro (2006, pp. 162-163).

Com a emergência destas novas ferramentas, os jornalistas deixam de ser os únicos a conseguir dar a chamada notícia “em primeira mão”. É factual a facilidade que a internet criou tanto no acesso à informação como à produção da mesma. Assim sendo, conseqüentemente, qualquer indivíduo passa a ter a capacidade de difundir informações e opiniões sem que, para isso, tenha de depender de qualquer tipo de intermediário. Deste modo, o cidadão comum detém, agora, um papel considerável na distribuição informativa, assumindo-se como uma espécie de jornalista-cidadão⁵⁷.

(...) nós enchemo-nos uns aos outros de notícias. Embora aqueles que fazem a sua vida no trabalho jornalístico (repórteres, *copy editors*, *publishers*, tipógrafos, etc.) tenham necessidades suplementares de notícias, todos os indivíduos, em virtude dos modos como vêem e relatam aquilo que crêem ser o mundo pré-determinado, são diariamente produtores de notícias (Molotch & Lester, 1993, p. 34).

De acordo com Catarina Rodrigues e João Canavilhas (2012), o chamado “jornalismo cidadão”⁵⁸ poderá ter sido espoletado pelo facto de os meios de comunicação social terem realizado um incentivo tão grande à participação da audiência na Web. Facto que ocorreu através das mais diversas formas, como “comentar notícias, participar em fóruns, responder a inquéritos, atualizar blogues, contribuir para a realização de entrevistas coletivas, partilhar conteúdos nas redes sociais, enviar fotos, vídeos e textos para publicação no próprio jornal (...)” (p. 270). Essa participação dos espectadores na esfera mediática é algo que continua a acontecer, e de uma forma cada vez mais rápida e efusiva, através do uso das redes sociais mais recentes que,

divulgam, compartilham, comentam, questionam e desacreditam as matérias noticiosas dentro de minutos, e usando plataformas adicionais que possibilitam a colaboração *ad hoc* rápida e eficaz entre os usuários. Quando centenas de voluntários podem provar dentro de alguns poucos dias que um ministro alemão foi culpado de plágio sério, quando o mundo inteiro fica sabendo de terremotos e *tsunamis* pelo Twitter - como é que o jornalismo consegue acompanhar tudo isto? (Bruns, 2011, p. 119)

Já em 2011, Alex Bruns encontrava aspetos preocupantes no mundo do jornalismo que o levavam a colocar questões como a última. Com esta “ameaça à credibilidade dos conteúdos jornalísticos” provocada, sobretudo, pela “produção de conteúdos pelo cidadão”, os jornalistas vêm a sua profissão numa fase preocupante, uma vez que passam a circular histórias na esfera mediática, produzidas pelo cidadão comum, e que não têm a “verificação de um jornalista profissional” (Sá, 2011, p. 149). De acordo com a mesma autora (2017), atualmente vive-se “algumas das mais fraturantes mudanças no campo do jornalismo, das quais a sua

⁵⁷ Pessoa sem qualquer tipo de formação académica na área do jornalismo que tem como intuito participar ativamente na esfera social. Os conteúdos partilhados exprimem essencialmente novas perspetivas ou acontecimentos que presencia, seja através de texto, imagem e/ou som.

⁵⁸ Conceito teve a sua origem alguns anos antes do nascimento da *World Wide Web*, numa altura em que o jornalismo norte-americano atravessava uma forte crise de credibilidade, o que resultou na perda de um número considerável de leitores. Ainda assim terá sido com o aparecimento da Internet e de todas as suas ferramentas que o jornalismo do cidadão ganhou a força e a visibilidade que hoje detém.

permeabilidade à atividade produtora de cidadãos não-jornalistas” é a eleita “como a mais significativa” (p. 15).

Tendo em conta todas estas reconfigurações vividas no campo do jornalismo, é usual ouvir-se falar, cada vez mais, em *fake news*⁵⁹, o que faz com que as audiências fiquem um pouco mais céticas quanto ao conteúdo informativo que vê, ouve e/ou lê. Ainda assim, um estudo divulgado pela Reuters (2017) salienta que, em Portugal, o nível de confiança depositado na informação é bastante elevado. “Portugal é o terceiro país [da Europa] onde mais se confia em notícias” (p. 24).

Contudo, nem assim os meios de comunicação social ficam indiferentes e despreocupados quanto a estas novas ameaças que assolam o jornalismo. Dado o caudal informativo atual, torna-se necessário criar mecanismos de filtragem de informação para selecionar de forma adequada toda a mensagem informativa que é passada para a audiência, usando, para o efeito, o *gatekeeping*.

3.3. O processo de *gatekeeping*

A primeira vez que o termo *gatekeeper* se tornou público foi em 1947 numa publicação de um artigo, não acabado, pelo psicólogo social Kurt Lewin, onde tentara explicar a forma como as donas de casa selecionavam o consumo de bens alimentares, acabando, assim, por funcionar como uma espécie de *gatekeepers*, ou seja, de “porteiras”.

⁵⁹ Significa notícias falsas, isto é, notícias que são divulgadas e partilhadas na esfera mediática, mas cujo conteúdo é falso. O objetivo é, muitas vezes, enganar o cidadão propositadamente.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

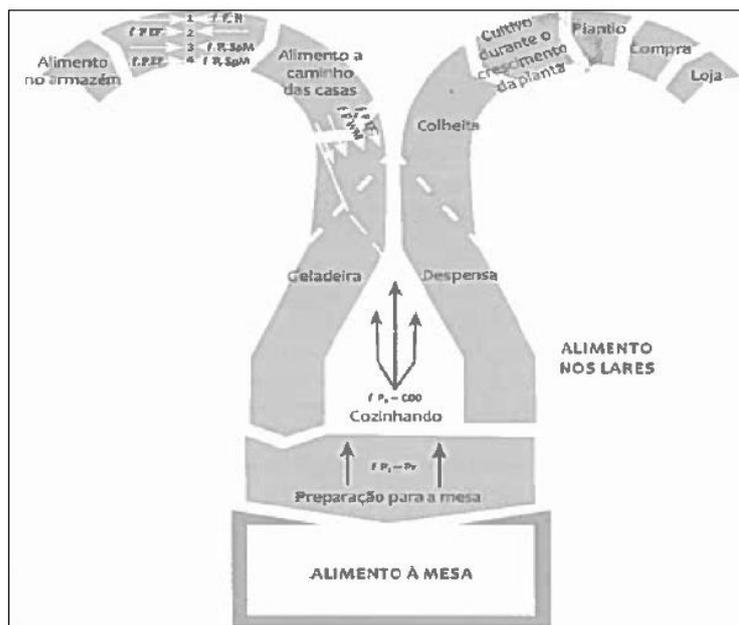


Figura 3⁶⁰ - Método de gatekeeping aplicado por Lewin

Daniela Morais (2015) explica que,

O método de *gatekeeping* de Lewin mostra como os itens alimentares percorrem dois canais até chegarem à mesa das famílias. Os canais estão divididos em secções e na frente de cada uma há um portão que regula o movimento pelo canal (...). Em cada uma das secções, o alimento pode ser rejeitado ou aceite e o processo de passar pelos diversos canais também o pode modificar. O processo de *gatekeeping* envolve não só a seleção ou rejeição de itens mas também o processo de modificação por forma a tornar os alimentos mais apelativos para o consumidor final. No momento da decisão final (consumo) até mesmo a forma como são dispostos no prato ena mesa podem afetar a decisão de comer ou não comer (pp. 12-13).

Mais tarde, David Manning White transportou o conceito para a análise da produção noticiosa. Todos os dias, as agendas⁶¹ dos órgãos de comunicação recebem uma quantidade avultada de informação, proveniente de três canais principais: e-mail, inclui-se aqui os *takes* de agência, telefone e carta, embora hoje em dia esta última seja muito pouco ou nada utilizada. A partir daí, há que seleccionar as informações importantes e suscetíveis de serem tornadas públicas -

⁶⁰ Imagem retirada do relatório de estágio “A Teoria do Gatekeeper aplicada ao Departamento de Agenda e Planeamento da TVI”, de Daniela Morais (2015), p. 12.

⁶¹ É um dos mais importantes departamentos dos órgãos de comunicação social. Em entrevista, Patrícia Jesus (membro do Departamento de Agenda da TVI) explica que, no caso da TVI, “a agenda é como se fosse uma central onde chega toda a informação”. Grande parte da informação chega através da “Lusa” - agência de notícias portuguesa - que envia *takes* e duas agendas por dia (às 16 e às 20 horas), uma agenda semanal (quarta-feira) e uma agenda mensal. Mas os responsáveis por este departamento exercem também outras funções como visionar, diariamente, todos os jornais e deles retirar propostas de reportagem, elaborar dossiers para entrevista, pesquisa e dossiers de estudo para os *pivots* e, ainda, no caso da televisão, e sempre na ótica da TVI, encaminhar os convidados que vão a estúdio, seja para os principais jornais do canal aberto seja para o canal temático.

um trabalho que é da responsabilidade do *gatekeeper*⁶², alguém que tem como função atribuir “valores às notícias para facilitar a escolha do que vai entrar” (Soares & Oliveira, 2007, p. 6).

É ele/a que começa a esboçar o telejornal, na reunião da manhã. Que o vai actualizando, ao longo do dia. Que o «fecha», momentos antes de ele entrar no ar. E que nele mexe, introduzindo, mudando ou retirando peças, em função da marcha dos jornais concorrentes, que acompanha através de uma bateria de televisores colocados em frente, na *régie* (Gomes, 2012, p. 294).

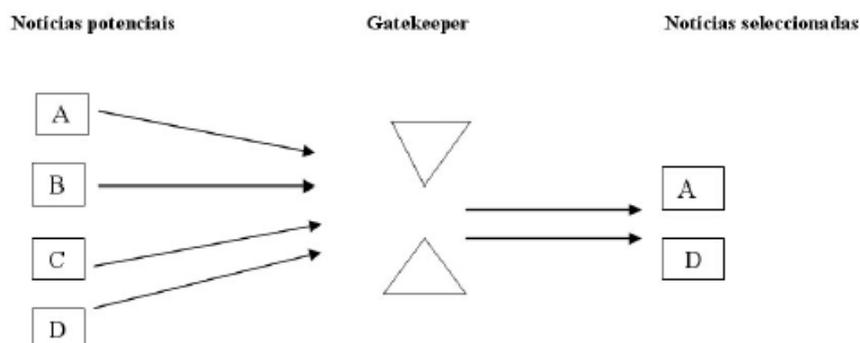


Figura 4⁶³ - Modelo de gatekeeping de David Manning White

Nesse sentido, e de forma a conseguir perceber sob que critérios os *gatekeepers* selecionam os acontecimentos a noticiar, White (1993) analisou, a fundo, a teoria do *gatekeeping*. Para o efeito, observou a forma como um *gatekeeper* de 40 anos de idade e com 25 de experiência profissional - o qual apelidou de Mr. Gates - que trabalhava numa cidade de Midwest de 100 mil habitantes, selecionava, de entre uma imensa quantidade de *takes* de agência que diariamente lhe chegavam às mãos, as notícias que queria publicar no seu jornal. Além disso, Mr. Gates ficou, também, responsável por fornecer algumas explicações sobre os motivos pelos quais selecionava umas notícias e rejeitava outras. Explicações às quais o autor do estudo conseguiu chegar através da análise de conteúdo realizada, apesar de tais se terem confirmado:

somente quando analisamos as razões apresentadas pelo «Mr. Gates» para a rejeição de quase nove décimos das notícias (na sua procura do décimo para o qual ele tem espaço) que começamos a compreender como a comunicação de «notícias» é extremamente subjectiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper* (White, 1993, p. 145).

Segundo a teoria de White, as decisões tomadas pelos *gatekeepers* eram, essencialmente, subjectivas, ainda que tivessem em atenção algumas condicionantes como a questão das

⁶² Pessoa ou grupo de pessoas responsáveis por definir o que é e não é noticiado.

⁶³ Imagem retirada da obra “Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media”, de Sousa (2006), p. 217.

*deadlines*⁶⁴. Assim, Mr. Gates selecionava os acontecimentos que queria noticiar no seu jornal tendo em conta as experiências profissionais e expectativas. Apesar de, como o próprio afirmou, muitas das suas decisões terem sido, também, influenciadas pelas opiniões pessoais, nomeadamente preconceitos e preferências.

Numa altura em que os meios de comunicação social eram dotados de um limite, talvez até um pouco excessivo, da mensagem informativa, urgia a necessidade de que algo viesse “salvar” a dificuldade de escolher uma de entre tantas notícias que poderiam ser publicadas ou transmitidas. Nesse sentido, a teoria do *gatekeeping* revelou-se essencial.

As práticas do *gatekeeping* eram simplesmente uma necessidade prática: os jornais impressos e os noticiários na rádio e na televisão nunca poderiam oferecer mais do que uma seleção redigida com muito aperto das notícias do dia; as avaliações de quais eram as matérias mais importantes para o reconhecimento mais importante das audiências (isto é, quais eram as matérias que poderiam ser comprimidas para caber no espaço total disponível para conteúdo noticioso na publicação ou na transmissão pela rádio ou TV) tinham que ser feitas (Bruns, 2011, p. 121).

De acordo com Alex Bruns (2011), as práticas de *gatekeeping* podem ser distinguidas segundo três fases distintas do processo jornalístico: a entrada, onde são os próprios jornalistas que “pré-selecionam aquelas matérias noticiosas que eles creem que merecem a investigação e a cobertura”; a produção, onde, tendo em conta o total de material informativo produzido pelos jornalistas, os editores selecionam aquele que “consideram ter a maior importância para as suas audiências, que couberem no espaço disponível dentro dos jornais e noticiários” e que estejam incluídas nas áreas gerais de notícias da publicação; e a resposta, onde são escolhidas pequenas respostas dos espectadores “para inclusão no jornal do dia seguinte ou para transmissão no ar”, caso seja fornecido espaço para esse efeito (p. 121).

Como verificamos, a informação dá entrada na redação, mas depois é necessário que haja alguém que a observe ao pormenor e que a selecione, isto é, que seja capaz de descodificar quais são os acontecimentos mais importantes para serem noticiados. Por isso mesmo, antes das mensagens informativas chegarem ao consumidor, passam “por uma série de decisões, filtros (*gates*)” (Vizeu, 2002, p. 78). Estas decisões são, regra geral, tomadas com uma dose de livre arbítrio, ou seja, não existe um guião que o *gatekeeper* tenha de seguir para que escolha a notícia A e rejeite a notícia B ou vice-versa. É um saber que é adquirido tendo por base a experiência do profissional, mas tendo, também, sempre em atenção a condicionante organizacional. Sónia Sá (2017) nota que,

(...) as decisões de selecionar, de produzir e de interpretar um assunto ou uma notícia são muito mais coletivas e organizacionais do que individuais, existindo um conjunto alargado de fatores, como o tempo ou a hierarquização do tema a noticiar, que pode determinar ou comprometer a emissão de uma ou de inúmeras notícias (p. 135).

⁶⁴ Significa data limite ou prazo máximo para a entrega ou realização.

A mesma tese partilha Mauro Wolf (2009), que acredita que “na selecção e na filtragem das notícias as normas ocupacionais, profissionais e organizativas” parecem “ser mais fortes do que as preferências pessoais” (p. 181). Significa isto que o *gatekeeper* decide sempre num contexto de liberdade condicionada. E terá sido esta uma das grandes falhas detetadas no estudo conduzido por David Manning White, uma vez que se centra única e exclusivamente na subjetividade do jornalista para dizer “sim” ou “não” à entrada da notícia no espaço noticioso. Assumindo-se que, apenas segundo o critério pessoal, se seleccionava a informação, estar-se-ia a colocar em causa a primeira teoria clássica do jornalismo - a teoria do espelho⁶⁵ -, uma vez que, a par da isenção e da imparcialidade, “o jornalista perde a neutralidade no momento em que desempenha o papel de porteiro” (Morais, 2015, p. 15).

Desta forma, o processo de *gatekeeping* tornou-se uma corrente de análise que ultrapassa, em muito, as teorias iniciais de White, dado que as decisões tomadas pelo jornalista têm sempre por base segundas decisões, que advêm, regra geral, do órgão de comunicação para o qual trabalham. Segundo João Carlos Correia (2011), “a introdução da noção de múltiplos *gatekeepers* que controlam várias funções ao longo do processo” terá sido uma mudança fundamental da teoria do *gatekeeping* (p. 83).

(...) os editores também têm uma palavra a dizer sobre a informação que é publicada. Com este processo de triagem, o público acaba por ter acesso a informações seleccionadas por um conjunto de *gatekeepers* (jornalista, editor, chefe de redação); assim, a informação até chegar ao público passa por uma seleção que resulta da política editorial da empresa que determina o enquadramento a dar às notícias (Morais, 2015, p. 16).

Atrevemo-nos a ir mais longe e dizer que, na redação, o trabalho de *gatekeeper* começa, antes de tudo, nos departamentos de Agenda que é onde existe o primeiro contacto com a escolha da informação. Como explica Patrícia Jesus (2018)⁶⁶, quando a informação chega à TVI os responsáveis pela Agenda começam, de imediato, a utilizar critérios de seleção para a mesma - “ou vai para o lixo, ou é agendada ou é feita proposta de reportagem⁶⁷”. Desta forma, acabam por titularizar o papel de primeiros *gatekeepers*, o que se verifica quando chega, por exemplo, por chamada telefónica uma notícia de última hora. São eles quem fazem as primeiras perguntas - no caso de um acidente, “hora do alerta”, “número de feridos”, “existência de mortos”, “meios no local”, “o que está a ser posto em causa”. A partir daí, o papel de

⁶⁵De acordo com Correia (2011), esta teoria “parte do pressuposto essencial que a natureza, características e conteúdos das notícias são determinados pela realidade que se limitam a reflectir” (p. 110). Significa isto que o produto jornalístico deve ser apresentado exatamente igual à realidade observada, ou seja, deve ser um espelho da mesma. Neste sentido, a função do jornalista deve ser unicamente a de informar.

⁶⁶ Membro do departamento de Agenda da TVI. Entrevista realizada no dia 30 de abril de 2018 nas instalações da TVI no Porto.

⁶⁷ São temas intemporais que, muitas vezes, o Departamento de Agenda sabe que os editores não vão conseguir fazer naquele dia, mas que podem servir de base de pesquisa. Por exemplo: alguém recebe uma denúncia sobre determinado tema e nessa mesma denúncia informa que está desempregada. O tema que a pessoa está a denunciar pode não interessar para reportagem - e quem sabe ser enviado para programas como o “Você na TV” e/ou “A Tarde é Sua”, mas coloca-se na base de dados que a pessoa x está desempregada. Desta forma, quando um jornalista precisar de fazer uma reportagem em que precise de casos de pessoas desempregadas, basta ir à base e encontra lá o contacto (Jesus, 2018).

gatekeeper é atribuído aos editores, que “consultam a agenda e dali decidem o que é que os jornalistas vão cobrir e o que é que não vão cobrir” (Jesus, 2018)⁶⁸. As reportagens são atribuídas e depois de produzidas e entregues são os editores dos jornais que decidem se elas entram pelo “portão” ou se “morrem” ali.

Por sua vez, o papel de último *gatekeeper* é atribuído ao “próprio leitor que pode decidir não ser informado sobre qualquer tópico específico seleccionado por outros *gatekeepers* anteriores” (Correia, 2011, p. 83). João Canavilhas (2010) explica que as audiências, em geral, já vão “funcionando como uma espécie de novos *gatekeepers* que comentam e seleccionam as notícias mais interessantes para os seus amigos (*Facebook*) ou seguidores (*Twitter*)”, mas, ainda assim, nos dias que correm, “a quantidade de informação na Web é tal que os consumidores continuam à procura de novos mecanismos de selecção” (pp. 3-4).

Isto só é possível porque, à semelhança do que já foi dito, a internet impulsionou mudanças consideráveis na comunicação. Jorge Pedro Sousa (2006) considera mesmo que “o subsistema do World Wide Web, roubou ao jornalista parte do seu papel de gestor privilegiado dos fluxos de informação, isto é, do seu papel de *gatekeeper*, o que obrigou a reconfigurar o sistema jornalístico” (p. 162). Autores como João Carlos Correia (2011) e Axel Bruns (2011) partilham da mesma opinião, sendo que, este último, afirma mesmo que a mudança se perspectiva na direcção do *gatematching*⁶⁹.

De acordo com o autor, esta transformação ocorre, essencialmente, por duas razões: a primeira tem a ver com o crescimento do espaço informativo, potenciado pela internet, e que, por isso, tem “necessariamente que desafiar esta prática [*gatekeeping*]” (p. 123); já a segunda razão relaciona-se com o aparecimento do *jornalismo do cidadão*. Embora Bruns (2011) saliente que este seja “um rótulo problemático”, que “parece implicar que aquilo que os participantes praticam aqui é comparável e equivalente ao jornalismo industrial tradicional nas suas formas convencionais” assim como “que os jornalistas profissionais que trabalham na indústria não são também cidadãos” (p. 125).

Para João Carlos Correia (2011),

O *gatematching* traduz-se numa modificação das estruturas de poder do jornalismo, deslocando a ênfase da estrita selecção das notícias que devem ser publicadas, para passar antes a alertar os leitores para o fornecimento de informação sobre o conteúdo disponível (sem, todavia, limitar a disponibilidade do conteúdo aos utilizadores) (pp. 177-178).

Este é um processo que, como refere João Canavilhas (2010), é protagonizado por utilizadores de referência que já não têm como função seleccionar ou resumir informação, mas sim fornecer ao espectador pistas de leitura. De acordo com a perspectiva de Bruns (2005) sobre o

⁶⁸ Membro do departamento de Agenda da TVI. Entrevista realizada no dia 30 de abril de 2018 nas instalações da TVI no Porto.

⁶⁹ Conceito proposto por Axel Bruns.

gatewatching, realçada por Correia (2011), o jornalista e editor são comparados a um bibliotecário, uma vez que as suas funções passam a ser as de “agregar, organizar o máximo de informação, direcionar o público para o que é mais pertinente e atender às suas necessidades específicas” (p. 118).

“Nesta economia da atenção, o *gatewatcher* funciona como um analista de mercados financeiros que aconselha os seus seguidores/amigos a investirem a sua atenção neste ou naquele tema, publicando os *links* para as notícias” (Canavilhas, 2010, p. 5). O autor teve a oportunidade de comprovar o trabalho eficaz do *gatewatcher* numa investigação que levou a cabo, de onde foram selecionadas 12 notícias Web de quatro jornais para serem partilhadas por quatro *gatewatchers* no *Facebook* e *Twitter* e que lhe permitiram concluir que, em média, a ação dos *gatewatchers* representa 26% das leituras registadas numa notícia referenciada.

É possível, assim, perceber a preocupação dos meios de comunicação com a informação a que a audiência tem acesso, com aquilo que lê, ouve ou vê. Como nota Sónia Sá (2017), “aos fatores de tomada de decisão, concretamente os individuais, de rotina, de organização e ideológica, juntam-se agora a influência das escolhas e das preferências das audiências” (p. 138). Apesar de este ser um processo que está em constante desenvolvimento, a autora acredita que “os interesses das audiências e o trabalho jornalístico devem, irremediavelmente, aproximar-se” (p. 138).

Ainda assim, mesmo parecendo tornar-se comum a ideia de que o *gatekeeping* estará a desaparecer, muito pela influência dos espectadores nas decisões noticiosas, Adelino Gomes (2012) acredita que isso seja exagerado, principalmente no que diz respeito às televisões generalistas. O mesmo considera Sá (2017), para quem o *gatekeeping* se mantém “e é dos principais dispositivos de controlo do trabalho noticioso pelos jornalistas profissionais” (p. 249).

Antigamente, dado o limite mais rígido de espaço das publicações e de tempo das transmissões, os *gatekeepers* eram obrigados a excluir o menos importante para que tudo encaixasse nos limites que lhes eram impostos. Hoje em dia, o que acontece é que já não existe tanto essa preocupação pela exclusão do menos importante em detrimento do mais importante. A quantidade de informação que circula no espaço noticioso é tanta que se cria a “necessidade de avaliá-la, mais do que rejeitá-la” (Correia, 2011, p. 118). Ou seja, mais do que rejeitar conteúdos noticiosos, é necessário que sejam utilizados critérios específicos para que se avalie a importância e a qualidade dos mesmos.

Capítulo 4.

Como são selecionadas as notícias que passam para a audiência?

A par da seleção de uma notícia, a construção da agenda noticiosa afirma-se, atualmente, como uma das maiores preocupações dos responsáveis editoriais no momento em que escolhem o que vai ou não entrar na hora informativa bem como a ordem pela qual darão entrada. Para facilitar essa tarefa, os meios de comunicação guiam-se pelos chamados “critérios de noticiabilidade” - essenciais na produção jornalística. E se é certo que existem critérios universais do jornalismo, como a atualidade, a proximidade e a relevância, não nos podemos esquecer que novos valores se impuseram e que estão, logicamente, em constante alteração.

4.1. Do *newsmaking* aos critérios de noticiabilidade

A par da teoria do *gatekeeping*, a do *newsmaking* é também uma teoria fundamental no campo do jornalismo. Se a primeira procura explicar a chegada da informação às redações dos órgãos de informação e a sua respetiva seleção, a segunda visa explicar a produção das notícias, ou seja, relaciona-se com a forma como o jornalista constrói a história ou as histórias que vão ser publicadas. No seu livro “Teorias da Comunicação”, Mauro Wolf (2009) explica que a abordagem ao *newsmaking* se articula, essencialmente, dentro de dois limites: “a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos” (p. 188). É de acordo com a linha editorial do órgão de informação para o qual trabalha que o jornalista irá, sempre, produzir o seu trabalho. E por isso, a relação entre critérios de noticiabilidade e *newsmaking* é, a nosso ver, indissociável.

De acordo com o mesmo autor, estes critérios, aos quais atribui o nome de valores-notícia, são uma componente da noticiabilidade⁷⁰, que permite dar resposta à questão “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para ser transformados em notícia?”. Fala-se em valores-notícia quando se fala da noticiabilidade do acontecimento, ao avaliar se as suas características são ou não merecedoras de ser consideradas notícias. Como há uma superabundância de acontecimentos e nem todos podem ser noticiados e, conseqüentemente, tornados públicos, os órgãos de informação veem-

⁷⁰ Corresponde “ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias” (Wolf, 2009, p. 190).

se obrigados a selecionar somente aqueles que consideram ser mais importantes. Gislene Silva (2005) nota que:

A necessidade de se pensar sobre critérios de noticiabilidade surge diante da constatação prática de que não há espaço nos veículos informativos para a publicação ou veiculação da infinidade de acontecimentos que ocorrem no dia-a-dia. Frente a volume tão grande de matéria-prima, é preciso estratificar para escolher qual acontecimento é mais merecedor de adquirir existência pública como notícia (p. 97).

Tuchman (1977) faz uma analogia curiosa entre o trabalho de seleção dos órgãos de informação e o trabalho realizado em contexto hospitalar, referindo que tal “como os hospitais que «reduzem» cada doente a um conjunto de sintomas e de doenças (...)” também os jornalistas têm que saber simplificar os acontecimentos mais importantes do dia a dia (Wolf, 2009, p. 189). Para o efeito, e de acordo com o que sustenta João Canavilhas (2001), “existe um conjunto de critérios de selecção de acontecimentos, isto é, uma escala de valores que permite analisar o grau de possibilidade de um acontecimento se transformar em notícia” (p. 3).

Estes critérios de seleção de acontecimentos, critérios de noticiabilidade ou valores-notícia, como geralmente são denominados, servem de alavanca aos jornalistas no momento em que têm que escolher aquilo que deve ou não ser noticiado, ou seja, auxiliam o trabalho jornalístico. Esta atribuição de valores-notícia é, também, uma forma de rotinizar a produção noticiosa, uma vez que estes permitem “que a selecção do material seja executado com rapidez, de um modo quase «automático»” (Wolf, 2009, p. 197). O que, de acordo com Luis Fernando Assunção e Karla Caldas Ehrenberg (2015), pode não ser um contributo muito positivo para o jornalismo:

A selecção de notícias é um processo de decisão e de escolha realizado rapidamente e os critérios, na medida do possível, devem ser fácil e rapidamente aplicáveis de forma a que as escolhas possam ser feitas sem demasiada reflexão - embora essa definição seja bastante criticada por levar a um “jornalismo superficial” (p. 56).

Para os autores, no jornalismo atual, o verbo “refletir” parece ser o menos conjugado: “os chefes preferem que os repórteres se apliquem no verbo produzir e não no verbo reflectir” (p. 56). Apesar de, como afirma Pierre Bourdieu (1997), os jornalistas já possuírem os seus próprios “«óculos» particulares através dos quais vêem certas coisas e não outras” (p. 12), ou seja, de possuírem uma aptidão própria para atribuir valor noticioso a um determinado acontecimento, que, certamente, o cidadão-comum não é capaz de fazer, a verdade é que, muitas vezes, estes profissionais também necessitam de reflexão acrescida.

Em 1965, Galtung e Ruge tornaram pública a primeira tipologia de valores-notícia. Os 12 valores-notícia apresentados pelos autores foram mencionados em diversos artigos de investigadores do meio jornalístico, inclusive por João Carlos Correia (2009), que afirma que estes tenham sido um contributo “especialmente interessante” (p. 120). Os critérios apresentados por Galtung e Ruge (1993) são,

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Frequência: quanto mais a frequência do acontecimento se assemelhar à frequência do meio noticioso maior é a hipótese de se tornar notícia nesse mesmo meio; Amplitude: quanto maior a amplitude de um acontecimento, mais provável será a sua divulgação; Clareza (ou falta de ambiguidade): o acontecimento a noticiar deve ser o mais claro possível. Quanto menos dúvidas houver em relação ao significado de um acontecimento, maiores são as probabilidades de ser noticiado; Significância (de proximidade e relevância): critério que resulta da junção de duas interpretações: proximidade e relevância. O acontecimento terá mais impacto quanto maior for a proximidade cultural com a audiência bem como a sua relevância; Consonância: está ligado a uma imagem pré-mental, ou seja, quanto mais consonante for o sinal com a imagem mental do que se espera encontrar, mais provável será a audição dessa frequência; Inesperado: os acontecimentos têm de ser inesperados ou raros para se tornarem boas notícias; Continuidade: logo que algum acontecimento seja definido como notícia, então continuará a ser definido como notícia durante algum tempo; Composição: os acontecimentos são escolhidos de modo a constituir um todo equilibrado (Galtung & Ruge, 1993, pp. 63-67).

Os oito valores referidos são critérios independentes da cultura em que se inserem, contudo Galtung e Ruge consideram haver fatores que determinam a passagem dos acontecimentos a notícias que estão já culturalmente determinados. São eles,

Referência a nações de elite: quanto mais um acontecimento diga respeito às nações de elite mais provável é a sua transformação em notícia; Referência a pessoas de elite: quanto mais um acontecimento diga respeito a pessoas de elite mais provável é a sua transformação em notícia, uma vez que as acções de elite são geralmente mais importantes do que as actividades dos outros; Personificação (referência às pessoas envolvidas): as notícias têm tendência para apresentar os acontecimentos como protagonizados por um sujeito, uma determinada pessoa ou colectividade composta por algumas pessoas, e o acontecimento é então visto como uma consequência da acção dessas pessoas; Negatividade (*bad news is a good news*): as más notícias tendem a ter mais impacto perante a audiência. Quanto mais negativo for o acontecimento, mais provável é a sua transformação em notícia (Galtung & Ruge, 1993, pp. 67-70).

Tal como David Manning White apresentou, na altura, um importante estudo sobre a teoria do *gatekeeping*, também Mauro Wolf (2009) o fez no que diz respeito aos valores-notícia. Segundo o mesmo, existem cinco critérios que definem os principais valores-notícia: os critérios substantivos, os critérios relativos ao produto, os critérios relativos ao meio de comunicação, os critérios relativos ao público e os critérios relativos à concorrência.

No que concerne aos critérios substantivos, eles articulam-se, essencialmente, segundo os fatores da importância e do interesse da notícia. Desta forma, o autor entende que para se saber a importância de determinado acontecimento é necessário que se tenha em conta o grau e o nível hierárquico dos indivíduos envolvidos no acontecimento noticiável, o impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional, isto é, a capacidade de determinado acontecimento influir ou incidir no interesse do país, a quantidade de pessoas que o acontecimento (de facto ou potencialmente) envolve, o que significa que se um desastre aéreo envolver um reduzido número de pessoas, mas ocorrer nas proximidades, é mais provável que seja noticiado do que um desastre aéreo que, apesar de envolver mais pessoas, ocorre noutro país bem como a relevância e significado do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação. No entanto, Wolf (2009) adverte que, para que se consiga perceber o interesse da

notícia, é necessário que o órgão de informação conheça bem a sua audiência, uma vez que “o interesse da história está estreitamente ligado às imagens que os jornalistas têm do público” (p. 205).

Relativamente aos critérios relativos ao produto, estes dizem respeito às características específicas do produto informativo, sendo que nestes critérios há determinados valores que são cruciais tais como a brevidade, a atualidade e o equilíbrio, correspondendo este último ao critério da “composição” do espaço noticioso avançado por Galtung e Ruge (1993). Os critérios relativos ao meio de comunicação, no caso da informação televisiva, têm a ver com o facto de aquilo que é noticiado fornecer uma boa imagem visual, ou seja, que ilustre bem os aspetos importantes da notícia; inclui-se, também, nestes critérios a questão do “formato”, que diz respeito aos limites espaço-temporais do produto informativo. Já os critérios relativos ao público dizem respeito ao papel que desempenha a imagem que os jornalistas têm da sua audiência. Wolf (2009) salienta que os jornalistas conhecem pouco o seu espectador e que também não se interessam por conhecê-lo. Contudo, acredita que não deveria ser assim, uma vez que “a referência às necessidades e às exigências dos destinatários é constante e, nas próprias rotinas produtivas, estão encarnados pressupostos implícitos acerca do público” (p. 213). Por último, quando o autor menciona os critérios relativos à concorrência quer com isto dizer que, muitas vezes, pode acontecer que um órgão de informação selecione uma notícia porque sabe que outros órgãos de informação também o farão.

Por sua vez, Nelson Traquina (2004) elaborou, também, a sua lista de valores-notícia, parte dela inspirada em classificações já atribuídas por outros investigadores. Para o autor, existem apenas dois tipos de critérios: os valores-notícia de seleção (substantivos ou contextuais) e os valores-notícia de construção.

No que concerne aos valores-notícia de seleção substantivos, sustenta que a “morte” é um critério fundamental, uma vez que “onde há morte há jornalistas”, considerando que talvez esse [valor] seja uma das razões “que explica o negativismo do mundo jornalístico que é apresentado diariamente nas páginas do jornal ou dos ecrãs da televisão” (Traquina, 2004, p. 108). A “notoriedade”, que é facilmente visível num congresso partidário, por exemplo, onde “os membros da tribo jornalística andam atrás das estrelas políticas”; a “proximidade”, tanto em termos geográficos como culturais; a “relevância”, que tem a ver com “a capacidade de o acontecimento incidir ou ter impacto sobre as pessoas, sobre o país, sobre a noção” e a “novidade”, “uma questão central” para os jornalistas são, igualmente, valores-notícia fundamentais (Traquina, 2004, pp. 108-109). Mas, também, o “tempo”, na medida em que uma determinada data pode servir de pretexto para originar uma notícia (como acontece com as efemérides); a “notabilidade”; o “conflito” e o “escândalo”.

Por sua vez, em relação aos valores-notícia de seleção contextuais, que dizem respeito ao contexto de produção noticiosa, Nelson Traquina (2004) destaca a “disponibilidade”, isto é, a

facilidade da cobertura do acontecimento; o “equilíbrio”, que está relacionado com a preocupação dos órgãos informativos em conseguirem notícias diversificadas; a “visualidade”, que “em particular no jornalismo televisivo (...) é um factor de noticiabilidade fundamental”; a “concorrência”, porque como sabemos as empresas jornalísticas concorrem umas com as outras em busca do maior número de audiências e, por último, “o dia noticioso”, uma vez que “cada dia jornalístico é um novo dia. Há dias ricos em acontecimentos com valor-notícia e outros dias pobres em acontecimentos com valores-notícia” (Traquina, 2004, pp. 115-116).

Já no que respeita aos valores-notícia de construção, o autor destaca seis: “simplificação”, “amplificação”, “relevância”, “personificação”, “dramatização” e “consonância”. Em relação aos quatro primeiros valores destacados significa que quanto mais simples, amplificados, relevantes e personificados forem os acontecimentos mais possibilidade têm de ser notados. Por “dramatização”, Traquina (2004) entende “o reforço dos aspectos mais críticos, o reforço do lado emocional, a natureza conflitual” e por “consonância” que “quanto mais a notícia insere o acontecimento numa ‘narrativa’ já estabelecida, mais possibilidade a notícia tem de ser notada” (Traquina, 2004, p. 118).

João Canavilhas (2001) apresentou, também, a sua tipologia de valores-notícia, destacando como mais importantes os seguintes: momento do acontecimento, o que significa que este “tem maior probabilidade de passar a notícia se as suas características temporais servirem as necessidades do meio”, no caso da televisão, por exemplo, os acontecimentos de última hora são sempre privilegiados (p. 3); intensidade, ou seja, “quanto maior for a magnitude do acontecimento, maior a probabilidade de ser noticiado” (p.3); clareza, que significa que, quanto menos dúvidas suscitar o acontecimento mais elevada é a possibilidade de este ser noticiado; proximidade; surpresa, que diz respeito ao inesperado; continuidade, que mostra que a noticiabilidade de determinado facto aumenta a probabilidade de os seus desenvolvimentos também o serem; composição, que diz respeito ao equilíbrio de temas noticiados no jornal ou telejornal e, por último, os valores socioculturais, que têm a ver com os padrões que vigoram na sociedade onde se insere o órgão de comunicação.

Muitas vezes os critérios de noticiabilidade apresentam diferentes nomes, mas, na realidade, os significados são os mesmos, como se verifica, por exemplo, nos critérios apresentados por Canavilhas (2001) e Mauro Wolf (2009) que, em muito, se assemelham aos valores-notícia de Galtung e Ruge. No entanto, no caso do primeiro autor citado, os oito valores-notícia que destacou são referentes, apenas, ao jornalismo em geral. No que diz respeito ao meio televisivo, João Canavilhas (2001) determinou outro conjunto de valores: a previsibilidade, pois uma vez que o meio televisivo pressupõe a existência de um trabalho de grupo isso implica ter alguém “que saiba captar imagens e que tenha o equipamento necessário”. Significa isto que, “quanto mais previsível for o acontecimento, mais probabilidade tem de ser coberto” (p. 4); o valor das imagens, que é de acordo com Canavilhas (2001) a condicionante mais importante do jornalismo televisivo, uma vez que uma boa história que não possua imagens, tem pouca

probabilidade de ser noticiada; e por último os custos, isto porque ter que enviar uma equipa para cobrir determinado acontecimento possui, logicamente, custos, possivelmente altos, e, por isso mesmo, o fator económico apresenta grande relevo na noticiabilidade das ocorrências.

Apesar de os critérios de noticiabilidade se apresentarem individualmente, a verdade é que, na prática, eles só fazem sentido observados de forma conjunta. Os valores-notícia atuam combinados e permitem a distinção entre o que é notícia e acontecimento (Canavilhas, 2001). O mesmo considera Mauro Wolf (2009), que sustenta que os “critérios de relevância funcionam conjuntamente, ‘pacotes’”, destacando que “são as diferentes relações e combinações que se estabelecem entre diferentes valores/notícia, que «recomendam» a selecção de um facto” (pp. 195-196).

Contudo, é importante realçar que, de entre os mesmos acontecimentos que determinados órgãos de informação tenham à escolha, quase de certeza absoluta que não irão escolher todos o mesmo facto para que seja noticiável, uma vez que, apesar de os critérios de noticiabilidade serem universais à prática jornalística, é usual que os métodos de seleção da informação variem de redação para redação. Wolf (2009) acredita que a própria “organização de uma redacção em sectores temáticos específicos, o tipo de correspondentes e especialistas que ela possui, são indicações, a nível do órgão de informação, dos critérios de noticiabilidade que nela vigoram” (p. 200). Entende-se, desta forma que, certamente, as notícias mais divulgadas são aquelas que vão ao encontro das temáticas dos órgãos de informação.

Além dos valores-notícia poderem “variar de veículo para veículo”, ou seja, de meio para meio, a verdade é que eles variam, também, “de tempos em tempos” no jornalismo em geral (Soares & Oliveira, 2007, p.4). Estes não permanecem estanques no tempo, estando constantemente a ser repensados pelos editores das empresas informativas. Os critérios que vigoravam antigamente e que, conseqüentemente, eram tomados por certo podem, eventualmente, em determinados momentos, não ser os mesmos que vigoram no jornalismo atual. Alfredo Vizeu (2002) sublinha que “um aspecto que faz parte da própria natureza dos valores/notícia” é, precisamente, o facto de estes serem dinâmicos, isto é, de mudarem no tempo. Como o mesmo explica, embora “mostrem uma forte homogeneidade no interior da cultura profissional, não permanecem sempre os mesmos. À medida que acontecem mudanças na esfera informativa (...) há um reajustamento e uma redefinição dos valores/notícias” (p. 82).

De acordo com a nossa visão do jornalismo atual, consideramos que os valores-notícia dos órgãos de informação se centram, essencialmente, na atualidade, na proximidade e no inesperado. Contudo, há uma variável que parece ser determinante na escolha das informações a noticiar - a das audiências - e que terá a sua explicação mais adiante nesta dissertação.

No seu livro “Nos bastidores dos telejornais: RTP1, SIC e TVI”, Adelino Gomes (2012) questionou alguns responsáveis editoriais das três estações generalistas sobre a possibilidade de o critério

da audiência ser ou não utilizado pelos mesmos no momento da seleção dos acontecimentos. Embora o inquérito tenha sido feito há oito anos, as respostas não fugiram muito ao padrão que vigora dentro das redações no presente, com apenas dois dos 10 inquiridos a manifestarem-se frontalmente contra esta análise. A, na altura, coordenadora do telejornal do fim-de-semana da televisão pública, Rosário Salgueiro, é muito clara na sua resposta, afirmando que ninguém deve ter dúvidas “quanto à presença do conhecimento dos níveis de audiência entre os factores de avaliação que influem no alinhamento e mesmo na elaboração das peças jornalísticas” (p. 286).

Critério de audiência? Sem dúvida. Mas isso não significa, no entanto, mau jornalismo. Conhecer bem os públicos (sim, porque há muitos públicos na sociedade e mesmo no universo de leitores de um diário ou de telespectadores) será pois um meio importante para melhorar a comunicação e, por consequência, o jornalismo (Resposta de Alcides Vieira, na altura diretor de informação da SIC. Retirado de Gomes, 2012, p. 288).

De acordo com Itania Gomes (2007), esta análise pode ser considerável na medida em que os valores de noticiabilidade têm associado a si um duplo sentido. Por um lado referem-se “às expectativas da realidade”, ou seja, às expectativas que uma certa sociedade tem sobre as notícias veiculadas por um determinado órgão de informação e, por outro, referem-se “à responsabilidade social do jornalismo”, que tem a ver com “a noção de compromisso com o interesse público e com as prerrogativas básicas para o exercício profissional, a liberdade de expressão e de informação” (p. 7). A autora, entende, assim, este segundo sentido dos valores-notícia como aquele que orienta o fazer jornalístico dos meios de comunicação, e aqui, naturalmente, ter-se-á que incluir a forma como os órgãos de informação lidam com aquilo que a audiência quer. Para o conseguirem fazer têm, então, que ter em conta critérios de audiência.

Neste sentido, e retomando o inquérito levado a cabo por Adelino Gomes (2012), José Alberto Carvalho sublinha também concordar com o facto de as audiências passarem, de facto, a constituir-se como um critério interiorizado. Já o, na altura diretor-geral da TVI, José Eduardo Moniz, afirma existir, sim, um critério de audiência, mas garante que as notícias são, essencialmente, escolhidas pelo critério de importância:

Quando se olhava nesse período [2007] para os estudos [sobre o Jornal Nacional da TVI], este era o que mais vezes abria com notícias de economia (...) Devido ao critério do que interessa à maior parte das pessoas porque afecta mais a sua vida. Esse é o critério essencial, porque, ao segui-lo, ganhamos respeitabilidade e credibilidade. (...) Há sempre um compromisso entre a necessidade de atrair audiência e a essência do critério jornalístico. O segredo está na linguagem e na forma como abordas as questões. Não é por abrires com economia que te tornas hermético. É preciso é saberes falar com as pessoas. (...) Independentemente de, na fase da implantação, termos exagerado em muitas alturas - em que de facto tínhamos alguma elasticidade nos critérios para preencher aquela hora e meia - no essencial, as pessoas percepcionavam-nos como alguém que fazia um esforço para ser sério (Gomes, 2012, p. 291).

Já em “Velocidade, apuração e credibilidade: provocações e reflexões acerca da prática jornalística na internet” (2015), Luis Fernando Assunção e Karla Caldas Ehrenberg destacam

que a velocidade tem sido a tônica do jornalismo. E consideram que, atualmente, “o que vale é divulgar em tempo real todos os fatos quando estes forem acontecendo”, o que leva os autores a afirmarem que, neste momento, o valor da notícia “reside mais em sua instantaneidade⁷¹ do que em sua credibilidade” (p. 54).

Por sua vez, João Carlos Correia (2009) acredita que “um traço que torna os elementos mais noticiáveis é a sua facilidade em serem interpretados dentro de um enquadramento socio-cultural familiar, em termos de imagens, expectativas e estereótipos consagrados” (p. 46). O autor vê, aqui, uma proximidade cultural que entende ser sobrevalorizada pelos órgãos de informação, no sentido em que, antes de noticiar algo, têm a preocupação de verificar se o acontecimento se insere ou não na cultura da sociedade onde estão inseridos. O mesmo entende Nuno Goulart Brandão (2016), que acredita que “dado acontecimento que esteja temporalmente e geograficamente ligado ao espaço social e de relacionamento das referidas audiências, potencia e aumenta o seu interesse” (p. 39).

Leonel Aguiar e Alice Baroni (2009) apontam um outro critério de noticiabilidade: o de entretenimento. Acreditam, por isso, que a capacidade de entretenimento se constitui “como um valor-notícia fundamental para que um acontecimento possa adquirir requisitos necessários para ser construído enquanto narrativa jornalística” (p. 147). Um valor-notícia que, talvez, possa ter aparecido muito por influência da preocupação, constante, dos meios de comunicação com o número de audiências.

Além de Brandão (2016) ver a “proximidade” como um dos mais importantes critérios de noticiabilidade, como, inclusive, já foi referido, é importante realçar que o autor entende também, o critério da “novidade” como um valor fundamental do jornalismo, dado que “tudo o que é novo tem, por sua vez, um elevado potencial de também poder ser considerado como de interesse informativo” (p. 39). Principalmente nos dias atuais, em que são tantos os acontecimentos a emergir no espaço informativo, é essencial que os órgãos de informação consigam captar mesmo as “melhores novidades”, conseguindo, desta forma, e como destaca Sérgio Figueiredo (2018)⁷², “surpreender o espectador para evitar a sensação de que não lhe dá nada de novo”.

Para Adelino Gomes (2012),

a actualidade e a novidade constituem valores-notícia centrais. Na informação de continuidade (isto é, nos noticiários que se sucedem de hora a hora, de meia em meia hora

⁷¹ “Essa necessidade de velocidade e de informação instantânea leva os jornalistas a uma corrida quase invencível contra o tempo. E claro, isso traz consequências graves. A informação jornalística só tem valor se for credível. Se não há credibilidade, não há jornalismo” (Assunção & Ehrenberg, 2015, p. 55).

⁷² Diretor de informação da TVI. Entrevista realizada por correspondência *online* no mês de abril de 2018, com respostas obtidas em julho do mesmo ano.

e, actualmente, no fluxo informativo contínuo), um e outro valores constituem-se mesmo, na prática, em imperativo noticioso (Gomes, 2012, p. 140).

A nosso ver, independentemente de qualquer critério de noticiabilidade que qualquer órgão de informação adote, entendemos que, parafraseando Brandão (2016), o que deve prevalecer sempre na informação é a “ponderação” e a “racionalidade”. Muitas vezes, os órgãos de informação, obcecados pelo número de audiências que pretendem obter, podem estar a colocar em causa o papel fundamental do jornalismo na sociedade. A primazia pela informação-espetáculo, por exemplo, já abordada ao longo desta dissertação, acontece, na nossa opinião, como consequência desta “nova” variável. E é primordial que tal valor seja desvalorizado, ou seja, que os responsáveis editoriais deixem de ter a visão mercantil das notícias no cerne das suas atenções. Quando estes seleccionam os acontecimentos a noticiar não o devem fazer tendo em conta única e exclusivamente o interesse audimétrico da estação televisiva, mas sim os critérios que consideramos essenciais no jornalismo: atualidade da informação e interesse público. Nesse sentido, entendemos ser essencial os órgãos de informação repensarem os valores-notícia pelos quais se guiam na atualidade, uma vez que não se podem esquecer nunca da histórica responsabilidade social que continuam a ter.

4.2. A construção do alinhamento

Dizer que os critérios de noticiabilidade se aplicam apenas no momento da seleção de um acontecimento a transformar em notícia é, de acordo com Hamiestelie Soares e Jocyelma Oliveira (2007) enganador. Os critérios estão presentes ao longo de todo o processo produtivo da informação: desde o momento em que ela dá entrada na redação, até que é difundida para o telespectador. Surgem, assim, “um pouco durante todo o processo de produção, inclusive nas fases de feitura e apresentação das notícias” (Vizeu, 2002, p. 84). No entanto, como refere Mauro Wolf (2009), é importante salientar que a atuação dos critérios nesta fase apresenta “um relevo diferente” da do momento da seleção da notícia (p. 196).

Aquando da produção noticiosa, os jornalistas deparam-se com um vasto universo de variáveis: “a informação que há sobre o assunto que estão a investigar”, “o ângulo de abordagem que deve ser feito”, “o espaço ou tempo da peça”, “as fontes a consultar”, entre outras. Assim sendo, é através dos critérios de noticiabilidade e, claro, tendo, sempre, em consideração a linha editorial da publicação ou da estação de televisão para a qual trabalham, que os profissionais optam por fazer as suas escolhas. Soares & Oliveira (2007) explicam que:

a valoração da notícia se define a partir da escolha das fontes, de onde ou de quem são emitidas as informações. Esse acesso ao campo jornalístico que o profissional de redação tem que lidar diariamente está ligado a um processo de atribuição de valores. Escolher uma fonte ao invés de outra é assegurada na experiência do profissional com a produção da notícia. É resultado da cultura profissional (p. 8).

Desta forma, e tendo em conta alguns conteúdos analisados ao longo desta dissertação, podemos afirmar que a seleção dos acontecimentos é a primeira fase de atuação dos critérios de noticiabilidade. Numa fase seguinte, estes mesmos critérios são utilizados pelos jornalistas no momento da construção da notícia. E, por último, atuam, pela mão dos editores dos jornais televisivos, no caso da televisão, ou das publicações, na imprensa, para que se vá construindo a agenda noticiosa do órgão informativo. No que diz respeito ao jornalismo televisivo, que é aquele que está no centro da nossa investigação, vamos designá-lo de “alinhamento”, acreditando ser a denominação mais correta.

Em televisão, como já havia sido referido, os noticiários de maior importância, ou aqueles que conseguem maior atenção junto das audiências, são aqueles que são emitidos pelos canais generalistas à hora de almoço e à hora de jantar, que em Portugal correspondem, respetivamente, aos telejornais das 13 e 20 horas. Assim sendo, é compreensível que as estações de televisão concorram entre si de forma a garantirem “a conquista do maior número de pessoas a verem o jornal, algo que só é positivo quando mais elevado do que os dos principais concorrentes” (Sá, 2017, p. 265). Tentam, por isso, que a primeira notícia a dar seja uma marca distintiva em relação à concorrência, para agarrarem, desde logo, os cidadãos ao seu telejornal.

Para conseguirem a vitória das audiências, jornalistas, editores, coordenadores de redação, editores do noticiário e diretor de informação devem estar em contacto permanente. Contacto esse que começa, todos os dias, na habitual reunião de redação efetuada pelos órgãos informativos. “Dela sai um primeiro esboço de alinhamento para o jornal”, isto é, um esquema provisório da constituição do bloco informativo (Gomes, 2012, p. 140). Ora, se o agendamento diz respeito ao número total de peças que constituem os jornais, o alinhamento, por sua vez, tem a ver com a forma como essas notícias estão ordenadas ao longo da hora informativa. Aqui se confirma, segundo salienta Gislene Silva (2005), que a seleção informativa “se estende redação adentro, quando é preciso não apenas escolher, mas hierarquizar” (p. 98).

Todos os dias, os “gatekeepers” dos sistemas dos media noticiosos têm que decidir quais os itens a deixar passar ou a rejeitar. E mesmo os que passam neste crivo (“gate”) são tratados de forma desigual na sua apresentação ao público. Alguns são tratados extensivamente, outros severamente cortados. Alguns são temas de destaque num noticiário, outros surgem no final do seu alinhamento. Os jornais afirmam claramente a sua valoração de um assunto através do tamanho do título e da sua localização em termos de paginação (Traquina, 2000, pp. 65-66).

Regra geral, o alinhamento do jornal é construído tendo por base os critérios de noticiabilidade do jornalismo. Mesmo depois de um acontecimento ser definido como notícia, ele pode sofrer alterações até que seja decidido se a peça irá ou não irá para o ar. É durante a reunião de redação, que os responsáveis discutem, de entre o número de notícias que têm, quais são as que vão integrar o seu telejornal, bem como “se será uma nota simples, nota coberta ou se poderá se transformar numa série de reportagens” (Soares & Oliveira, 2007, p. 5). A nosso ver,

uma das variáveis indissociável das escolhas efetuadas para a construção do alinhamento dos programas noticiosos é, indiscutivelmente, a das audiências, que desempenha uma enorme relevância no meio televisivo, como será comprovado.

O leque de notícias emitidas pelos jornais televisivos começa a ser alinhavado, tanto para o jornal da hora de almoço como para o da noite, logo de manhã, durante a reunião de redação. No caso em concreto da TVI, estão presentes na reunião: o diretor de informação, os editores das várias editoriais do canal - “Desporto”; “Geringonça” (inclui economia, internacional, política); “Sociedade” -, os editores dos dois jornais principais (13 e 20 horas), os chefes de redação, alguém responsável pelo site da TVI24 assim como uma pessoa da Produção e outra da Agenda. Patrícia Jesus (2018)⁷³, destaca que, durante a conferência de redação, “o editor do jornal consulta cada editor de cada editoria a perguntar «o que é que tem hoje?» e é assim que os responsáveis vão discutindo quais são as peças - algumas já elaboradas, outras em execução ou agendadas - que devem ser incluídas no jornal bem como a sua ordem e o tempo previsto para as mesmas. Note-se que esse pré-alinhamento “é alterado durante a reunião, durante a manhã e durante o próprio jornal” (Jesus, 2018).

É importante realçar que não existe um guião já pré-definido para o alinhamento de um telejornal. Ele varia segundo a agenda do canal informativo assim como mediante os assuntos que estão na ordem do dia, o que faz com que, quase sempre, se apresente diferente. A responsabilidade de “vender o jornal” é atribuída ao editor do telejornal, o que faz com que, obrigatoriamente, para decidir o alinhamento, este tenha sempre que ter em conta o fator audimétrico. Como explica Adelino Gomes (2012):

A dança dos alinhamentos das três estações mostram, na verdade, que mesmo após a definição última do alinhamento, no final da tarde, tudo se pode modificar no primeiro minuto de transmissão do telejornal - momento em que o responsável do jornal se confronta, em directo, com as opções das outras redacções (p. 208).

Significa isto que o primeiro plano de alinhamento saído da reunião, como confirmado por Patrícia Jesus (2018), raramente ou quase nunca é aquele que se mantém até ao jornal da noite, que é o noticiário que está a ser objeto de estudo nesta dissertação. E porque é que isto acontece? A nosso ver, por três razões principais, mencionadas de seguida por uma ordem aleatória.

1. Porque, eventualmente, as peças podem não estar prontas para entrar no ar segundo a ordem para a qual estavam alinhadas. Quando assim acontece, é possível que o editor desça a peça ou, sabendo de antemão que ela não estará concluída a tempo de entrar no telejornal que está a editar, exclui-a, o que

⁷³ Membro do departamento de Agenda da TVI. Entrevista realizada no dia 30 de abril de 2018 nas instalações da TVI no Porto.

significa que a peça cai⁷⁴ do alinhamento. Isso não significa que a peça nunca mais seja divulgada, uma vez que, no caso de se tratar da edição do telejornal das 13 horas pode passar para o das 20 horas, ou se se tratar do telejornal da noite a peça pode passar para o do dia seguinte; ou pode ainda ser divulgada nos blocos noticiosos do canal 24 horas. A notícia só não é divulgada caso o editor a queira ‘matar’⁷⁵;

2. Pode surgir uma notícia de “última hora” que obrigue o editor do telejornal a reconfigurar todo o esquema do seu alinhamento. Casos que fundamentam esta tese são, por exemplo, o devastador incêndio em Pedrogão Grande, que provocou a morte de 66 pessoas e vitimou mais de 250 feridos, bem como o ataque terrorista em diversos locais públicos de Paris, França, em novembro de 2015, que provocou 350 feridos e tirou a vida a 130 pessoas. Qualquer editor que se depare com situação destas tem, obrigatoriamente, que alterar o seu alinhamento e dar prioridade aos casos de última hora. Caso contrário, não estará a respeitar o princípio universal do jornalismo: o de informar os cidadãos;
3. A possibilidade de o editor, e respetivos profissionais presentes na régie⁷⁶, conseguirem assistir, em direto, às emissões noticiosas dos canais concorrentes (RTP1 e SIC) faz, muitas vezes, com que alterem a ordem de determinada notícia no seu alinhamento, ou até mesmo que a exclua, tendo em conta aquilo que os outros órgãos informativos estão a noticiar. Situação recorrente, dado que, devido às novas tecnologias é possível “saber ao minuto que tipo de notícias é que habitualmente têm mais audiência” (Peixoto, 2018⁷⁷) e se o editor vê que está a perder telespectadores, não hesita em fazer qualquer alteração necessária no alinhamento.

Ao longo da nossa observação na TVI, perspetivada, significativamente, através da presença na redação do Porto, podemos garantir que, em momento algum, vimos o alinhamento do telejornal sofrer alguma alteração pela razão número um. Pelo contrário, vimo-lo acontecer pelos motivos mencionados nos pontos dois e três, especialmente neste último. O que nos leva, assim, a afirmar que durante todo o noticiário televisivo está presente o “jogo das audiências”.

(...) tudo depende de um jogo do gato e do rato em que as três *régies* se envolvem, conscientes de que uma decisão precipitada, adiantando ou adiantado por uns segundos a

⁷⁴ Termo utilizado na gíria jornalística que significa a saída de uma peça no alinhamento.

⁷⁵ Significa que a notícia morre, ou seja, não tem existência pública.

⁷⁶ Local destinado ao controlo técnico de uma emissão de televisão em direto.

⁷⁷ Coordenadora chefe-adjunta da redação do Porto. Entrevista decorreu no dia 30 de abril de 2018 nas instalações da TVI no Porto.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

entrada em intervalo, equivale a ganhos ou perdes de audiência de milhares de telespectadores (Gomes, 2012, p. 149).

O momento de escolha do intervalo do noticiário televisivo é ainda mais levado ao extremo em dias de jogos de futebol, sejam estes emitidos em canal aberto ou não. Já o garantia a Adelino Gomes (2012) a, na altura, coordenadora do telejornal da RTP1, Rosário Salgueiro: “(...) Se o jogo entra em intervalo convém-nos ter entrado em intervalo uns dez minutos mais cedo. Dessa forma atrairemos a atenção dos telespectadores que saem do futebol” (p. 150). Citamos, de seguida, uma estratégia que mostra esta concorrência consecutiva e desmedida dos órgãos de informação, em particular dos canais televisivos, tendo em conta o número de audiências.

– Ganhámos o *Juma* [*Jornal da Uma*] e à noite [*Jornal das 8*]! Vamos ter saudades dos gatos [referência à rubrica *Isso é tudo muito bonito, mas...*]. No canal, estivemos quase sempre bem. Fizemos 60 mil na hora do jornal [*das 8*] e o *Política Mesmo* fez 80 mil. Contudo, ainda temos caminho a fazer às sete [noticiário das 19h00 da *TVI24*].

– A mim parece-me importante fazer referência à nossa incapacidade de sabermos tirar todo o proveito do nosso sucesso na televisão para o *online*. Está claro que não rentabilizámos a nosso favor o que se seguiu [nas redes sociais] ao Bruno de Carvalho [Presidente do Sporting] no *Prolongamento* [Programa da *TVI24* de debate futebolístico]. Aquilo virou viral na *net* e não partiu de nós. Precisamos de estar mais atentos a isto. Não nos podemos esquecer de que as notícias ganham outra dimensão nas redes sociais. Se era nosso [o conteúdo], devia ter sido rentabilizado por nós.

[...]

– A *SIC* e a *CM[TV]* deram esta história [...].

– Deram, mas nós não conseguimos confirmar a história. Pareceu-nos uma armadilha. Nós não demos a notícia porque desconfiámos das fontes. Havia ali coisas que não batiam certo.

– Quando assim é, é melhor não darmos. Pode ser logro. É preferível agirmos assim. Se, entretanto, conseguirem confirmar, dá-se. Não é porque os outros deram que nós temos de dar sem haver a certeza do que estamos a dizer.

[...]

– A reunião do BE [Bloco de Esquerda] foi adiada. Penso que a Catarina [Martins] só quer reunir com o [António] Costa depois do Passos [Coelho]. Vamos acompanhar isto todo o dia. Fazemos peça para a noite. Isto deve dar muita coisa. É tudo novo.

– Sim. A esquerda parece estar a unir-se. O Passos [Coelho] e o [Paulo] Portas dificilmente vão conseguir formar governo. Está instalada a confusão.

– Mas afinal de que lado está o [António] Costa?

– Oh pá... Vamos mesmo fazer uma peça a mostrar que há mesmo problemas. Devíamos explicar, por exemplo, o tanto que separa o PS [Partido Socialista] do PCP [Partido Comunista Português].

– Sim, se há altura em que as pessoas querem consumir política é agora.

– Também vamos dar atenção à bancada do Bloco [de Esquerda]. Eles têm muita gente nova. O *Público* faz aqui um trabalho sobre isto. Até têm um deputado de 22 anos.

– Sim, mas com uma abordagem que seja nossa, ok?

[...]

– Vamos trabalhar esta coisa da baixa demográfica e da baixa do PIB [Produto Interno Bruto]. E vamos tentar explorar melhor um assunto que está a ficar cada dia mais complicado. Vem aí mais uma coisa sobre a banca. E não é coisa boa.

– E o País a meio gás. Não temos novo governo tão cedo...

– Vamos atualizar as coisas do [Joseph] Blatter. Isto ainda não é oficial, mas está a ter um impacto enorme em todo o lado.

[...]

– Temos o Furacão *Joaquim*. Os jornais *online* estão a dar muito destaque a isto. Estamos a fazer uma peça. Estamos a sacar imagens do furacão. Há imagens boas.

[...]

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

- Há aqui esta história [...] que o *i* traz hoje. Queríamos tratar disto, mas estamos a tentar encontrar o estudo original.
- Ótimo.
- É claro que vamos continuar a acompanhar todo o dia as buscas dos pescadores. Apareceram apenas dois. Estamos em direto. Depois, fazemos a peça para a noite [*Jornal das 8*] (Sá, 2017, pp. 264-265).

Este pequeno diálogo, alusivo à construção do alinhamento do *Jornal das 8* da TVI, analisado, de perto, durante os três anos de observação de Sónia Sá (2017) na redação da estação, mostra, claramente, como a motivação maior das escolhas tomadas pelos responsáveis editoriais é apenas uma: a de ganhar as audiências do seu telejornal. Esta conclusão é retirada do caso específico da TVI, mas a verdade é que acreditamos que se possa estender a todos os canais de televisão, uma vez que, na sociedade atual, os números da audimetria são uma prioridade. Começaram a sê-lo, na verdade, já há mais de duas décadas, altura em que apareceram os canais privados.

Um outro exemplo de diário de campo considerado por nós de extrema importância, também avaliado em contexto de observação na redação da TVI, tira a mesma conclusão relativamente à importância das audiências para quem edita o telejornal. Escreve Adelino Gomes (2012):

Hoje há futebol, e o termo do jornal está definido para as 21h15. O futebol não é em canal aberto, mas as generalistas dão também importância ao fenómeno, porque lhes retira audiência. Uma terceira e quarta componentes de hoje é que há Grande Reportagem, com cerca de 20 minutos, integrada no jornal da TVI, e que há Grande Reportagem na SIC, a partir das 21 horas. Estes factores são centrais nas preocupações do coordenador, que precisa de definir à partida em que altura do jornal entrará em intervalo. O ideal, explica Miguel Dimas [coordenador do Jornal Nacional] é conseguir fazê-lo primeiro do que a concorrência. Cerca das 20h19. Se assim acontecer, a TVI, sairá do intervalo por alturas do intervalo do jogo, o que lhe permite (já o fez no pré-alinhamento, segundo vejo) reabrir o jornal com três a quatro notícias sobre Desporto. Justifica «É uma forma de captar os maluquinhos da bola, que, quando o ‘cabo’ entrar em intervalo vão passar pelos outros canais e poderão ficar connosco se encontrarem notícias de futebol». Se este estratagema funcionar, a TVI estará preparada para meter a qualquer momento os 20 minutos da Grande Reportagem. A qualquer momento, mas não num momento qualquer. Para o editor do Jornal Nacional, esse momento, idealmente, é apenas um: aquele em que a SIC entrar, por seu lado, em *break*. (...) Diz o coordenador do JN, a certa altura: «Se a SIC me espetar com um intervalo aos 14 ou 16, lixa-me porque não posso ir para intervalo também e deixar a RTP sozinha» (pp. 156-157).

A preocupação constante com o número de audiências que o telejornal está a ter ou que poderá vir a ter constitui um marco no jornalismo. Atrevemo-nos mesmo a dizer que nas *régies* dos canais informativos se respira audiências, uma vez que tudo é feito de acordo com e a pensar nas mesmas. Para isso, os diretores das estações televisivas entenderam ser essencial criar mecanismos que atraiam a audiência para os seus noticiários, para que possam sentir-se ainda mais informados sobre o que se passa na sociedade, mas, principalmente, para que, com isso, consigam atingir o maior número audimétrico.

No período da crise financeira em Portugal, a política e a economia assumiram um peso determinante nas notícias de abertura do telejornal da TVI, como comprova a investigação de Sónia Sá (2017). Por esse motivo, as técnicas da estação para segurar os seus telespectadores passaram por “entrevistas aos candidatos com questões colocadas diretamente por cidadãos não-jornalistas” assim como pela “introdução, no alinhamento do jornal, de uma rubrica que abordava os assuntos políticos num registo cómico, intitulada *Isso é tudo muito bonito, mas...*, da autoria de três humoristas portugueses” (p. 266). Contudo, o cenário a que assistimos no jornalismo televisivo atual apresenta algumas diferenças. Hoje em dia, também a temática desportiva apresenta um peso considerável na abertura dos programas noticiosos, em particular no *Jornal das 8*. Exemplo disso foi a crise de que o Sporting Clube de Portugal foi alvo em abril do presente ano e que abriu dias e dias consecutivos os telejornais de todos os canais generalistas, dado o peso considerável dos acontecimentos, na nossa opinião maioritariamente direcionados para a questão das audiências, e a atualização constante dos mesmos.

As informações exclusivas são, também, uma forma de os órgãos de informação firmarem o número de audiências. “O «exclusivo» é a ambição suprema de cada editor”, uma vez que o coordenador de uma edição “(seja ela televisiva, radiofónica ou escrita) proclama (...) que mais ninguém senão ele consiga aceder àquelas imagens, àqueles dados, àqueles sons” (Gomes, 2012, p. 150). É muitas vezes de acordo com esta máxima que os órgãos de informação apostam nas grandes reportagens, o que será, certamente, uma mais valia para conseguirem segurar os telespectadores ao seu telejornal.

É mediante o *feedback* que os responsáveis dos órgãos de informação recebem, calculado, no caso do meio televisivo, através do número de audiências conseguidas durante a emissão do telejornal - que é o programa em análise na nossa investigação - que vai sendo construída uma base para os alinhamentos dos noticiários. Claro que, como referido no início da abordagem a este tema, não se pode criar um alinhamento definitivo para um telejornal, seja em que estação televisiva for, uma vez que o mundo do jornalismo, agora, cada vez mais, auxiliado pela tecnologia, está em permanente evolução. Podem, contudo, e como observamos, encontrar formas de, nos seus alinhamentos, criarem picos de interesse para agarrarem o telespectador e, assim, evitar que este deseje ver outro noticiário. As chamadas de destaque⁷⁸ e a inclusão de comentários políticos ou desportivos no bloco informativo são, cada vez mais, uma forma de as estações televisivas conseguirem criar picos de interesse nos seus telejornais e, assim, evitarem que o telespectador mude para a concorrência.

⁷⁸ Refere-se às chamadas de atenção por parte do pivot sobre determinado assunto que será abordado mais à frente no telejornal. Com isso, a estação de televisão produz curiosidade e expectativa no telespectador, o que faz com que este não troque de canal e espere para ver esse mesmo destaque que, regra geral, é emitido apenas no fecho do noticiário.

4.3. A importância do *agenda-setting*

O trabalho jornalístico inclui e exclui, diariamente, e, atualmente, dado o acesso às novas tecnologias, até a toda a hora, determinados temas na sua agenda mediática. Para que seja possível compreendermos melhor a importância que tem para os órgãos de informação a construção das suas agendas noticiosas, é necessário que saibamos os efeitos que estas provocam na sociedade, e para tal, temos, inevitavelmente, que recorrer à Teoria do *Agenda-Setting*, ou do Agendamento, assim como à sua respetiva evolução ao longo dos anos. Esta hipótese defende que,

Em consequência da acção dos jornais, da televisão e dos outros meios de informação, o público sabe ou ignora, presta atenção ou descarta, realça ou negligencia elementos específicos dos cenários públicos. As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os mass media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo (Wolf, 2009, p. 144, cita Shaw, 1979, p. 96).

A pesquisa sobre a Teoria do Agendamento foi cunhada por Maxwell McCombs e Donald Shaw aquando de um estudo, publicado em 1972, que mostrava o impacto do agendamento dos média durante as eleições presidenciais norte-americanas de novembro de 1968. Contudo, a verdade é que a génese desta teoria surgiu já nos anos 20 quando Walter Lippmann avançou com a hipótese de uma possível relação entre a agenda pública e a agenda mediática, mas sempre sem nunca mencionar o termo “agendamento”. Só mais de cinco décadas depois é que essa referência foi feita, altura em que, como salienta Nelson Traquina (2000), McCombs e Shaw concluíram que: “os eleitorados tendem a partilhar a definição *composta* dos *media* acerca do que é importante”, o que sugere uma forte “função de agendamento dos *mass media*” (p. 17).

Dada a vasta dimensão e importância do agendamento, depois das conclusões apresentadas por McCombs e Shaw, os estudos sobre a teoria não mais abandonaram o campo científico. Mas, ainda antes dos resultados apresentados por estes dois autores, Bernard Cohen afirmava que se os média podem “na maior parte das vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, têm no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus próprios leitores sobre que temas devem pensar qualquer coisa” (Wolf, 2009, p. 145 cita Cohen, 1963, p. 13). No entanto, não tardou muito para que essa mesma tese fosse refutada:

A clássica síntese do Bernard Cohen (1963) do *agenda-setting* - os *media* podem não nos dizer como pensar, mas são incrivelmente bem sucedidos ao dizer-nos em que pensar - foi *virada do avesso*. Novas investigações, explorando as consequências do *agenda-setting* e do enquadramento dos *media*, sugerem que os *media* não só nos dizem *em que pensar*, mas também *como pensar nisso*, e consequentemente *o que pensar* (McCombs & Shaw, 1993, p.65, citado por Traquina, 2000, p. 31).

Motivados pela continuidade dos estudos já apresentados, segundo destaca Traquina (2000), Rogers, Dearing e Bregman (1993) afirmam que, para se falar no processo de agendamento, não se pode ter apenas em atenção a agenda mediática e a agenda pública. Acrescenta, por isso,

uma última que considera, também, ela, uma componente fundamental do processo: a agenda política governamental, que diz respeito à agenda das entidades governamentais.

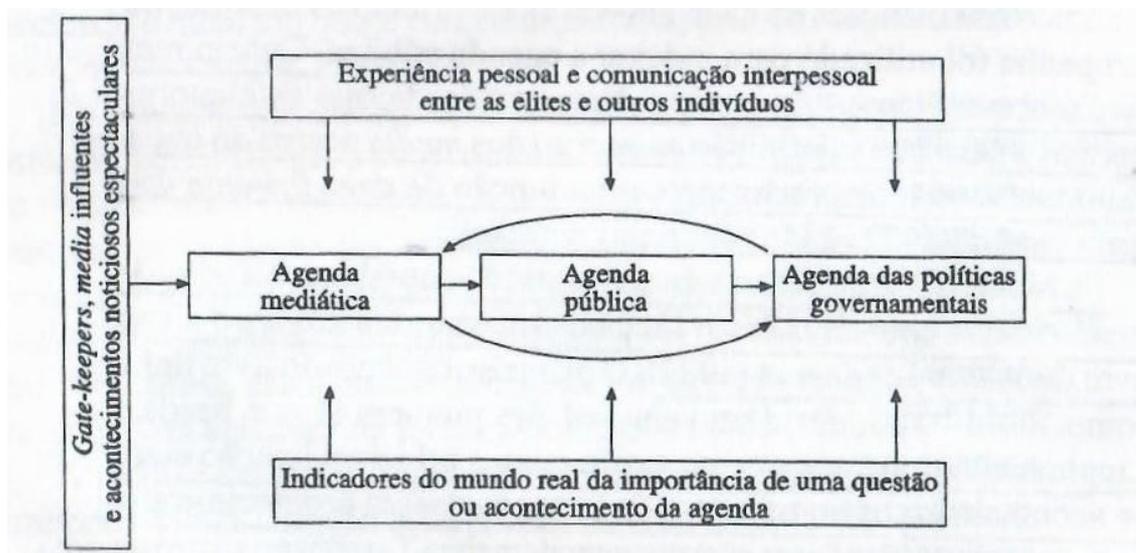


Figura 5 - Processo do agendamento apresentado por Rogers, Dearing e Bregman⁷⁹

Reconhecendo a hipótese da teoria do agendamento de que “os meios de comunicação têm a capacidade (não intencional nem exclusiva) de agendar temas que são objecto de debate público em cada momento” (Sousa, 2006, p. 501), é natural que a política “se aproveite” desta mais valia por parte da comunicação social, e por isso, como referiram Rogers, Dearing e Bregman é fundamental inserir a agenda política no processo de agendamento. O mesmo subscreve Nelson Traquina (2000), acreditando que “no contexto da comunicação política, o campo jornalístico constitui um alvo prioritário da acção estratégica dos diversos agentes sociais, em particular, dos profissionais do campo político” (p. 22).

O processo de agendamento apresentado por Rogers, Dearing e Bregman não nos parece, de todo, desatualizado, porque, a verdade é que, atualmente, a agenda dos órgãos de informação continua a ser influenciada pela agenda política. As fontes organizadas (como partidos políticos, associações cívicas, governos, instituições, empresas, entre outros) aperceberam-se do poder dos média e, a partir daí, começaram a delinear estratégias “de forma a potenciar a sua própria visibilidade mediática” (Esteves, 2012, p. 119). Um facto que se tornou recorrente, uma vez que, de acordo com um estudo mais elaborado de Weaver, Graber, McCombs e Eyal (1981), realçado por Traquina (2000), os média têm uma forte influência quanto à agenda dos atributos ou qualidades da imagem dos candidatos políticos. Significa isto, como concluem, que

⁷⁹ Imagem retirada da obra “O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento”, de Traquina (2000), p. 18.

“a construção da imagem dos candidatos (*image agenda-setting*), tem provavelmente maior poder persuasivo nas decisões do eleitorado do que a função de agendamento de questões que merecem atenção por parte do eleitorado” (p. 36).

Depende, depois, da audiência deixar-se ou não levar pelo poder persuasivo dos órgãos de comunicação face a assuntos políticos ou quaisquer outros que integrem a sua agenda noticiosa. Maxwell McCombs teorizou que o poder do agendamento não funciona de igual forma em todas as pessoas, e isso deve-se à “necessidade de orientação”, que tem em conta duas variáveis: alto interesse e alto nível de incerteza. “Assim, o efeito do agendamento ocorre com pessoas que têm uma grande necessidade de obter informação sobre um assunto; devido a esta «necessidade de orientação», estas pessoas expõem-se mais aos média noticiosos, provocando maiores efeitos do agendamento” (Traquina, 2000, pp. 33-34). Efeitos esses que, de acordo alguns autores não apresentam o mesmo poder em todos os meios. Para Mauro Wolf (2009),

As notícias televisivas são demasiado breves, rápidas, heterogéneas e «acumuladas» numa dimensão temporal limitada, isto é, são demasiado fragmentárias para terem um efeito de agenda significativo. As características produtivas dos noticiários televisivos não permitem, portanto, uma eficácia cognitiva duradoira, ao passo que a informação escrita possui ainda a capacidade de assinalar a diferente importância dos problemas apresentados (p. 148).

Esta é uma opinião partilhada por João Pissarra Esteves (2012), que considera a imprensa “como a mais poderosa em termos de *agenda-setting*” (p. 117). O mesmo não admite José Rodrigues dos Santos (1992), citado por Sousa (2006), que afirma que “a representação do real (as imagens) tornou-se mais importante do que o próprio real” (p. 502). Não subscrevemos a hipérbole, mas entendemos, de facto, que o meio televisivo é o mais influente de todos os meios de comunicação. A televisão é, sem dúvida, o meio mais poderoso e eficaz no efeito de agendamento. Basta, para isso, que pensemos em casos mediáticos como os fogos de outubro de 2017 em Portugal. Com os canais de informação 24 horas a atualizarem “ao minuto” tudo o que se passa, o espectador conseguiu ter uma dimensão muito maior dos acontecimentos, menos possível através da imprensa, pelo simples facto de “as notícias de hoje” só nos chegarem no dia seguinte e, desta forma, desatualizadas. Apesar de a consulta *online* proporcionar informação atualizada ao minuto, acreditamos que ter um pivô ou um jornalista no terreno a fazer um balanço dos acontecimentos, a falar diretamente para a audiência, apela muito mais ao interesse da mesma sobre os acontecimentos que estejam em causa.

De entre os mais de 200 artigos identificados por Rogers, Dearing e Bregaman (1993) que dão continuidade aos estudos da teoria do *agenda-setting* (Traquina, 2000), a tentativa de especificação dos efeitos de agendamento de acordo com cada *medium* é, no entender de Esteves (2012), o mais relevante. Aquando da sua génese, a teoria do agendamento apontava para um poder muito reduzido, limitado até, dos efeitos dos média. E os estudos posteriores vieram trazer um ângulo de abordagem muito mais amplo.

Se antes incidiam apenas num conhecimento geral do tema que os órgãos de informação passavam para a audiência, vieram demonstrar que a ordem pela qual eles são exibidos é, também, um fator de extrema importância no campo do agendamento (Wolf, 2009). Além de que mostraram, também, que o processo de agendamento é um processo interativo. Significa isto que não são só os média a conseguirem influenciar a opinião pública, muitas vezes estes são, também, influenciados por esta. Como realça Jorge Pedro Sousa (2006), “este é outro efeito de *agenda-setting*, mas direccionado do público para os *media*”, sendo conhecido como *agenda-building* (p. 503). Contudo, não nos podemos esquecer que pode existir, ainda, um terceiro nível de interação, que é o facto de as agendas de cada meio de comunicação terem a capacidade de se influenciarem umas às outras. Isto é algo que é, muito perceptível, principalmente depois do estágio realizado na TVI, uma vez que observámos, inúmeras vezes, o alinhamento do *Diário da Manhã* destacar, e às vezes a própria estação investigar “mais a fundo”, notícias avançadas pela imprensa.

Todos estes desenvolvimentos no que respeita a uma conceptualização mais abrangente da teoria inicial do *agenda-setting* foram notórios e produziram, inclusive, efeitos nas estratégias adotadas pelos média na veiculação da informação. Embora, de acordo com o que defende João Pissarra Esteves (2012), os estudos posteriores tenham apresentado algumas carências e não se tenham revelado propriamente conclusivos, uma vez que entende que:

Persiste em todos estes níveis uma certa falta de homogeneidade científica em termos de referências teóricas fundadoras, de procedimentos metodológicos operacionalizados e de plataformas de diálogo preferenciais estabelecidas com outros domínios de saber - todo um conjunto de aspetos essenciais, há que reconhecer, quando se trata da atribuição do estatuto de “teoria científica” a uma dada proposta ou conjunto de ideias em concreto (pp. 110-111).

O mesmo não sublinha Nelson Traquina (2000), que reconhece que os estudos de continuidade da teoria de agendamento possibilitaram que esta abandonasse “o campo mais limitado do seu significado inicial” (p38). Apesar de Esteves (2012) não refutar essa tese, acredita que “(...) quando se equaciona a vitalidade dos estudos de *agenda-setting*, aquilo que de imediato ressalta e que é mesmo mais determinante é a sua hipótese explicativa de base quanto ao processo dos efeitos dos *media*”, uma vez que “é a partir daí que todos os desenvolvimentos da teoria (por mais díspares que sejam) ganham forma” (p. 112).

Para Jorge Pedro Sousa (2006), um dos pontos mais interessantes e determinantes da teoria do *agenda-setting* tem que ver com o facto de os estudos de continuidade que se seguiram terem vindo a colocar em causa uma das suas máximas - ou seja, o facto de, como teorizou McCombs, os média poderem, de facto, influenciar as pessoas não só sobre o que pensar, mas também sobre como pensar. Por sua vez, o autor entende que a maior crítica que pode ser feita à teoria é o facto de ela poder “subestimar a própria realidade”, uma vez que, como explica, muitas vezes “o valor do real pode sobrepor-se à influência da agenda dos meios de comunicação na definição de agenda pública”. Quer expor com isto que podem existir ocasiões em que a agenda

estabelecida pelos órgãos de comunicação pode apresentar diferenças da agenda assumida pela audiência.

Subscrevemos totalmente a teoria inicial do agenda-*setting*. De facto, os média são altamente poderosos em dizer-nos sobre o que é que devemos pensar. Com todos os desenvolvimentos que a teoria sofreu, aliados a uma consciencialização dos meios de comunicação sobre o poder que detinham sobre a sociedade, os média começaram a fazer uso disso mesmo. A hierarquização da informação foi, a nosso ver, o fator mais notório, uma vez que essa hierarquização passa para o espectador a ideia do que é ou não é prioritário. Impõe-se, neste sentido, a grande questão: será que, de facto, os média tornam público os temas que consideram importantes que a audiência saiba ou, pelo contrário, aqueles que sabem que lhes trarão mais audiências?

A agenda dos media (enquanto elenco de matérias informativas prioritárias que assumem aí uma maior visibilidade) é objecto de uma transposição para a consciência do público, de tal modo que acaba por se constituir como a agenda deste - a agenda pública propriamente dita (assim construída, pois, com o mesmo elenco de matérias prioritárias da agenda dos media, as quais passam deste modo a fixar o espectro de preocupações e de motivos de interesse de um dado público) (Esteves, 2012, p. 112).

É óbvio que há uma relação direta da agenda jornalística com a agenda da audiência. Os média podem até “não definir, exatamente, o sentido do mundo, mas através da sua agenda balizam com notável precisão os limites que esse sentido pode assumir, ou seja, em última análise, os limites do nosso pensamento sobre a realidade envolvente”. Este poder dos média, tem que ver, como refere o mesmo autor, com o facto de “a nossa experiência simbólica ser hoje em dia cada vez mais adquirida de uma forma indireta, ou seja, não por via de um contacto pessoal com a realidade”, mas sim através das informações que nos chegam através dos órgãos de informação (Esteves, 2012, p. 114).

Contudo, não admitimos que seja possível afirmar explicitamente que os média determinam a forma como nós pensamos sobre determinado assunto, apesar de, como salienta Traquina (2000), “tanto a selecção dos objectos para atrair a atenção como a selecção dos enquadramentos para pensar sobre esses objectos” sejam “tarefas poderosas do agendamento” (p. 131). Ainda assim entendemos que esse poder não significa determinar propriamente a forma como pensamos sobre os assuntos que são noticiados. Primeiro porque “o impacto da função de agendamento da comunicação de massas não pode ser aplicado por igual a todas as pessoas” (Traquina, 2000, p. 76), devido à necessidade de orientação de cada um e, também, pelo simples facto de, na sociedade contemporânea, haver uma maior consciencialização da audiência sobre o poder dos média. O que acontece é que os média são altamente eficazes a fornecer à sociedade pistas de leitura sobre determinados assuntos, mas, com isso, guiam - ou estimulam - apenas o nosso pensamento, não o limitam ou determinam.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

PARTE 2 - ESTUDO EMPÍRICO

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Capítulo 5.

Metodologia e desenho da investigação

O primeiro capítulo da segunda fase da dissertação explica as várias fases de estudo até conseguirmos chegar aos resultados para possível validação das nossas hipóteses. Neste sentido, será elucidado o tema e o problema da nossa pesquisa, os objetivos e hipóteses que delineamos para o mesmo, assim como a população e amostra utilizadas nos diversos métodos de investigação utilizados.

5.1. Tema e problema

O tema em análise na presente dissertação é, como indica o título da mesma, a seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa e o agendamento operado por este canal. Um canal de televisão apresenta uma importância significativa na difusão de conteúdos informativos e, por esse motivo, o agendamento do telejornal de uma televisão privado-generalista é um assunto que, desde muito cedo, despertou a nossa curiosidade, dado o particular interesse pelo meio televisivo.

Os meios de comunicação social assumem um papel preponderante na sociedade contemporânea. Intencionalmente, como tivemos oportunidade de verificar ao longo do segundo capítulo da revisão teórica, eles ajudam a moldar o pensamento da audiência sobre um determinado número de realidades ao selecionarem determinados acontecimentos para serem tornados públicos em detrimento de outros. Dessa forma, estão a fazer uma seleção da informação, transformando os acontecimentos que consideram ser mais relevantes em notícias. Contudo, quando a audiência assiste ao programa informativo só está a ter acesso a notícias filtradas, isto é, aos conteúdos noticiosos que os responsáveis editoriais dos órgãos informativos querem que os espectadores tenham conhecimento.

Ora, atualmente, como sabemos, os espectadores são diariamente ‘bombardeados’ por uma quantidade imensa de informação, vinda tanto dos canais de televisão generalistas como dos temáticos, das rádios, dos sites, bem como das redes sociais de cada órgão de comunicação. Dada essa vasta informação à qual hoje em dia a população tem acesso, através de todos os meios, consideramos pertinente perceber como é que uma estação generalista, em particular a TVI, seleciona as notícias que vão estar no agendamento do seu telejornal da noite e quais são os critérios que estão subjacentes a essas mesmas escolhas. Desta forma, o problema que

norteia a nossa investigação é: “Quais são os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*, o noticiário com o maior número de audiências da TVI?”.

5.2. Objetivos e hipóteses

Subjacentes a esta questão estão os objetivos que se pretendem ver atingidos aquando do término da investigação:

1. Identificar a estratégia editorial da TVI na era da abundância informativa;
2. Perceber quais são os critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção e divulgação das notícias da TVI;
3. Verificar quais são os critérios a que as notícias têm que corresponder para serem destacadas para a abertura do *Jornal das 8*;
4. Analisar as temáticas que detêm maior preponderância no *Jornal das 8* e as razões para que isso aconteça.

Tendo em conta a questão de investigação formulada, bem como os objetivos mencionados, estabelecemos como possíveis as seguintes hipóteses:

H1: A TVI, sendo a estação que, usualmente, consegue o maior número de audiências, tanto no entretenimento como na informação, tem critérios exclusivos para escolher as notícias que devem ou não ser alinhadas no *Jornal das 8* (noticiário com maior número de audiências) bem como para definir a sua ordem hierárquica ao longo de todo o programa informativo;

H2: As decisões dos responsáveis editoriais da TVI, no que respeita às notícias que são divulgadas no *Jornal das 8*, são sempre tomadas tendo em atenção um dos critérios universais do jornalismo, que têm em conta, na essência, o do interesse público, mas também nunca descurando de uma das variáveis que consideramos determinante numa estação privada, a medição das audiências.

5.3. População e amostra

Uma vez que a presente dissertação envolveu várias metodologias, como a observação etnográfica, a análise de conteúdo (*Jornal das 8*) e a realização de entrevistas, que exigiram populações e amostras diferenciadas, tivemos, necessariamente, que definir, para cada um dos métodos utilizados, uma população e uma amostra específicas.

Em relação ao método etnográfico, a população em causa foi o conjunto de profissionais da redação da TVI no Porto e de parte da redação de Lisboa. Esta última observação populacional

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

apenas foi possível devido à oportunidade que tivemos de visitar os estúdios da TVI, em Lisboa, e assim passar lá o dia e assistir, até na régie, às ações dos jornalistas e de outros profissionais. Neste sentido, a amostra são os profissionais da redação da TVI no Porto, essencialmente, e em Lisboa, por um período menos significativo.

No que respeita à análise de conteúdo, o *Jornal das 8* representa o todo da nossa observação. Contudo, a amostra incide apenas em 14 emissões do telejornal, a saber:

- | | |
|-----------------------|-----------------------|
| ▪ 12 de março de 2018 | ▪ 9 de abril de 2018 |
| ▪ 14 de março de 2018 | ▪ 11 de abril de 2018 |
| ▪ 16 de março de 2018 | ▪ 13 de abril de 2018 |
| ▪ 18 de março de 2018 | ▪ 15 de abril de 2018 |
| ▪ 20 de março de 2018 | ▪ 17 de abril de 2018 |
| ▪ 22 de março de 2018 | ▪ 19 de abril de 2018 |
| ▪ 24 de março de 2018 | ▪ 21 de abril de 2018 |

A única medida pré-estabelecido para procedermos à análise das emissões do *Jornal das 8* foi a de ter, obrigatoriamente, o intervalo de tempo de um dia entre os vários telejornais analisados. Assim, para a primeira semana de análise seguimos a lógica “segunda feira - quarta feira - sexta feira - domingo” e para a segunda semana “terça feira - quinta feira - sábado”, repetindo, após uma semana, o mesmo processo. No entanto, a escolha das respetivas datas para análise foi completamente aleatória, não teve qualquer motivo específico agregado às seleções feitas. Optámos, também, por repetir o processo tendo uma semana intercalada, uma vez que acreditamos que, dessa forma, estaremos a obter resultados mais eficazes.

Por fim, quanto às entrevistas, a população alvo das mesmas foi o corpo jornalístico e diretivo da estação de televisão. A amostra, por sua vez, consistiu apenas nas três pessoas que se destacam de seguida:

- Sérgio Figueiredo, diretor de Informação da TVI
- Ana Peixoto, coordenadora chefe-adjunta da redação da TVI no Porto
- Patrícia Jesus, membro do Departamento de Agenda e Planeamento da TVI

As duas últimas entrevistas mencionadas foram realizadas presencialmente, ainda em contexto do estágio na redação do Porto. Por sua vez, dada a impossibilidade de contactar pessoalmente com o diretor de informação da estação, a entrevista ao mesmo ocorreu por correio eletrónico, depois de vários contactos feitos pela mesma plataforma.

5.4. Metodologia da Investigação

De forma a conseguirmos testar as hipóteses correspondentes à nossa investigação e assegurar, assim, a eficácia dos resultados, utilizámos, na nossa metodologia⁸⁰ da investigação, três métodos distintos, a saber: análise etnográfica, entrevistas e análise de conteúdo.

Percebe-se, assim, que a elaboração da presente dissertação se focou, essencialmente, numa investigação qualitativa. Consideramos que esta, e à semelhança do que defende Marie-Fabienne Fortin (2006), seja aquela onde o investigador exerce um papel mais ativo dado que “se consagra a partilhar a experiência descrita pelos participantes, com vista a compreendê-la melhor” (p. 299), tendo sido esse um dos focos do nosso estudo.

5.4.1. Análise etnográfica

Durante o estágio realizado, por um período de três meses (5 de fevereiro a 4 de maio do presente ano), na redação da TVI, no Porto, privilegiámos o uso do método etnográfico. Este “é um dos principais meios de pesquisa utilizados em investigação qualitativa” (Fortin, 2006, p. 300), e, tendo tido a oportunidade de estar, diariamente, numa das redações da estação de televisão, logicamente, tínhamos que o privilegiar. Desta forma, observámos atentamente:

- A organização/dinâmica da redação;
- A distribuição dos profissionais pela redação;
- As conversas entre os jornalistas, e entre estes com os editores, sobre os acontecimentos a serem cobertos e alinhados para o *Jornal das 8*;
- As decisões editoriais - presencialmente, entre os dois editores da redação do Porto, e telefonicamente ou via *Skype* entre os editores do Porto e de Lisboa;
- Os ritmos produtivos, ou seja, verificamos quais eram as saídas que estavam agendadas para os profissionais da redação do Porto e confirmámos se todas se realizaram ou não, e se resultaram em peça para o *Jornal das 8*;

⁸⁰ A discussão em grupo, também denominada por *focus group*, foi um dos métodos que tentámos implementar durante o período de estágio na TVI. Este é um tipo de metodologia onde o investigador lança um ou mais temas para a mesa, que deve ser composta por, pelo menos, três ou cinco pessoas, e espera que os intervenientes defendam as suas teses e, assim, discutam sobre o tema em causa. Neste contexto, o investigador não deve tomar qualquer posição, apenas ouvir as justificações dos membros do grupo. Contudo, com o decorrer do tempo, e já mais familiarizados com as rotinas de trabalho jornalística, notámos que este era um método inexequível no nosso estágio, devido à azáfama típica de qualquer redação e à extrema dificuldade de reunir todos, ou grande parte dos profissionais, no mesmo momento. Caso tivesse existido a possibilidade de fazer um *focus group*, os temas que tínhamos como intuito lançar para a mesa para serem alvo de debate por parte de um grupo de jornalistas e de repórteres de imagem eram os seguintes: as rotinas de produção jornalística em televisão, os critérios de seleção das notícias, a construção social da realidade e as mil e uma voltas do alinhamento.

- O pré-alinhamento do *Jornal das 8*, análise possível através do programa iNEWS, para tentarmos perceber se é muito discrepante do alinhamento oficial, assim como para verificarmos se ia ou não ao encontro do que os responsáveis editoriais discutiam nas reuniões de alinhamento.

Era também nossa intenção assistir à reunião⁸¹ oficial de elaboração do “primeiro alinhamento” do *Jornal das 8*, que acontece via Skype todos os dias da semana, por volta das 9h da manhã, entre os responsáveis de Lisboa e do Porto, mas não nos foi possível devido à falta de autorização da estação para esse efeito.

5.4.2. Entrevistas

O instrumento de observação indireta consistiu em entrevistas aos responsáveis editoriais do *Jornal das 8* e a um membro do Departamento de Agenda e Planeamento da estação. Junto destes profissionais procurámos saber quais os critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção dos acontecimentos na TVI e quais são aqueles considerados pela estação como menos relevantes. Averiguámos, ainda, de que forma é realizada a prática do agendamento noticioso e qual o número de peças jornalísticas que, habitualmente, compõem o bloco informativo. Pretendeu-se, também, questionar os responsáveis editoriais sobre as temáticas que consideram ser mais abordadas pelo canal televisivo e contrastar com a análise de conteúdo realizada a 14 programas noticiosos. O motivo pelo qual determinadas temáticas detêm maior preponderância na cobertura jornalística foi também uma questão para a qual procurámos obter resposta com a realização destas entrevistas. Por fim, procurámos, também, saber o tipo de critérios a que as notícias têm que corresponder para ser destacadas para a abertura do *Jornal das 8*.

5.4.3. Análise de conteúdo

De uma forma muito geral, esta análise, realizada a catorze emissões noticiosas (*Jornal das 8*), teve como intuito verificar, antes de tudo, quais as temáticas mais destacadas ao longo do bloco informativo. Para o efeito, seleccionámos oito temáticas principais, que são, no fundo, as

⁸¹ Embora não nos tivessem concedido autorização para assistir às reuniões de videoconferência com a redação de Lisboa, em alguns momentos tivemos a oportunidade de ouvir parte delas. Passamos a explicar: a redação informativa do Porto conta com a presença de dois editores, como será possível perceber ao pormenor no seguinte capítulo. Então, quando era o editor a fazer a reunião da manhã ele fazia-a sem a utilização de auriculares. Desta forma, estando presentes na redação, embora não pudéssemos ver quem estava do outro lado do ecrã, ouvíamos a reunião e, inclusive, conseguíamos reconhecer alguma das vozes de Lisboa. Por sua vez, quando era a editora a fazer essa reunião, fazia-a de auriculares e, por esse motivo, nós apenas ouvíamos o que a mesma dizia, mas, mediante a agenda e tudo o que se falava na redação conseguíamos perceber o contexto da conversa.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

que estão discriminadas no site da TVI24: Sociedade (inclui-se nesta categoria as notícias que têm a ver com o quotidiano da sociedade, como por exemplo: saúde, educação, justiça, segurança, religião e outras); Política; Economia; Internacional; Desporto; Cultura (música, cinema e cultura popular); Ciência e Tecnologia e, por último, Outras Notícias.

Tivemos, ainda, como objetivo verificar quais eram os assuntos que estavam inseridos em cada temática, assim como:

- O tempo de duração de cada peça, fazendo, depois, o somatório de todas as peças pertencentes à mesma temática para verificar o tempo dispensado à mesma em cada *Jornal das 8* analisado;
- A forma (isto é, peças que são emitidas em direto, em diferido ou das duas formas);
- A tendência das notícias (se positiva ou negativa);
- Os agentes noticiosos mais destacados nas notícias;
- As peças resultantes de desenvolvimentos de notícias anteriores;
- As notícias destacadas para fazer a abertura do *Jornal das 8*, de forma a percebermos quais as temáticas mais utilizadas para fazer a abertura do programa noticioso;
- As notícias exclusivas do *Jornal das 8*.

Capítulo 6.

Apresentação da empresa noticiosa estudada (TVI)

A Televisão Independente, S.A. completou em 2018 25 anos de vida. Com um percurso marcado por uma programação generalista, com especial destaque para a informação, a ficção nacional e o entretenimento, o canal de Queluz de Baixo detém, hoje, um lugar considerável no mercado televisivo português: o de líder das audiências. Para atingir este feito, o departamento de Informação da TVI possui uma estrutura organizacional muito bem definida, onde todas as áreas estão altamente sintonizadas, seja através dos profissionais que integram a redação principal do canal, seja através também dos que trabalham a partir da redação do Porto. Desde que chega à redação até que é emitida no *Jornal da Uma* ou no *Jornal das 8*, a informação passa pelas mãos de diversos elementos de ambas as redações. Neste capítulo, vamos mostrar como é que tudo isso se processa e quais são as pessoas que direta e indiretamente estão envolvidas na divulgação da mensagem informativa.

6.1. O começo de tudo

A Televisão Independente (TVI) começa a operar a 20 de fevereiro de 1993 e torna-se, assim, o segundo canal privado português a ir para o ar, depois da SIC, que tinha dado início às suas emissões no ano anterior. Contudo, a estação de televisão nem sempre deteve esta designação, sendo, nos primeiros meses de vida, apelidada de “Quatro” por ter sido o quarto canal generalista da televisão portuguesa a aparecer e a emitir em sinal aberto.

Fundada por diversas instituições ligadas à Igreja Católica, tais como a Rádio Renascença e a Universidade Católica Portuguesa, e já com a ideia pré-concebida de ser um canal de inspiração cristã, a estação televisiva sentiu algumas dificuldades em impor-se no mercado audiovisual português.

Numa fase inicial, a TVI assume-se como uma estação de televisão alternativa, com uma grelha de programação diversificada e transversal às audiências. Esta era, claramente, “a ambição dos primeiros tempos da Quatro” (Lopes, 2007, p. 47). Assim, as primeiras apostas enveredam pela transmissão de concursos e novelas estrangeiras, com muito pouco conteúdo português. Mas, rapidamente os obstáculos se fizeram sentir, com a estação a aperceber-se de uma dificuldade extrema em conquistar o seu próprio espaço no panorama audiovisual e a fidelizar as suas próprias audiências.

A grande reviravolta no quarto canal de televisão generalista deu-se com a entrada da Media Capital⁸² no capital social da TVI, mas principalmente com a chegada de um novo elemento à direção de Queluz de Baixo. José Eduardo Moniz torna-se diretor-geral da estação televisiva no final de 1998 e é a partir dessa data que se dá a grande viragem na história das suas audiências. Como confirma Felisbela Lopes (2000),

a TVI vinha revelando uma dificuldade dedálica em reunir audiências significativas. Todavia, a mudança de identidade, operada, em 1999, começou a alterar ligeiramente os números. A subida do share dá-se à custa de programas de música portuguesa (Reis da Música Nacional, Cocktail Nacional), de piada fácil (Ri-te, Ri-te) e de apanhados (Olhó Vídeo). Mas foi sobretudo através do futebol e da informação que a TVI despertou a atenção do público. Pela primeira vez no seu (ainda curto) percurso, esta estação conseguiu, a 14 de Outubro de 1999, ultrapassar o share da RTP-1. Fê-lo através de um Especial Informação dedicado aos transexuais (p. 5).

Com as apostas a recaírem na ficção nacional, as audiências começaram a subir de uma forma significativa, mas foi com a introdução dos *reality shows* na televisão portuguesa que a TVI deu o salto oficial para a ribalta. Para consolidar as audiências atingidas pelo *Brig Brother*⁸³, o canal televisivo fez, também, significativas apostas ao nível da informação, começando a contratar comentadores de renome para participarem nos seus telejornais, como os casos de, o agora Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa, e de Miguel Sousa Tavares.

Depois de conseguir alcançar a preferência da maioria dos espectadores no *prime-time*, em 2005, a Televisão Independente torna-se, pela primeira vez, líder absoluta das audiências no período *all day*⁸⁴. Passados quatro anos há um novo marco na história desta estação televisiva, com o nascimento, a 26 de fevereiro de 2009, da TVI24, o terceiro canal de notícias português da televisão por subscrição, que viria a tornar-se um concorrente direto da RTP3 - à data, RTPN - e da SIC Notícias. Ao mesmo tempo, renova, também, a sua página na Internet (<http://www.tvi.iol.pt>).

O slogan institucional da TVI “Uma televisão feita por si” permaneceu durante 13 anos, sendo, recentemente, alterado para “Juntos, criamos a sua televisão”. Outras mudanças incidiram no grafismo e no logótipo do canal, sendo que a mais recente novidade desta estação televisiva recaí sob o lançamento, no início de 2015, de uma plataforma digital. Intitulada TVI Player, possibilita o visionamento de conteúdos em direto e programação *on demand*⁸⁵ de todos os canais TVI em qualquer dispositivo e em qualquer lugar, de forma gratuita.

⁸² Atual detentora da TVI.

⁸³ Primeiro *reality show* a ser produzido em Portugal. O programa, apresentado como “a novela da vida real”, juntava concorrentes desconhecidos numa casa, sem qualquer tipo de ligação ao exterior e permanentemente observados por diversas câmaras de televisão. O sucesso do *reality show* foi tão grande que a TVI apostou em sete edições - quatro com concorrentes anónimos e três com caras conhecidas dos telespectadores portugueses.

⁸⁴ Período que decorre entre as 7h00 e as 2h30.

⁸⁵ Possibilidade de as audiências escolherem o que querem ver, quando e onde.

O canal é, atualmente, líder do mercado televisivo português. Do universo TVI fazem parte os canais de televisão: TVI (em sinal aberto), TVI África, TVI Ficção, TVI Internacional, TVI Reality e TVI24 (na televisão por subscrição).

6.2. Organização e funcionamento da redação

Para que possamos compreender o funcionamento da redação de informação da TVI é necessário, antes de tudo, conhecer a forma como esta está estruturada e organizada. O estúdio de Queluz de Baixo é aquele que desperta mais curiosidade ao cidadão-comum, uma vez que é a sua redação informativa que é possível ser vista no ecrã dos principais programas noticiosos, nomeadamente, no *Jornal das 8*. Assim sendo, embora o nosso estágio tenha decorrido nas instalações do Porto, vamos começar por explicar a organização da redação de Lisboa⁸⁶. É importante realçar, desde já, que apesar de as duas redações estarem fisicamente separadas por largos quilómetros, todos os profissionais se encontram ligados em rede, através do programa *iNEWS*.

Os conteúdos informativos da TVI e da TVI24 são produzidos a partir da mesma redação, que se encontra localizada no edifício principal do canal e que está dividida em dois andares, ambos estruturados numa lógica *open space*⁸⁷, sendo o primeiro andar o principal (ver figura 6, a seguir, e anexo 5, foto 1, p. 164).

Neste piso estão duas das três editorias centrais do canal - “geringonça” (que inclui as editorias de economia, política e internacional) (ver anexo 5, foto 2, p. 164) e “sociedade” (ver anexo 5, foto 3, p. 165), os editores da TVI24, o *Desk* e o *Online*⁸⁸ (ver anexo 5, foto 4, p. 165), a Produção de Informação⁸⁹ e Edição de Imagem (ver anexo 5, foto 5, p. 166), o Videolab⁹⁰ (ver anexo 5, foto 6, p. 166), o Departamento de Agenda (ver anexo 5, foto 7, p. 167) e uma secção destinada aos chefes e elementos diretivos da informação do canal (ver anexo 5, foto 8, p. 167). Ainda neste local, encontra-se o estúdio principal (ver anexo 5, foto 9, p. 168), de onde são emitidos o *Jornal da Uma* e o *Jornal das 8*, sendo este, também, o estúdio de grande parte dos blocos noticiosos da TVI24 e a principal *régie* informativa da estação (ver anexo 5, foto 10, p. 168).

Por sua vez, no segundo andar apenas estão presentes duas secções que possuem uma relação direta com a informação da TVI: a editoria de desporto (ver anexo 5, foto 11, p. 169) e uma

⁸⁶ Esta explicação só é possível dada a oportunidade que a investigadora teve de passar um dia na redação principal do canal, situada em Lisboa.

⁸⁷ Espaço aberto. Ou seja, é um local isento de divisões.

⁸⁸ Produz conteúdos para o *site* da TVI24.

⁸⁹ Responsável por receber as peças jornalísticas enviadas por outras delegações da TVI e por assegurar os direitos para os telejornais. Além disso, tratam, também, das saídas das equipas de reportagem.

⁹⁰ Equipa encarregue de produzir vídeos informativos com duração de um minuto.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

zona destinada a jornalistas que estejam a trabalhar em grandes reportagens. Todo o restante espaço destina-se a secções de produção de conteúdos não informativos, como os casos da *magazine* digital “Selfie” e de uma equipa do digital, dividida em *reality shows* e novelas.



Figura 6 - Visão geral do primeiro andar da redação⁹¹

Os editores da TVI24, o *Desk* e o *Online* partilham a mesma ilha, uma vez que, desta forma, se torna mais fácil e eficaz assegurarem uma informação coerente para todas as secções. Grande parte das vezes o *site* consegue obter notícias em primeira mão e por isso convém que as passe, de imediato, para a televisão, sendo a secção do *Desk* a responsável por desempenhar esta tarefa, e daí ser fundamental que estejam próximos.

Todas estas secções têm que funcionar em perfeita sintonia para que seja possível, todos os dias, e a cada instante, esta estação de televisão levar até ao cidadão-comum todas as informações da atualidade. Para isso, os profissionais começam a trabalhar desde bem cedo numa reunião (ver anexo 5, foto 12, p. 169) que acontece por volta das 9 horas da manhã e que reúne o diretor de informação da TVI, o editor e pivot do *Jornal da Uma*, os editores da manhã da TVI24, o coordenador da TVI24 online, os editores das várias editorias, o editor da redação do Porto (através de videoconferência), um coordenador do grafismo, um elemento do Departamento de Agenda e outro da Produção. Por volta das 15 horas há uma nova reunião, destinada a alinhar o *Jornal das 8*, e por isso é circunscrita ao editor e pivot desse mesmo

⁹¹ Imagem captada pela investigadora.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

telejornal, aos editores das diferentes editorias, a um membro da direção de informação, a um responsável do grafismo e ao realizador do *Jornal das 8*.

A redação do Porto é a única exterior à sede principal do canal que, diariamente, participa nas reuniões de alinhamento, sendo, inclusive, permanente o contacto entre as duas redações. Embora seja de pequena dimensão, a redação do Porto detém um papel preponderante na mensagem informativa da TVI pois é ela quem está responsável por fazer a cobertura de todos os eventos a norte do país, o que implica cobrir uma notícia quer de economia, política, desporto, entre outras. Aqui, os jornalistas não estão divididos por editorias e, por isso mesmo, acabam por ter que produzir conteúdo noticioso para praticamente todas as editorias do canal.

A lógica de um compartimento *open space* mantém-se nesta redação informativa (ver figura 7, a seguir, e anexo 5, foto 13, p. 170) que contígua a si tem, ainda, três ilhas de edição de imagem (ver anexo 5, foto 14, p. 170) e a sala dos repórteres de imagem - aspeto distintivo da estrutura organizacional de Lisboa, uma vez que, lá, os repórteres de imagem estão instalados numa sala exterior à redação principal. No Porto, existe também um pequeno estúdio utilizado sempre que é necessário algum convidado entrar em direto, seja para o *Jornal da Uma* ou das 8 seja para outro tipo de programas da TVI e TVI24, como o “SOS 24” ou programas ligados ao desporto.

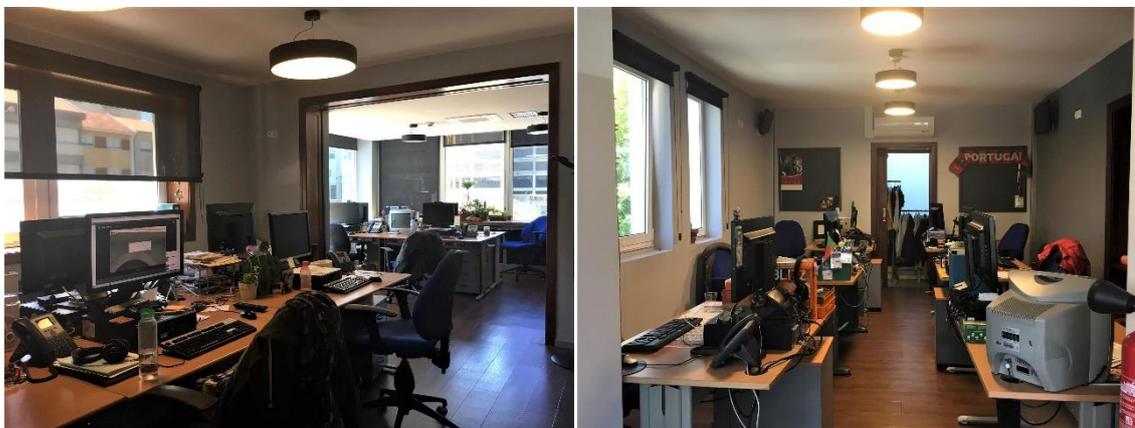


Figura 7⁹² - Redação do Porto

A redação tem 10 jornalistas que trabalham em conjunto com dois coordenadores, António Rosa, coordenador-chefe, e Ana Peixoto, coordenadora-chefe adjunta, que, sempre que necessário, fazem, também, trabalhos de reportagem. Os dois responsáveis são apoiados, essencialmente, por uma secretária de redação, que acaba, no fundo, por exercer funções

⁹² Imagem captada pela estagiária da redação do Porto, Sofia Rustrian.

ligadas ao Departamento de Agenda como, por exemplo, confirmar eventos, conseguir contactos, garantir entrevistados, entre muitas outras. Há, ainda, um elemento da Produção de Informação, responsável por assegurar a eficácia dos trabalhos no terreno e tratar de todas as viagens e estadias necessárias para as equipas de reportagem, e ainda um profissional do Departamento de Agenda, que, apesar de estar inserido no Porto, trabalha com, e para, a redação de Lisboa.

Todos estes profissionais estão em permanente contacto com os 11 repórteres de imagem e os quatro editores. A inter-relação que existe entre todas as secções acaba por favorecer o bom ambiente vivido no local de trabalho. Assim era na redação do Porto. Embora exista bastante azáfama na redação, característica do trabalho jornalístico, o ambiente entre todos os profissionais é de extrema cordialidade, boa disposição e fácil integração para com os recém-chegados, como tivemos a oportunidade de testemunhar.

6.3. O circuito interno da informação

Como já havíamos dito, o Departamento de Agenda detém o papel de primeiro *gatekeeper*, uma vez que, geralmente, é esta a primeira secção a ter contacto com a informação que chega à redação da TVI, sendo, também, a responsável por armazenar todas as informações relativas aos assuntos de reportagem. Desta forma, e como indica Patrícia Jesus (2018)⁹³, a Agenda acaba por ser o cérebro da estação, uma vez que “é ali que se inicia tudo” e é “dali que é enviada [toda] a informação”.

Depois de consultarem a Agenda e saberem quais são as saídas que estão agendadas e, se possível, confirmadas para aquele dia, os editores decidem o que é que os jornalistas e repórteres de imagem vão cobrir, atribuindo a cada um um serviço. No entanto, é importante recordar que os editores têm total liberdade para agendar saídas que não tenham sido preparadas pelo departamento de Agenda, o que acontece muito quando este responsável ou outro profissional tem conhecimento de um caso de última hora, por exemplo. Os coordenadores fazem, então, uma ficha de trabalho, atribuem-na a um jornalista e a um repórter de imagem, e lá colocam todas as informações que têm, até ao momento, sobre o assunto. Pode, também, acontecer que uma ficha de trabalho seja atribuída somente a um repórter de imagem, quando o objetivo é apenas a recolha de imagem.

Regra geral, é a partir do momento em que jornalistas e repórteres de imagem chegam à redação e abrem o *iNEWS* que tomam conhecimento das saídas que têm marcadas para esse dia, sendo, nessa altura, que têm o primeiro contacto com a informação. Antes de ir para o

⁹³ Membro do departamento de Agenda da TVI. Entrevista realizada no dia 30 de abril de 2018 nas instalações da TVI no Porto.

terreno, o jornalista faz toda a pesquisa que entende ser necessária para que possa ir o melhor preparado possível e assegura-se, junto dos seus coordenadores, que todos os dados presentes na ficha de trabalho estão corretos. Desta forma, está a salvaguardar o trabalho de possíveis falhas. No entanto, é importante realçarmos que o facto de a cobertura dos acontecimentos estar agendada nas saídas em reportagem, e às vezes até já atribuída, não significa que esta seja obrigatoriamente feita. Tudo isso depende depois de uma série de fatores que cabe ao editor avaliar como, por exemplo, os meios disponíveis na redação, a prioridade do assunto, entre outros. Embora como defende Ana Peixoto (2018)⁹⁴, coordenadora-adjunta da redação do Porto, a TVI tente cobrir tudo:

Nem que vá um buscar parte da informação a um sítio, outra pessoa monta, nós acabamos por cobrir isso. Os jornalistas acabam por funcionar de forma quase turbo. Conseguimos ir recolher aos vários sítios para depois termos tudo. Ou seja, pelo menos quando falamos de coisas importantes, em regra, nunca abandonamos uma coisa importante.

Chegada a equipa com o material recolhido, ele é, imediatamente, passado aos editores de imagem para que seja guardado nos computadores das ilhas de montagem. Posteriormente, o jornalista escreve o seu texto e assim que o conclua volta à ilha de edição para gravar o *off* e montar a peça. Assim que esteja concluída, os editores de imagem (no caso da redação do Porto e das restantes delegações⁹⁵ espalhadas pelo país) enviam a reportagem para a equipa da Produção de Informação da redação de Lisboa, que, depois, é responsável por colocá-la no alinhamento. É, nesta altura, que a peça jornalística está pronta para ser visionada pelo telespectador, no entanto, antes de ir para o ar, ainda está sujeita a uma série de decisões do editor do telejornal, uma vez que é ele quem tem a decisão sobre o editor de cada editoria sobre o que quer e o que não quer para o “seu” *Jornal*.

As decisões do editor vão sempre ser tomadas tendo em conta a variável das audiências e por isso mesmo muitas das peças que poderão estar previamente alinhadas para entrar no bloco informativo, rapidamente podem deixar de o estar⁹⁶, basta, por exemplo, que o editor se aperceba que determinado assunto não lhe está a trazer audiências e/ou que outros canais televisivos estão a enveredar por outros temas. As peças podem, até, ser transmitidas no preciso dia em que são enviadas para a Produção, no caso de notícias que estão na ordem do dia e que a estação televisiva tem obrigatoriamente que dar, sendo da responsabilidade dos assistentes de realização colocá-las “a rodar”, como podem cair do alinhamento do telejornal onde era suposto entrarem e ficarem em *stand by* até ao próximo.

Há, ainda, reportagens que são enviadas durante a semana para a Produção, mas que não têm como intenção entrar naquele dia no *Jornal da Uma* ou no *Jornal das 8*. São peças elaboradas para fim de semana, habitualmente de carácter intemporal, e por isso mesmo ficam

⁹⁴ Coordenadora chefe-adjunta da redação do Porto. Entrevista decorreu no dia 30 de abril de 2018 nas instalações da TVI no Porto.

⁹⁵ Vila Real, Guarda, Leiria, Coimbra, Évora, Algarve, Madeira, Açores e Bruxelas.

⁹⁶ Informação conseguida através da observação na *régie* informativa do canal.

armazenadas nesta base até que o editor do telejornal decida incorporá-las no seu telejornal. É frequente, arriscamo-nos, até, a dizer em todas as redações, existirem este tipo de reportagens previamente produzidas, uma vez que a agenda de fim de semana é muito escassa, ou seja, há menos agenda política, a maior parte das instituições estão encerradas, as empresas estão fechadas, entre outros. E por isso mesmo,

durante a semana tem que se preparar notícias e informação, muitas das vezes na área mais da educação, de entretenimento (...) que se pode fazer com outro cuidado e que não tem que ser com o stresse do dia a dia num minuto e meio, em que saís às 9h da manhã e às 13h a peça tem que estar pronta. [São] coisas que se pode fazer com mais tempo, com outra calma e dar importância a determinado tipo de assuntos que de outra forma, se fosse durante a semana, nunca o teriam (Peixoto, 2018)⁹⁷.

Assim, verificamos que, muitas vezes, e principalmente ao fim de semana, as notícias que os telespectadores estão a ver não foram cobertas ou produzidas naquele dia. Há um conjunto de etapas que os profissionais são obrigados a antecipar para assegurar o fluxo informativo do seu telejornal e garantir que, todos os dias, as audiências recebem em casa a melhor informação possível. Informação essa que está sujeita ao trabalho e às decisões de uma vasta equipa de profissionais, desde o editor que ordenou cobrir aquele assunto, o repórter de imagem que recolheu as imagens, o jornalista que escreveu a peça, os editores de imagem que a montaram, a produção que as recebeu, o editor do telejornal que a quis para o “seu” *Jornal* e os assistentes de realização que a puseram “a rodar”. Todos estes elementos possuem um papel fundamental na divulgação da mensagem informativa. Exemplo disto é o pequeno excerto que se segue, que traduz o movimento intenso da redação no início da manhã do dia 17 de abril, e que evidencia a quantidade de pessoas que pode estar envolvida só no processo de produção de uma notícia.

⁹⁷ Coordenadora chefe-adjunta da redação do Porto. Entrevista decorreu no dia 30 de abril de 2018 nas instalações da TVI no Porto

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Diário de campo, 17 de abril de 2018

Hoje cheguei cinco minutos atrasada à redação e parecia que tudo já tinha acontecido. Os profissionais estavam todos em alvoroço, desde editora, jornalistas, repórteres e editores de imagem à secretária de redação.

O *Jornal de Notícias* tinha avançado com uma notícia que dava conta que havia novas regras para os subsídios da segurança social e que o número de processos nos tribunais, para garantir a prestação social, tinha disparado.

A editora já tinha decidido, com a redação de Lisboa, que seria importante dar cobertura a essa acontecimento e por isso eram várias as pessoas que trabalhavam em torno do mesmo: um jornalista já estava a caminho do tribunal do Porto para falar com alguém que pudesse dar mais informações sobre o caso, a secretária de redação insistia constantemente em pedidos de entrevista a alguma associação do Porto onde os pais pudessem estar a pedir ajuda e alguém da redação de Lisboa já estava encarregue de fazer uma animação gráfica para que as novas regras fossem mais perceptíveis.

(...)

Nas ilhas, dava-se continuidade à montagem de uma reportagem alargada sobre “arte urbana”, que se prevê que vá para o ar dentro de dias. Um outro editor de imagem aguardava a chegada de um repórter de imagem que tinha ido ao encontro de uma equipa de reportagem que estava a acompanhar uma visita do primeiro-ministro, para trazer o disco com as imagens recolhidos durante o período da manhã, para que ainda desse para montar uma peça para o *Jornal da Uma*. Enquanto isso, já o jornalista que estava no terreno tinha passado todas as informações sobre a visita ao jornalista que estava na redação, e o texto já estava pronto para ser gravado.

(...)

Posteriormente, no caso específico do excerto referido, que tem a sua contextualização a partir da redação do Porto, a notícia é enviada para a redação de Lisboa e é lá que outros profissionais ‘pegam’ na mesma. Até ir para o ar, e isto caso o editor do *Jornal* a queira para o seu bloco informativo, esta passa por diversas fases, que, como já havia sido referido, envolve vários elementos. Por esse motivo, é essencial que a estrutura organizacional da estação televisiva esteja sempre muito bem definida, para que possibilite uma melhor sintonização entre todas as áreas envolvidas na produção e difusão da mensagem informativa.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Capítulo 7.

Análise e apresentação dos resultados

Tal como temos vindo a destacar em vários momentos da presente dissertação, aproveitámos a nossa presença na redação informativa da TVI para observar, de perto, o método de trabalho dos editores bem como as suas “discussões” constantes no que diz respeito ao pré-alinhamento do *Jornal das 8*. Todas estas observações resultaram em pequenos diários de campo, que serão expostos de seguida, assim como pequenos excertos de entrevista realizada a uma das coordenadores da redação do Norte e ao responsável máximo da informação da TVI, Sérgio Figueiredo. Para testarmos a validade das hipóteses colocadas na presente investigação e, de forma, a conseguirmos identificar quais são, efetivamente, os critérios que definem o agendamento do noticiário com maior número de audiências da TVI, o *Jornal das 8*, procedemos a uma análise exaustiva a 14 telejornais da estação. Esta análise resultou numa compilação de dados característicos, que serão apresentados de seguida, e que nos permitiram identificar a temática que detém maior cobertura no *Jornal das 8*, tanto em número de peças como em tempo dispensado, os agentes noticiosos em destaque no programa noticioso, a tendência do mesmo, entre outros.

7.1. Análise etnográfica

A observação direta de cariz etnográfico⁹⁸ foi um dos métodos que decidimos implementar na nossa investigação, assim que tivemos conhecimento que iríamos ter oportunidade de realizar um estágio curricular numa das principais redações da Televisão Independente (TVI). Sendo a investigação etnográfica “uma abordagem sistemática que visa observar, descrever e analisar no terreno o género de vida de uma cultura ou de uma subcultura” (Fortin, 2006, p. 37), entendemos que estar, diariamente, numa redação informativa seria a forma mais indicada de compreender a sua organização e dinâmica, bem como as rotinas dos profissionais que dela fazem parte.

Assim, iniciámos a nossa estratégia de observação a partir do momento em que entrámos, pela primeira vez, na redação, terminando-a somente quando findou o período de estágio. O objetivo primário foi, antes de tudo, conhecer o espaço, a distribuição dos profissionais pelo mesmo, assim como as funções atribuídas a cada um, em particular, e a cada secção, em geral.

⁹⁸ Marie-Fabienne Fortin (2006) defende que os dados da etnografia podem ser recolhidos tanto através de observações não interventivas como de observações participantes, sendo através desta última que recolhemos todo o nosso material, uma vez que intervimos no espaço observado.

Posteriormente, já adaptados ao ambiente, à dinâmica e ao método de trabalho da redação, passámos para aquele que era o foco principal da utilização do método etnográfico: observar como os profissionais da estação televisiva, em concreto os editores do Porto (uma vez que foi o local onde decorreu o nosso estágio e, tendo em conta, que não nos foi possível assistir presencialmente às reuniões de videoconferência com Lisboa) discutiam, entre eles, e com os restantes elementos “presentes” na reunião, as notícias a cobrir e a alinhar ou para o *Jornal da Uma*⁹⁹ ou para o *Jornal das 8*.

Tendo em conta que, ao longo dos três meses, não fizemos apenas trabalho de observação, tornando-nos, naquele período de tempo, parte interventiva da redação informativa, dado que fazíamos pesquisa de informação, rondas telefónicas, saíamos para o terreno e montávamos as nossas próprias peças, acreditamos que tenha facilitado, em muito, a nossa integração na equipa. Tese que defendemos uma vez que, desta forma, não eramos apenas um elemento meramente desconhecido dos profissionais e que podia até, inclusive, ter tornado o ambiente tenso por estar somente a observar.

As saídas para o terreno, sós e acompanhadas por outros jornalistas, foram tantas que nos impediram de observar tanto como gostaríamos a discussão das questões editoriais no interior da redação informativa. Esta talvez tenha sido a maior dificuldade sentida, a par com a impossibilidade de concretizar um *focus group*, pois embora o número de profissionais que compõem a redação não fosse muito elevado, o ritmo de trabalho era muito intenso, e por isso mesmo não conseguimos reunir um número significativo de pessoas ao mesmo tempo.

Durante o período de observação a técnica de recolha de informação que colocámos em prática foi a da escrita de um diário de campo, cujo registo decorreu em dias e semanas alternativos, como já havia sido referido, culminando, na totalidade, na redação de 33 diários¹⁰⁰. No entanto, só a informação de 14 desses diários - correspondentes aos dias 12, 14, 16, 18, 20, 22 e 24 do mês de março e 9, 11, 13, 15, 17, 19 e 21 do mês de abril - foi utilizada na presente dissertação de mestrado.

É a partir das 8 horas da manhã que a primeira equipa de jornalistas e repórteres de imagem começa a chegar às instalações da TVI no Porto. Com o avançar das horas, o movimento e a azáfama intensificam-se pelos corredores da redação, atingindo o pico máximo perto da hora de almoço, altura em que as peças têm que estar prontas para serem enviadas para Lisboa, caso estejam alinhadas para entrar no *Jornal da Uma*. Por essa hora, o contacto entre as duas redações é também frequente, uma vez que existe sempre a possibilidade de haver “coisas de

⁹⁹ No nosso campo de observação, não podíamos, de todo, ignorar o *Jornal da Uma*, uma vez que a reunião da manhã prepara, essencialmente, as peças - programadas - que vão entrar nesse bloco informativo, caso as saídas estejam agendadas para a parte da manhã e o assunto esteja na ordem do dia. Por sua vez, se os acontecimentos só decorrerem da parte da tarde, o mais provável é que a peça seja para alinhada no *Jornal das 8*.

¹⁰⁰ Cada diário de campo corresponde a um dia.

última hora” a resolver, nomeadamente, peças que ainda não tenham chegado à Produção, possíveis erros nos *leads* ou na identificação dos entrevistados, entre muitos outros.

Desta forma, e para que na “hora H” não existam grandes surpresas, salvo notícias de última hora, às quais qualquer órgão de informação está sujeito, as duas redações começam a debater tudo o que vai acontecer ao longo do dia logo na primeira reunião de redação. Neste sentido, há duas perguntas que vigoram em todos os nossos registos de diários de campo - “O que têm para hoje?” ou “Quais são as saídas que têm em agenda?” - sendo, dessa forma que, todos os dias, os editores da redação de Lisboa iniciam a reunião de videoconferência com os editores do Porto, como se pode verificar no pequeno excerto que se segue:

Diário de campo, 12 de março de 2018
<p>[Reunião de videoconferência com Lisboa</p> <ul style="list-style-type: none">- Então, o que é que há para hoje?- Olha a Barbosa foi para Braga. É o aniversário da Rádio Comercial e temos um direto para o <i>Diário da Manhã</i>. Se o Mário Jorge quiser aquilo dá uma peça para o <i>Jornal da Uma</i>. Assim como a greve da CP. O Monteiro vai para lá agora fazer uns diretos.- Depois, temos a quinzena de luta da administração local com manifestação, no Porto. Isto começa hoje. Vale a pena passar por lá?- É melhor. Faz-se diretos para o 24 e peça para a Uma.- De resto, para já, é o que temos para hoje. <p>Editor olha para o céu e comenta:</p> <ul style="list-style-type: none">- Não há chuva, o sol brilha por isso não há “mau tempo” para fazer. <p>(...)</p> <p>Mais tarde, adverte:</p> <ul style="list-style-type: none">- Sobrou do fim de semana a peça do TEDx. Vocês podiam pôr isso a rodar no 24, porque a TVI tem parceria com o evento. E podiam pôr também a peça da pílula, que também não passou no fim de semana passado.

Contudo, nem sempre tudo acontece de forma tão linear assim. Muitas vezes, quando decorre a primeira reunião da manhã, os editores de Lisboa já têm alguma noção do que os editores do Porto têm preparado para esse mesmo dia, fruto de vários telefonemas que decorrem no final da tarde do dia anterior. Os dois editores da redação do Porto dividem-se para fazer as reuniões de videoconferência matinais com a redação de Lisboa, ou seja, quando um dos editores faz a reunião, geralmente, é o que sai mais cedo da redação, ficando o outro editor responsável pelo contacto permanente com a redação de Lisboa. E por isso, na maior parte das vezes, acaba por ir antecipando possíveis acontecimentos do dia seguinte.

Um dos casos em que tal se verificou foi numa chamada telefónica ao final do dia 13 de março de 2018. Nesse dia, o assunto em discussão era, essencialmente, a questão do mau tempo, dado que o Instituto Português do Mar e da Atmosfera (IPMA) tinha alertado para o agravamento do estado do tempo no dia seguinte. No entanto, o tema de conversa mudou assim que o “Jornal de Notícias” divulgou, no seu site, uma notícia dando conta de possíveis casos de sarampo no Hospital de Santo António¹⁰¹. E se a reunião matinal do dia seguinte, quase de certeza, se iria desenrolar, maioritariamente, em torno do mau tempo em Portugal, rapidamente o assunto teve que dividir a atenção dos editores com os possíveis casos de sarampo a aparecerem no Norte do país, como podemos comprovar através do seguinte trecho:

Diário de campo, 14 de março de 2018
<p>[Reunião de videoconferência com Lisboa]</p> <p>Editora comenta, desde logo, o estado do tempo.</p> <ul style="list-style-type: none">- No Porto estamos com muito vento e chuva...e acho que isto pode ter tendência a piorar. <p>Passam para o assunto do sarampo.</p> <ul style="list-style-type: none">- O caso do sarampo é bom.- O ideal era termos alguém do hospital a falar sobre isso.- De certeza que eles não vão querer falar. <p>Ainda, assim, pergunta à secretária de redação se haverá essa possibilidade:</p> <ul style="list-style-type: none">- Não, de certeza. Vai ser a Direção Geral de Saúde a falar quando saírem os resultados das análises. <p>(...)</p> <p>Depois de terminada a redação, editora comenta com a secretária de redação:</p> <ul style="list-style-type: none">- Agora às 10h00 vamos fazer a peça sobre o colesterol hereditário. Depois, se for preciso, a equipa é desviada para o mau tempo. [E foi precisamente o que aconteceu. Estávamos a fazer a reportagem sobre o colesterol hereditário e editora liga a dizer que o mau tempo já provocou quedas de árvores no campo 24 de Agosto e que era importante irmos para lá. Como ainda não estávamos despachados, outra equipa foi para o local. Entretanto terminamos a nossa entrevista, ligámos para a redação e editora informou-nos que era para irmos para as instalações da Porto Editora, na Maia, onde tinha ruído parte do telhado devido aos ventos fortes. Fomos imediatamente para o local e abrimos o <i>Jornal da Uma</i> com essa notícia.] <p>(...)</p> <p>Eram perto das 15h20 quando chegamos à redação e ouvimos o editor a comentar com os profissionais que se encontravam presentes:</p> <ul style="list-style-type: none">- Desde o almoço que os editores de Lisboa não param de ligar a pedir para mandarem equipas para diversos sítios (Esposende, Avintes, etc.), onde existem registos de ocorrências de mau tempo. Mas nós não conseguimos ir a tudo! <p>(...)</p>

¹⁰¹ O editor mandou, de imediato, uma equipa, na qual nós estamos incluídos, para o Hospital de Santo António e a notícia abriu o *Jornal das 8* de terça-feira, dia 13 de março.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

As ocorrências relativas ao mau tempo são sempre o tipo de assunto que, a nosso ver, conseguem a atenção da maioria da audiência, uma vez que têm implicação direta na vida do cidadão-comum. Talvez seja por esse motivo que durante as inúmeras reuniões e discussões editoriais a que assistimos este tenha sido um tema quase sempre tido em conta nas sugestões a noticiar por parte dos editores, uma vez que estar mau tempo significa, regra geral, “sacar umas boas imagens”¹⁰², o que pode contribuir para a subida do número de audiências do canal. Assim como o surto de sarampo que invadiu o nosso país em meados de março. Sendo este um assunto de interesse público, e que estava na mira de todos os órgãos informativos, a TVI não quis deixar morrer o caso nos seus telejornais, e por isso mesmo destacou-o em muitas das reuniões de redação que se seguiram, como se torna perceptível na passagem que se segue:

Diário de campo, 20 de março de 2018
<p>[Reunião de videoconferência com Lisboa]</p> <p>- Já temos uma equipa em frente ao Hospital de Santo António para fazer diretos, que vão começar já para o <i>Diário da Manhã</i>. Vamos tentar perceber de que forma as pessoas podem ser ajudadas na prevenção contra o sarampo. Foi emitido um comunicado sobre a taxa de cobertura da vacinação contra o sarampo e vamos ver se há alguém que nos deixe ir a um centro de saúde e que fale connosco sobre o caso. Estou só à espera que nos arranjem autorização, mas estou confiante. Vamos tentar perceber os procedimentos que estão a ser tomados para a vacinação, se as pessoas estão alarmadas com a possibilidade de ter sarampo. O objetivo da entrevista é mais na vertente pedagógica e não de lançar o pânico. É um bocado fazer serviço público.</p> <p>(...)</p> <p>- Vamos tentar perceber também, junto de uma escola em Santo Tirso, se há necessidade de as escolas se articularem com os centros de saúde por causa da vacinação contra o sarampo.</p> <p>- Ah, e vamos também tentar perceber se há efetivamente casos de sarampo confirmados no Hospital de Gaia, porque ontem, ao final do dia, quando a Lisete ligou para a Direção Geral de Saúde, eles deram a entender que não sabiam de nada sobre as suspeitas de sarampo em Gaia. E nós queremos saber se estes casos de Gaia estão contabilizados no universo dos casos suspeitos.</p> <p>(...)</p>

Uma informação importante e conseguida somente através da nossa presença na redação da TVI, no Porto, é a massiva construção de peças noticiosas para serem incluídas numa base onde são guardadas apenas as notícias que vão passar ao fim de semana. O funcionamento da redação aos sábados e domingos em nada tem a ver com os restantes dias da semana. A secretária de redação e o elemento da produção não estão presentes, há menos equipas a trabalhar e os editores não têm por hábito deslocar-se às instalações e, conseqüentemente, realizar a reunião

¹⁰² Linguagem coloquial entre jornalistas.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

de videoconferência com Lisboa. Desta forma, torna-se essencial esclarecer, ainda no período semanal, as peças que o Norte tem para “compor” os telejornais de fim de semana. O pequeno excerto que se segue comprova o que acabamos de mencionar, e que, habitualmente, é visível nos contactos telefónicos de final de dia de quinta e sexta feira:

Diário de campo, 22 de março de 2018
<p>[Conversa telefónica com Lisboa]</p> <p>A pergunta introdutória da conversa é “Quais são as peças prontas para fim de semana? À qual, editor responde:</p> <p>- Já temos na base de fim de semana a reportagem do bacalhau, que fizemos na Islândia na semana passada.</p> <p>Entretanto enumera outras, algumas já prontas, e outras que ficarão concluídas ainda no dia de hoje ou no máximo amanhã:</p> <p>- Temos a aldeia à venda, onde está uma equipa agora; a história de um brasileiro que anda a percorrer o mundo, no âmbito de uma campanha sobre a Hepatite Zero, e que foi assaltado aqui no Porto; a peça do “colesterol hereditário” e a da “plantação da floresta”.</p> <p>(...)</p> <p>Por volta das 17h, um responsável da redação de Lisboa liga a perguntar se há mais desenvolvimentos das reportagens que estavam em curso:</p> <p>- Já confirmamos no site a tal história do brasileiro. Eles andam literalmente a passar férias, mas isto talvez possa ter algum interesse....afinal os gajos foram assaltados.</p> <p>(...)</p>

Ao longo do período de estágio houve, também, a oportunidade de testemunharmos as “1001 voltas do alinhamento” (Gomes, 2012). E talvez essa tenha sido, também, uma das tarefas mais difíceis de exequir, uma vez que o pré-alinhamento do programa noticioso está em constante alteração. As peças começam por ser incorporadas no programa iNEWS por uma ordem, por vezes, aleatória, sendo que é, geralmente, no final do *Jornal da Uma* que estas começam a surgir. O que acreditamos acontecer pelas seguintes razões:

1. Porque, muitas vezes, as peças que vão entrar no *Jornal das 8* já entraram no *Jornal da Uma*;
2. Porque podem ser peças que caíram do *Jornal da Uma* e que ficam, imediatamente, alinhadas para entrar no *Jornal das 8*;
3. Porque só depois de os editores terem preparado o *Jornal da Uma* é que vão começar a alinhar as peças que vão compor o *Jornal das 8*.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Só depois do primeiro bloco informativo é que a entrada das peças no *iNEWS* começa a acontecer por uma ordem hierárquica, sendo que, mesmo assim, nunca podemos garantir que essa ordem será a que vai vigorar até ao início do *Jornal*. O pré-alinhamento pode ser alterado inúmeras vezes ao longo da tarde e pelos mais variados motivos. A maior dificuldade que sentimos, nestes casos, foi mesmo conseguir acompanhar a tempo inteiro as alterações efetuadas no *iNEWS*, uma vez que, como já havíamos exposto, não realizamos somente trabalho de observação. Ainda assim, mostramos, de seguida, alguns movimentos que conseguimos detetar num dos pré-alinhamentos do *Jornal das 8*:

Diário de campo, 11 de abril de 2018
<p>[Observação do pré-alinhamento do <i>Jornal das 8</i>]</p> <p>Peças alinhadas às 15h:</p> <ul style="list-style-type: none">- “Busca Meco”, “últimas Corroios”, “operação FIZZ”, “a patanisca”, “rádios m80”, “homenagem Mandela”, “drama S.João”, “Sto António”, “reunião médicos”, “pérola olhos”, “voos tap cancelados”, “ante-estreia milhões”, “greve prisionais”, “sapadores greve”, “Marcelo recados”, “tensão geringonça”, “Rui Rio na CIP”, “debate pensões”, “Centeno S.João”, “PR S.João”, “Síria J8”, “avião Argélia”, “casamento real”, “ryanair”, “TAP J8”, “preço casas”, “aviso crédito” e “nat geographic”. <p>Peças alinhadas às 16h27:</p> <ul style="list-style-type: none">- “Trump ameaça”, “avião Argélia”, “drama S.João”, “Marcelo S.João”, “Centeno S.João”, “reunião médicos”, “Marcelo recados”, “tensão geringonça”, “Rui Rio na CIP”, “debate pensões”, “ryanair”, “voos tap cancelados”, “crise Sporting”, “clássico”, “Roma-Barcelona”, “Manchester-Liverpool”, “últimas Correios”, “DIR/tribunal”, “buscas Meco”, “DIR/Meco”, “operação FIZZ”, “greve prisionais”, “sapadores greve”, “preços casas”, “avisos crédito”, “paliativos pediátricos”, “cabeleiras crianças”, “pérola olhos”, “campeões ginástica”, “homenagem Mandela”, “nat geographic”, “Sto António”, “casamento real”, “a patanisca”, “rádios m80”, “ante-estreia milhões”, “Obama”, “Raul Castro”.

Muitas das peças introduzidas no pré-alinhamento, não neste, em concreto, que acabamos de apresentar, e que, conseqüentemente são emitidas no telejornal, podem ser, muitas vezes, conseguidas através de informações divulgadas nos jornais impressos. Isto é algo que pode ser frequente em muitos órgãos de informação, principalmente na televisão, e que, inúmeras vezes, presenciámos na redação informativa da TVI. Frequentemente os editores do Norte iniciam as reuniões de videoconferência já com uma breve leitura dos diários e semanários de informação - um hábito que é partilhado por todos os profissionais que integram a equipa do Porto. Assim que chegam à redação e, claro, desde que não tenham qualquer saída agendada para aquela hora, os profissionais têm o costume de folhear os jornais e ver o que “os outros dizem”. Com isto, conseguem ter acesso a informações que, de alguma forma, lhes podiam ter

escapado e, até, garantir notícias em “primeira mão” para o seu telejornal, como se verifica no próximo excerto:

Diário de campo, 17 de abril de 2018
<p>[Reunião de videoconferência com Lisboa]</p> <ul style="list-style-type: none">- O JN avança com uma notícia de que há novas regras para os subsídios da Segurança Social e que os processos estão a entupir os tribunais. Podíamos pegar nisto.- Era giro falarmos com alguém que nos explicasse as novas regras.- Não tens nenhuma ideia de alguma associação do Porto a quem os pais estejam a pedir ajuda? Que falem sobre esta situação?- Estamos a pedir entrevistas a pessoas do tribunal - Braga e Porto. Uma da Segurança Social que arranje duas mães para falar sobre esta situação. Pedi também alguém da Segurança Social que nos explicasse este processo. <p>Editora reforça:</p> <ul style="list-style-type: none">- Eu acho que esta peça só pode ser exequível neste momento através dos protagonistas visados por estas novas regras. <p>(...)</p>

Todos os dados mencionados na presente investigação só foram conseguidos através de uma observação minuciosa à redação informativa do Porto, na essência, aos ritmos de trabalho de cada profissional. Um trabalho de observação que nem sempre se revelou fácil, principalmente no início do estágio, em que tudo na nossa cabeça ainda era muito dúbio, uma vez que nos primeiros dias não conseguíamos ter uma perceção clara e exata daquilo que era o ritmo normal da redação. Contudo, com o avanço temporal e, conseqüentemente, com a nossa integração na equipa, tudo começou a fluir naturalmente. Embora haja a noção de que não tivemos a oportunidade de observar, de igual forma, tudo aquilo que gostaríamos, acreditamos ter conseguido garantir todas as informações necessárias para nos ajudarem a ir ao encontro da resposta à nossa pergunta de partida e aos testes das nossas hipóteses.

7.2. Entrevistas

A técnica da entrevista surge, primeiramente, como uma forma de conseguirmos confirmar alguns dos dados recolhidos ao longo do nosso trabalho de cariz etnográfico, e, em segundo lugar, como uma tentativa de clarificarmos, junto de vozes experientes e qualificadas da TVI, algumas das questões primordiais que norteiam o nosso estudo. Na totalidade realizamos três

entrevistas, duas delas presencialmente (entrevistas 2 e 3) e outra por correspondência online (entrevista 1).

O objetivo das duas primeiras entrevistas era comum: conseguir perceber quais eram, na prática, os critérios de noticiabilidade que mais influenciavam a seleção dos acontecimentos na TVI. Desta forma, um dos profissionais que, indiscutivelmente, tínhamos que entrevistar era o diretor de informação da estação televisiva assim como um dos responsáveis editoriais da redação do Porto, uma vez que ambos enfrentam diariamente a difícil tarefa, acreditamos nós, de ter que escolher entre noticiar o assunto A ou o assunto B. Para procederem a essa seleção, os profissionais têm, obrigatoriamente, que se guiar por valores-notícia, pelo que, perceber quais são, é o propósito da nossa investigação. As entrevistas foram estruturadas de forma individual, embora, inevitavelmente, haja um número reduzido de questões que são compartilhadas - uma medida estratégica para conseguirmos perceber se os parâmetros de resposta dos dois entrevistados correspondiam ou não a algum tipo de ideal.

Por sua vez, a terceira e última entrevista surgiu, digamos, por mero acaso, numa altura em que nos encontrávamos já a integrar a redação informativa do Porto. Mais do que clarificarmos todos os procedimentos posteriores à redação de uma notícia, entendemos que seria uma mais valia para o nosso trabalho de investigação conseguir perceber, também, como é que as informações chegam à redação e a forma como tudo se processa a partir de então. Neste sentido, foi fulcral entrevistarmos um elemento do Departamento de Agenda, que nos ajudou a perspetivar e a tornar exequível o sexto capítulo da presente dissertação. Esta entrevista não foi estruturada através de um guião fechado, tendo as questões surgindo de uma forma muito peculiar ao longo dos poucos “tempos mortos” que tivemos na redação, motivadas pelo nosso interesse em explorarmos mais a vertente do trabalho de agenda, uma vez que é neste departamento que se inicia todo o processo noticioso.

7.2.1. Entrevista a Sérgio Figueiredo¹⁰³, diretor de informação da TVI

1. Critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção dos acontecimentos na TVI (ver anexo 2, pergunta 1, p. 153).

Para Sérgio Figueiredo, há três critérios que têm mais influência na seleção dos acontecimentos da TVI: a relevância, a abrangência e as imagens. O diretor de informação defende que os temas devem produzir impacto na vida do cidadão-comum, ou seja, ser algo que direta ou indiretamente lhe diz respeito. Este é um fator que, acredita, deve merecer a atenção dos

¹⁰³ Assumi a direção de informação da estação de Queluz de Baixo em 2014, depois de quase uma década na EDP onde desempenhou cargos de gestão. Desde a sua direção que já implementou medidas significativas na informação da TVI, como a introdução de uma redação única, que junta a televisão com o *online*, a renovação da TVI24 e a aposta nas plataformas digitais.

órgãos informativos generalistas, uma vez que as notícias de uma televisão generalista devem ter em atenção as motivações e os interesses da esmagadora maioria da população. As imagens são também uma variável imperativa na escolha dos acontecimentos a noticiar: primeiro, porque Sérgio Figueiredo entende não ser possível fazer-se televisão sem mostrar “o que aconteceu, quem fez acontecer, como e onde”; segundo, porque, muitas vezes, é a imagem que faz a notícia, lembrando o que aconteceu, por exemplo, com a fotografia da criança encontrada sem vida à beira-mar, que, imediatamente, reacendeu o tema dos refugiados na comunicação social, tornando-o “um drama mundial”.

2. Hierarquia de critérios (ver anexo 2, pergunta 2, p. 153).

O diretor de informação afirma que a proximidade é determinante, sendo que, naturalmente, um acontecimento internacional será uma notícia do canal se se tornar claro que ele afete a vida das pessoas. Contudo, a nós, parece-nos não ser possível, em momento algum, avaliar, efetivamente, se uma notícia, sobretudo internacional, afeta ou não a vida dos cidadãos.

Garante, também, que a questão das emoções, sejam elas positivas ou negativas, ganha, também, algum relevo, uma vez que mesmo que uma notícia não afete diretamente a população, se a sua história a sensibilizar, também será noticiada, como aconteceu, por exemplo, com o caso do resgate dos meninos na gruta da Tailândia. Quanto a este facto estamos de acordo. Indiscutivelmente que a história do resgate na Tailândia sensibilizou os espectadores portugueses, mexeu com as suas emoções, no entanto, acreditar que ele possa ter afetado a vida dos cidadãos parece-nos algo excessivo.

Segundo Sérgio Figueiredo, o elemento surpresa tem, também, uma importância considerável na hierarquia de critérios, defendendo que “um noticiário deve surpreender o espetador para evitar a sensação de que não lhe dá nada de novo”, principalmente nos dias atuais, em que é tão fácil optar-se por outra alternativa.

3. Critérios para acontecimentos de última hora (ver anexo 2, pergunta 3, pp. 153-154).

Questionado sobre a possibilidade de existir algum tipo de critério para a cobertura de acontecimentos de última hora, isto é, se existem valores-notícia que determinem que o canal vá cobrir, por exemplo, um acidente ou uma manifestação, Sérgio Figueiredo afirma que, no que diz respeito à “agenda provável” de acontecimentos os critérios vão ao encontro dos descritos na questão número um.

Contudo, admite que o fascinante do jornalismo televisivo está no imprevisto e, nesse sentido, os critérios são naturalmente subjetivos, embora o segredo esteja sempre na tentativa de se conseguir sintonizar a redação com os acontecimentos sobre os quais a população deseja ser informada. Por essa razão, os jogos de futebol, que correspondem a casos que despertem uma enorme mobilização de massas humanas acabam por consumir várias horas de direto nas televisões.

Por sua vez, “decidir enviar uma equipa para o outro lado do mundo, sem controlar o tempo nem os factos e as decisões que alteram o desenrolar dos acontecimentos (novamente o caso¹⁰⁴ dos jovens tailandeses) é algo que (...) combina o critério jornalístico (o assunto é relevante), a intuição de antever que o assunto vai despertar a atenção mundial (como despertou) e também a sorte (porque nunca se sabe o que a equipa vai encontrar realmente no terreno)”.

4. Critério para as notícias serem destacadas para a abertura do *Jornal das 8* (ver anexo 2, pergunta 5, p. 154).

As notícias de abertura do *Jornal das 8* têm, antes de tudo, que corresponder aos critérios enumerados pelo diretor de informação na primeira questão: relevância, abrangência e imagens. Contudo, há um outro critério significativo para que uma determinada notícia seja escolhida para a abertura do telejornal - a exclusividade. Significa isto que se a história for um exclusivo da TVI, e desde que a história seja impactante, é muito provável que faça a abertura do *Jornal das 8* nesse dia.

5. Temáticas mais preponderantes à cobertura jornalística (ver anexo 2, perguntas 6 e 7, pp. 154-155).

Sérgio Figueiredo está ciente de que o canal não pode transmitir todos os acontecimentos que ocorrem em Portugal, muito menos no mundo. Por essa razão é que os diretores e editores estão responsáveis por fazerem opções de escolha quanto aquilo que a TVI deve ou não noticiar. Opções essas que vão, o mais possível, ao encontro de todos os critérios que nos tem enumerado. E, desde logo, é muito direto a responder à presente questão. Para ele, todos os temas que são transversais à sociedade, como a saúde, a escola, a economia, a segurança dos cidadãos, o futebol e até mesmo as notícias sobre o tempo, são temas que detêm maior preponderância na cobertura jornalística. “As pessoas vêm televisão para ser informadas mas também como entretenimento”, refere. Sendo que tem perfeita consciência de que o

¹⁰⁴ A TVI foi a única estação de televisão portuguesa a enviar uma equipa de reportagem para a Tailândia para fazer a cobertura dos 12 elementos de uma equipa de futebol juvenil e respetivo treinador que, a 23 de junho de 2018, ficaram presos numa gruta em Chiang Rai.

jornalismo cumpre essa mesma função a partir do momento que cobre, por exemplo, a festa do título de um clube de futebol ou até mesmo quando promove algum Festival de Verão.

6. Sensacionalismo no *Jornal das 8* (ver anexo 2, perguntas 14 e 15, p. 156).

O diretor de informação da TVI foi muito breve nesta questão, limitando-se a responder que “não”. Para Sérgio Figueiredo não há sensacionalismo no *Jornal das 8*, sendo que não considera, sequer, que as estações televisivas se estejam a aproximar de um “telejornal-show”.

7. Duração dos telejornais em Portugal (ver anexo 2, pergunta 16, p. 156).

Sérgio Figueiredo considera que o nosso país tem uma especial apetência por informação, o que é visível em jornais de elevada duração e vários canais de informação na televisão por subscrição. Contudo, acredita que se não houvesse adesão populacional aos mesmos, muitos já teriam terminado, o que não se tem verificado em Portugal, muito pelo contrário.

7.2.2. Entrevista a Ana Peixoto, coordenadora chefe-adjunta da redação de informação do Porto

1. Critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção dos acontecimentos na TVI (ver anexo 3, pergunta 1, p. 157).

Quando questionada sobre quais são os critérios de noticiabilidade que mais influência têm na seleção de acontecimentos, a coordenadora chefe-adjunta da redação do Porto afirma que a escolha da notícia tem sempre a ver com os princípios básicos do jornalismo versus a questão das audiências. Em relação à descida do número de desemprego e à eventualidade do Futebol Clube do Porto estar próximo de ser campeão, por exemplo: “para a vida das pessoas, de todos os portugueses, é importante saber que o desemprego atingiu níveis históricos.” No entanto, para uma televisão comercial, como é a TVI, “a possibilidade de o Porto estar a um passo de ser campeão e de ter havido muitos adeptos no aeroporto para os receber” dá mais audiências. Não significa, contudo, que a notícia seja mais importante, mas, segundo realça Ana Peixoto, a questão audimétrica é sempre uma variável que tem de ser tomada em atenção.

2. Critérios para acontecimentos de última hora (ver anexo 3, pergunta 2, pp. 157-158).

Para Ana Peixoto, decidir se deve enviar uma equipa de reportagem para um determinado local, onde ocorreu um acidente ou está a decorrer uma manifestação, por exemplo, tem sempre a ver com três fatores principais: a gravidade da situação, o que está a ser colocado em causa e o número de pessoas que atingiu ou está a atingir.

3. Sensação de estar a passar metade da informação às audiências por estar a noticiar o assunto A e não noticiar o B (ver anexo 3, pergunta 3, p. 158).

A editora da redação informativa do Norte entende que muitas vezes pode, efetivamente, haver essa sensação. Contudo, salienta, também, que, regra geral, as equipas acabam por conseguir cobrir quase tudo o que são acontecimentos de destaque. Caso haja, por exemplo, um acontecimento muito importante, que até requer duas equipas de reportagem no local, e outro tipo de ocorrência, como um acidente, em caso de escolha dos editores, a aposta irá recair para aquele que “tem mais peso noticioso e que afeta mais pessoas”. Neste sentido, Ana Peixoto destaca que a TVI não tem que dar todas as notícias, mas sim aquelas que efetivamente têm mais importância e dizem respeito à vida do maior número de pessoas possível.

4. Critério para as notícias serem destacadas para a abertura do *Jornal das 8* (ver anexo 3, pergunta 4, p. 158).

Segundo a coordenadora-adjunta da redação do Porto, os destaques de abertura do *Jornal das 8* são da responsabilidade do editor do jornal, sendo ele quem decide, segundo a linha editorial do canal e o seu próprio critério, qual é a notícia que quer para abrir o seu bloco informativo. As escolhas deste profissional regem-se de acordo com a variável audimétrica, uma vez que o editor vai sempre destacar aquilo que sabe que vai capitalizar mais audiências ao seu jornal.

7.2.3. Entrevista a Patrícia Jesus¹⁰⁵, membro do departamento de Agenda da TVI

1. Chegada da informação à redação (ver anexo 4, pergunta 1, p. 160).

¹⁰⁵ Integra o Departamento de Agenda da TVI desde 2003, e, por isso, afirma que a estação de televisão já é a sua “segunda casa”. Desde que é parte constituinte do universo TVI, não exerceu apenas funções no Departamento de Agenda. Já teve outras responsabilidades, nomeadamente no departamento de produção, onde foi responsável pela produção de diversos programas, como o “Observatório do Mundo” e “Todos Iguais”, e prestou, ainda, apoio, em matéria de produção de conteúdos e pesquisas, aos programas “Repórter TVI”, “Discurso Direto” e “Diário da Manhã”.

Patrícia Jesus afirma que o Departamento de Agenda é como se fosse uma central, onde chega toda a informação. Informação essa que chega através da agência de notícias Lusa, que, diariamente, envia duas agendas (16h00 e 20h00), uma agenda semanal, que, regra geral, chega à quarta-feira e prepara a semana seguinte e, ainda, uma agenda mensal, por volta do dia 15, referente ao próximo mês; através do e-mail, telefone e cartas, embora hoje em dia seja mesmo muito pouco ou nada. Chegada a informação à redação, os profissionais do Departamento de Agenda ficam encarregues de a selecionar, sendo que a informação pode ir para o lixo, ser agendada ou, então, aproveitada para fazer proposta de reportagem. Todas as informações são, posteriormente, colocadas na Agenda da estação televisiva, para que, quando editores e jornalistas, ou mesmo elementos da direção, a quiserem consultar encontrem lá tudo aquilo de que possam precisar.

2. Chegada de informação de última hora (ver anexo 4, pergunta 2, pp. 160-161).

Patrícia Jesus esclarece que quando chega uma informação de última hora à redação, como por exemplo, um acidente, uma explosão ou cheias, há certas questões que os elementos do Departamento de Agenda sabem que, rapidamente, têm que fazer: “se há feridos”, “para onde estão a ser transportados”, “se há mortos”, “quantos meios estão no local”, “a que horas foi acionado o alarme”, e “o que é que isso está a colocar em causa”. No caso de existirem feridos a ser transportados para o hospital, o Departamento tem que entrar em contacto para o hospital para ver se autorizam a entrada à equipa de reportagem e se há alguém que lhes possa conceder uma entrevista. Caso a informação recolhida seja oficial, a Agenda tem, de imediato, que avisar os editores e o *Desk*¹⁰⁶ para porem a informação no ar; caso não o seja, dá-lhes na mesma nota das informações recolhidas, e de seguida vai confirmá-las junto de fontes oficiais.

O elemento representante da Agenda, na redação do Porto, conta ainda que, quando acontece alguma notícia de última hora fora do país, além de, naturalmente, ter que confirmar toda a informação, o Departamento fica, ainda, encarregue de arranjar portugueses que estejam no local, para entrar em direto ao telefone ou mesmo enviar vídeos para o “Eu Vi”¹⁰⁷.

3. Trabalho do Departamento de Agenda (ver anexo 4, pergunta 3, pp. 161-162).

¹⁰⁶ Secção responsável por colocar “no ar” as informações que passam do “rodapé televisivo”.

¹⁰⁷ “Canal” que permite aos telespectadores enviarem para a redação da TVI fotografias ou vídeos de acontecimentos de relevância noticiosa. Antes de serem emitidos nos programas noticiosos ou divulgados no *site* da estação, estes são sujeitos a uma validação editorial. Durante muitos anos, este *upload* só era possível através do e-mail euvi@tvi.pt. Contudo, com a aposta da direção nas plataformas digitais, esta ferramenta passou a estar disponível no *site* e na aplicação da TVI24.

Patrícia Jesus explica que os profissionais do Departamento de Agenda da TVI estão, também, encarregues de fazer o planeamento semanal e mensal da redação; de elaborar dossiers quer de estudo quer de entrevista, arranjar os convidados para virem a estúdio falar sobre determinado assunto e articular toda a comunicação interna, desde a chegada do convidado à zona de segurança, o lugar de estacionamento, informar a receção que a TVI vai ter aquele convidado em estúdio, acionar as relações públicas, receberem o convidado, acompanhá-lo à maquilhagem e ao estúdio; a maquilhagem saber que vai ter aquele convidado, os próprios colegas de estúdio estarem preparados para mais um convidado e que, por essa razão, é necessário mais um microfone, entre outros. E, por isso mesmo, como salienta, há sempre um elemento da Agenda presente na reunião da manhã da redação, quer para confirmar alguma situação agendada, quer para tratar dos convidados que, eventualmente, possam ser pedidos.

7.3. Análise de conteúdo

Além da observação direta e participante e da utilização de entrevistas, fundamentais para a elaboração da presente dissertação, um outro método utilizado, para conseguirmos validar as nossas hipóteses, e que consideramos ter sido primordial, foi a elaboração de uma análise de conteúdo ao *Jornal das 8*.

Esta análise englobou, na sua totalidade, 14 telejornais, sendo que os primeiros sete foram referentes aos dias 12, 14, 16, 18, 20, 22 e 24 do mês de março, e os restantes aos dias 9, 11, 13, 15, 17, 19 e 21 de abril (ver anexo 6, a partir da página 172). Como já foi referido, optámos por fazer uma análise de dias e semana intercalados, por acreditarmos que, desta forma, podemos ter conseguido obter resultados mais eficazes. Depois de analisarmos separadamente cada telejornal, fizemos o somatório do número de peças emitidas em cada um, o que resultou, então, em 379 peças.

A partir deste número procedemos a uma análise global referente às variáveis que tínhamos em análise para cada *Jornal das 8* (temática, assunto, duração da peça, forma, tendência, agentes noticiosos em destaque, desenvolvimentos de notícias anteriores e exclusivos), de forma a conseguirmos descobrir quais são as características particulares da informação da TVI e a forma como o canal cobre e noticia os diferentes acontecimentos no programa noticioso com maior número de audiências. Apesar de apresentarmos, de seguida, dados referentes ao número total de programas noticiosos analisados, serão, ainda, feitas algumas ressalvas individuais sempre que considerarmos que estas sejam necessárias.

Importa, ainda, realçar que todos os dados expostos o são meramente descritivos, uma vez que reservamos a sua interpretação para o último capítulo da dissertação, intitulado de “Discussão de resultados e conclusão”. Para conseguirmos tornar mais clara e perceptível a apresentação e

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

leitura dos nossos resultados, e assim, expormos, de forma, explícita, todos os dados recolhidos, recorreremos ao uso de tabelas e gráficos.

7.3.1. Temática dominante

A temática dominante do *Jornal das 8* foi uma das variáveis que, desde logo, sabíamos que tínhamos que incorporar na nossa análise, uma vez que só dessa forma conseguiríamos descobrir quais os temas, e respetivos assuntos, a que o canal dá mais destaque durante o seu principal bloco informativo.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Tabela 1 - Temática dominante do *Jornal das 8*

TEMÁTICAS	Número de peças	Percentagem	Tempo dispensado	Percentagem
Sociedade	132	34,8%	319'8"	34,5%
Política	56	14,8%	96'59"	10,4%
Economia	31	8,2%	59'91"	6,5%
Internacional	58	15,3%	105,23"	11,3%
Desporto	56	14,8%	83,1"	9%
Cultura	17	4,5%	33'17"	3,6%
Ciência e Tecnologia	11	2,9%	22'12"	2,4%
Outras notícias	18	4,7%	39'62"	4,3%
TOTAL	379	100%	759'54"	82%¹⁰⁸

¹⁰⁸ A percentagem total de tempo dispensado à análise do *Jornal das 8* não corresponde aos 100% do programa noticioso porque, por vezes, este incorpora na sua hora informativa alguns momentos de análise a notícias que estejam na ordem do dia, espaços dedicados a comentários, rúbricas e até miniconcertos. Contudo, nós não incorporamos estes momentos na apresentação dos nossos resultados. Centramo-la apenas às peças noticiosas que foram emitidas.

Como podemos verificar na tabela acima apresentada, a temática dominante ao longo dos 14 telejornais que incidiram na nossa análise de conteúdo foi a de “Sociedade”, contabilizando um total de 132 peças em 379 transmitidas pelo canal. Esta categoria temática ocupou 34,8% dos blocos informativos, alcançando uma diferença de 19,5% e 20% das temáticas que a ela se seguem, “Internacional” e “Política” e “Desporto”, respetivamente. Por sua vez, a temática a que a TVI, claramente, deu menos destaque nos seus noticiários foi a de “Ciência e Tecnologia”, que segue em último lugar da tabela, com uma percentagem de 2,9.

Além do número de peças inserido em cada temática introduzimos também, na nossa tabela uma coluna dedicada ao tempo dispensado pela TVI a cada uma delas. Optámos por fazê-lo porque, muitas vezes, o ser a categoria dominante de um telejornal não significa, obrigatoriamente, ser a que detém mais tempo gasto associado. Pode acontecer uma categoria que até não usufrui de tanta visibilidade nos noticiários, possuir peças de duração mais longa e, por isso mesmo, ser a que detém maior tempo dispensado. No entanto, pelos resultados a que chegámos, conseguimos perceber que esta última tese não é a que vigora no *Jornal das 8*.

Importa, desde já, realçar que, a duração dos programas noticiosos corresponde praticamente ao mesmo período de tempo, quer aconteça em dias da semana ou ao fim-de-semana, correspondendo a uma média de 66 minutos de duração. Ao todo, analisamos 928 minutos de telejornal, no entanto, se atentarmos, na tabela, ao total de tempo dispensado a cada categoria temática bem como à sua percentagem verificamos que não correspondem ao período de tempo equivalente aos 14 telejornais bem como à totalidade dos 100%, respetivamente, uma vez que o *Jornal das 8* incorpora vários momentos de análise a temas que estejam em destaque, espaços dedicados a comentários, rubricas de fim de semana e até miniconcertos que não estão incluídos na nossa análise. E por esse motivo, temos o desvio de 18%.

Ainda no que respeita ao período de tempo dedicado pelo canal a cada temática, verificamos que, “Sociedade” é a que detém maior extensão (319’8”), o que equivale a mais de um terço da duração total dos noticiários analisados. Por sua vez, a temática “Internacional” é a segunda categoria com mais tempo gasto, apesar de apresentar uma diferença significativa de mais de 200 minutos face à temática de “Sociedade”. Seguem-se, depois, as temáticas “Política” e “Desporto”, que, embora apresentem um número próximo de total de peças transmitidas, distanciam-se no que diz respeito ao período de tempo dispensado a cada temática, com “Política” a ocupar uma maior duração. Em último, e à semelhança da ordem das temáticas em destaque, encontra-se a temática de “Ciência e Tecnologia”, com apenas 22 minutos e 12 segundos atribuídos.

Desta forma, estamos em condições de assegurar que a temática dominante do *Jornal das 8*, quer em número de peças, quer em tempo dispensado às mesmas, é “Sociedade”. Contudo, esta temática abarca diferentes assuntos, que serão identificados e analisados na tabela seguinte.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Tabela 2 - Assuntos dominantes da temática “Sociedade”

ASSUNTOS DA TEMÁTICA SOCIEDADE	Número de peças	Percentagem	Tempo dispensado	Percentagem
Saúde	18	4,7%	32'73"	3,5%
Segurança	17	4,5%	26'94"	2,9%
Educação	4	1,1%	6'11"	0,7%
Justiça ¹⁰⁹	27	7,1%	126'02"	13,6%
Religião	5	1,3%	32'61"	3,5%
Outras ¹¹⁰	61	16,1%	95'39"	10,3%
TOTAL	132	34,8%	319'8"	34,5%

¹⁰⁹ Inclui notícias que envolvem, particularmente, os tribunais, como: acusações, queixas-crime, arguidos, processos, julgamentos, condenações, indemnizações, etc.

¹¹⁰ Diz respeito a todas as notícias que não se inserem em nenhum dos outros assuntos da temática “Sociedade”. Por exemplo: incêndios, acidentes, greves, manifestações, catástrofes naturais, campanhas de solidariedade, etc.

Tal como o que foi estabelecido anteriormente, a temática “Sociedade” engloba diferentes assuntos. Desta forma, e tendo sido esta a categoria dominante do *Jornal das 8* no decorrer do período da nossa análise, foi necessário subcategorizar os assuntos em causa, de forma a conseguirmos perceber quais são aqueles que, dentro desta categoria, possuíram maior destaque no telejornal.

Do total das 132 peças transmitidas pelo canal referentes à temática “Sociedade”, 61 dizem respeito à subcategoria “Outras”, seguindo-se as subcategorias “Justiça” e “Saúde”, com 27 e 18 peças, respetivamente. Por sua vez, e ao contrário do que aconteceu com a análise da categoria dominante, neste caso, o número total de peças referente a cada subcategoria e o tempo dispensado às mesmas apresentaram algumas diferenças.

A subcategoria “Justiça” foi aquela que, embora não tivesse apresentado o número mais elevado de peças transmitidas, conseguiu atingir uma maior duração dentro da temática “Sociedade”, com 126 minutos dedicados à mesma. Por sua vez, a subcategoria que, relativamente ao número de peças exibido, estava em primeiro - “Outras” - passou para segundo lugar no que diz respeito ao tempo que ocupou no noticiário, conseguindo apenas 95 minutos e 39 segundos.

Também a subcategoria “Religião” divergiu no que respeita ao número de peças e tempo dispensado às mesmas. Se na primeira coluna de análise da tabela ocupava o quinto lugar das subcategorias mais noticiadas, com apenas cinco notícias em destaque, no tempo dispensado às mesmas, atingiu o quarto lugar, conseguindo 32 minutos e 61 segundos dos noticiários analisados, mais do que a subcategoria “Segurança” que, embora com mais peças exibidas, somou apenas 26 minutos e 94 segundos de tempo.

Desta forma, verificamos que embora determinadas categorias tivessem sido destacadas mais vezes nos telejornais da TVI, não foram aquelas que ocuparam a maior parte do seu tempo. Nesse sentido, e dado as discrepâncias verificadas nas variáveis em análise, podemos afirmar que, dentro da temática “Sociedade”, existem duas subcategorias dominantes, a saber: “Outras” e “Justiça”.

7.3.2. Forma dominante

Analisar a forma dominante da informação da TVI foi uma das variáveis que também consideramos pertinente inserir na nossa análise de conteúdo, dado que dessa forma conseguiremos perceber se os noticiários são dominados pelo diferido, isto é, por notícias produzidas após os acontecimentos ou pelo direto. Nesta última forma, incluem-se as notícias dadas a partir do terreno, junto do local onde decorrem ou decorreram os acontecimentos,

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

bem como os *off's* do pivot. Apesar de, à semelhança das peças jornalísticas, a notícia já estar previamente redigida, desta vez a voz que noticia os factos é transmitida em direto.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Tabela 3 - Forma dominante do *Jornal das 8*

TEMÁTICAS	Diferido	Percentagem	Direto	Percentagem
Sociedade	111	29,3%	21	5,5%
Política	52	13,7%	4	1,1%
Economia	22	5,8%	9	2,4%
Internacional	52	13,7%	6	1,6%
Desporto	41	10,8%	15	4,0%
Cultura	14	3,7%	3	0,8%
Ciência e Tecnologia	10	2,6%	1	0,3%
Outras notícias	18	4,7%	0	0%
TOTAL	320	84,3%	59	15,7%

A forma representativa do *Jornal das 8* é, claramente, o diferido, com 320 peças transmitidas através dessa forma, o que equivale a uma percentagem de 84,3%. Significa isto que a maior parte do telejornal se traduz em peças previamente produzidas. Apenas 15,7% das peças transmitidas pela TVI são em direto, e, além do recurso ao direto a partir do local dos acontecimentos, incluem-se, também, aqui, e como já referimos, os *off's* noticiados pelo pivot. Ao longo da nossa observação demos conta de muitos diretos nesse sentido, mas apenas de oito com recurso ao direto a partir do terreno, sendo que a maior parte foi referente a desenvolvimentos de notícias anteriores, nomeadamente, acidentes ou episódios de violência.

7.3.3. Tendência dominante

Depois de, na presente dissertação, termos procedido a uma abordagem relativa à espetacularização das notícias no meio televisivo, traduzida na ênfase do drama e na utilização de imagens de carácter negativo, e dado que o *Jornal das 8* é o considerado pela estação como o principal programa noticioso - o que detém um maior número de audiências -, tornava-se imperativo avaliarmos a tendência deste.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Tabela 4 - Tendência dominante do *Jornal das 8*

TEMÁTICAS	Positiva ¹¹¹	Percentagem	Neutra ¹¹²	Percentagem	Negativa ¹¹³	Percentagem
Sociedade	18	4,7%	12	3,2%	101	26,6%
Política	11	3,0%	16	4,2%	29	7,7%
Economia	9	2,4%	6	1,6%	17	4,5%
Internacional	11	3,0%	12	3,2%	35	9,2%
Desporto	10	2,6%	28	7,4%	18	4,7%
Cultura	5	1,3%	12	3,2%	0	0%
Ciência e Tecnologia	10	2,6%	1	0,3%	0	0%
Outras notícias	6	1,6%	12	3,2%	0	0%
TOTAL	80	≈ 21%	99	≈ 26%	200	≈ 53%

¹¹¹ Entendemos por tendência positiva todas as notícias que, no momento ou a longo prazo, têm um contributo positivo para a sociedade e/ou para o mundo. Por exemplo: cimeiras para a descentralização, programas de apoio à habitação, aumento nas pensões, ações de sensibilização, detenções de redes de droga e/ou tráfico humano, campanhas contra a poluição, etc.

¹¹² Incluem-se nesta tendência notícias que tanto podem ser negativas para alguns elementos da sociedade como positivas para outras. Em casos de jogos de futebol, por exemplo: quando o SLB perde com o FCP é natural que para um adepto benfiquista isso seja algo negativo, contudo para um adepto portista é positivo. Assim, entendemos que a forma mais justa de avaliar este tipo de notícias seria atribuir-lhes a tendência neutra. O mesmo acontece no que concerne a acordos entre partidos e governo, concertos e romarias.

¹¹³ Diz respeito a notícias relativas a crimes, catástrofes naturais, acidentes, suicídios, fugas ao fisco, doenças, falência de empresas, julgamentos, etc.

Se atentarmos à tabela acima exposta verificamos que em 379 peças noticiosas divulgadas pela estação televisiva, 200 são de carácter negativo, o que significa que a informação transmitida pelo *Jornal das 8* tem uma tendência dominante claramente negativa (cerca de 53%). As notícias neutras ocupam, também, uma parte significativa da grelha informativa analisada (cerca de 26%), sendo as notícias de carácter positivo as que menos visibilidade têm no *Jornal* (apenas cerca de 21%). Importa, aqui, realçar que o número elevado de notícias de carácter negativo vigora tanto no *Jornal das 8* emitido em dias úteis como ao fim-de-semana, não existindo, assim, qualquer discrepância na tendência dominante.

A temática que mais se destaca na tendência negativa é, claramente, a de “Sociedade”, com 101 notícias emitidas neste sentido. Por sua vez, as temáticas de “Cultura”, “Ciência e Tecnologia” e “Outras Notícias”, nos 14 telejornais analisados, não possuem qualquer peça com tendência negativa.

As notícias de carácter neutro encontram-se, maioritariamente, nas categorias temáticas de “Desporto” e de “Política”, com 28 e 16 peças emitidas segundo esta tendência, num total de 99. “Sociedade”, “Internacional”, “Cultura” e “Outras Notícias” apresentam o mesmo número de peças exibidas, 12 cada, sendo que a temática que menos se destaca no que respeita a peças neutras é a de “Ciência e Tecnologia”, possuindo apenas uma notícia isolada nesta tendência.

A categoria temática mais destacada nas notícias de tendência positiva é, a par com as de tendência negativa, também a de “Sociedade”, o que, a nosso ver, não é, de todo, surpreendente, uma vez que, ao longo da nossa análise, esta foi, também, a categoria dominante do *Jornal das 8*.

7.3.4. Agentes noticiosos em destaque

Para conseguirmos averiguar quais os agentes noticiosos em destaque no *Jornal das 8* sentimos necessidade de proceder a uma categorização dos mesmos. Durante a análise separada aos 14 programas noticiosos não o fizemos, atribuindo, antes, o nome concreto ou representativo do agente a que as peças se referiam, por exemplo “primeiro-ministro”, “Cristiano Ronaldo”, “profissionais de saúde”, “corporação de bombeiros”, entre outros. No entanto, verificamos que a continuar a fazê-lo dessa forma, não iríamos conseguir encontrar o agente noticioso mais destacado ao longo do *Jornal das 8*. Assim, entendemos que faria todo o sentido incluir os agentes noticiosos analisados em categorias (cidadão-comum, políticos, empresários, forças de segurança, elementos de socorro, desportivos, intelectuais, religiosos, artistas e outros), de forma a conseguirmos obter um balanço mais fidedigno dos agentes noticiosos em destaque, resultando as informações obtidas no seguinte gráfico.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

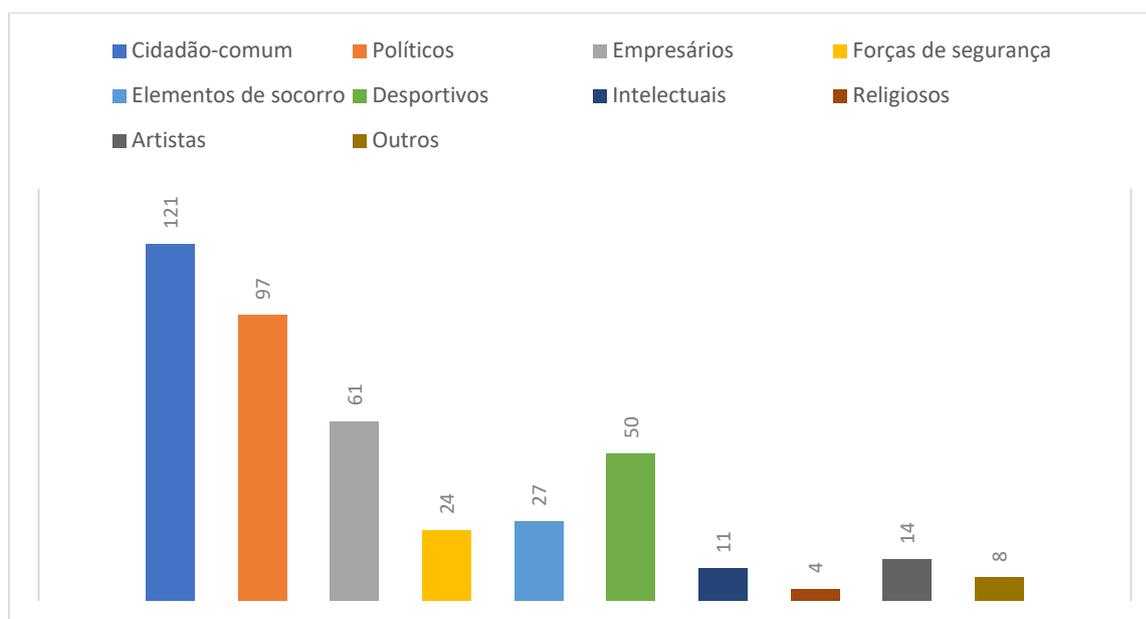


Gráfico 1 - Agentes noticiosos¹¹⁴ em destaque no *Jornal das 8*

Como podemos verificar, o cidadão-comum é, de longe, a categoria que obtém maior destaque no *Jornal das 8*, tendo visibilidade em 121 das 379 peças emitidas pela estação. Seguem-se, depois, as categorias alusivas aos “Políticos”, “Empresários” e “Desportivos” que estiveram em desataque em 97, 61 e 50 peças, respetivamente, sendo que os agentes noticiosos que mereceram menor visibilidade por parte da estação televisiva foram os que estão inseridos na categoria dos “Religiosos”.

A nosso ver, fazia todo o sentido analisarmos quais os agentes noticiosos em destaque no *Jornal das 8*, uma vez que, dessa forma, podemos perceber se existe ou não uma relação direta entre os mesmos e as categorias temáticas mais destacadas. E concluímos que sim, que, efetivamente, essa relação existe, uma vez que o agente noticioso que mereceu maior destaque no telejornal durante este período foi o cidadão-comum, fazendo, assim, jus à categoria dominante do mesmo: “Sociedade”. O mesmo aconteceu no que concerne aos agentes noticiosos políticos, que também estão em concordância com a temática “Política”, uma das

¹¹⁴ A categoria do “Cidadão-comum” refere-se aos agentes que sejam mencionados na condição de populares, arguidos, trabalhadores da função pública, comunidade escolar, etc. A dos “Políticos” inclui todas as pessoas que direta e indiretamente estão relacionadas com o meio político. “Empresários” diz respeito ao grupo de pessoas que, também direta e indiretamente, estão ligadas ao mundo dos negócios. Por sua vez, os agentes noticiosos destacados como “Forças de segurança” têm a ver com as forças de autoridade e segurança pública, os “Elementos de socorro” com corporações de bombeiros e todos os agentes ligados ao setor da saúde e os “Desportivos” diz respeito a todos os agentes que estejam relacionados com o desporto, como treinadores, dirigentes, atletas, etc. O grupo dos “Intelectuais” inclui desde investigadores, escritores, historiadores a todos os profissionais que possuem, pelo menos, um grau académico. Os “Religiosos” concerne às pessoas que estão, direta ou indiretamente, ligadas à religião e o grupo dos “Artistas” engloba artistas, cantores, enfim, todas as pessoas ligadas ao mundo do espetáculo. Por último, a categoria “Outros” tem que ver com empresas ou organizações que tenham sido referidas nas peças noticiosas. Sublinhámos que todos estes agentes noticiosos referidos comportam tanto cidadãos de nacionalidade portuguesa como cidadãos internacionais.

mais destacadas pela informação da TVI, como verificamos na primeira tabela exposta. Isto é algo que, devemos confessar, não nos surpreende, uma vez que o diretor de informação do canal, Sérgio Figueiredo (2018)¹¹⁵, já nos havia garantido que há uma preocupação constante em que os temas noticiados no *Jornal das 8* tenham sempre “em linha de conta as motivações e os interesses de uma esmagadora maioria da população”. Daí, apreendemos o facto de o cidadão-comum se apresentar como o agente noticiado mais destacado.

7.3.5. Desenvolvimento de notícias anteriores

É possível que órgãos de informação incluam nos seus noticiários desenvolvimentos de notícias anteriores, podendo estes até, muitas vezes, compor grande parte do bloco informativo. Assim sendo, entendíamos ser fundamental verificar se esse era o caso concreto do *Jornal das 8* da TVI e, a sê-lo, qual era a temática, ou as temáticas, em que mais se traduzia.

Tabela 5 - Desenvolvimentos de notícias anteriores no *Jornal das 8*

DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	Número de peças	Percentagem
Sociedade	70	18,5%
Política	34	9,0%
Economia	9	2,4%
Internacional	17	4,5%
Desporto	41	10,8%
Cultura	1	0,3%
Ciência e Tecnologia	1	0,3%
Outras notícias	1	0,3%
TOTAL	174	≅46%

Observando a tabela, verificamos que as peças alusivas a desenvolvimentos de notícias anteriores apresentam uma percentagem muito significativa no *Jornal das 8*. Em 379 peças analisadas, 174 são desenvolvimentos de notícias que já haviam sido expostas, o que mostra que quase metade do conteúdo do programa noticioso do quarto canal de televisão generalista

¹¹⁵ Diretor de informação da TVI. Entrevista realizada por correspondência *online* no mês de abril de 2018, com respostas obtidas em julho do mesmo ano.

se desenrola em torno de atualizações noticiosas. Ora, se por um lado este pode ser um fator positivo na informação da TVI, uma vez que dá a entender ao espectador que explora massivamente as notícias, e que indiscutivelmente fá-lo, como poderemos apurar no próximo ponto de análise, por outro lado, pode, com isso, estar a “cansar” o espectador. Porquê? Porque, na realidade, se fizermos as contas, apenas cerca de 54% do que é emitido no *Jornal das 8* é informação absolutamente nova. Tudo o resto acabam por ser peças que se desenrolam em torno de assuntos já noticiados.

A temática que ocupa maior destaque na divulgação de peças alusivas a desenvolvimentos de notícias anteriores é, uma vez mais, “Sociedade” (18,5%), “Desporto” (10,8%) e “Política” (9%). Por sua vez, as categorias temáticas onde encontramos um número reduzido de peças nesse sentido são “Cultura”, “Ciência e Tecnologia” e “Outras”, ocupando apenas 0,3% dos 46% totais de notícias referentes a desenvolvimentos de peças anteriores.

7.3.6. Exclusivos do *Jornal das 8*

As notícias exclusivas são das mais importantes que qualquer órgão de informação pode ter uma vez que significam conseguir divulgar informações em primeira mão, o que, inevitavelmente, contribui quase sempre para angariar mais audiências. Por isso mesmo, a TVI, à semelhança de outras estações televisivas, tenta incluir, o mais possível, exclusivos no seu bloco informativo. A tabela que se segue exemplifica isso mesmo e mostra as temáticas em que os exclusivos mais se verificam.

Tabela 6 - Exclusivos do *Jornal das 8*

EXCLUSIVOS	Número de peças	Percentagem
Sociedade	14	3,7%
Política	3	0,8%
Economia	2	0,5%
Internacional	3	0,8%
Desporto	0	0%
Cultura	0	0%
Ciência e Tecnologia	1	0,3%

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Outras notícias	0	0%
TOTAL	23	≅ 6%

Em 379 peças analisadas, verificamos que 23 são de carácter exclusivo, o que significa 6% do total de peças analisadas. Mais de metade (3,7%) dizem respeito à temática “Sociedade”, sendo esta a categoria líder dos exclusivos emitidos pela TVI. “Política”, “Internacional”, “Economia” e “Ciência e Tecnologia” são temáticas que, embora com uma percentagem bastante reduzida, também ocupam um lugar distintivo no que diz respeito aos exclusivos emitidos. Por sua vez, “Desporto”, “Cultura” e “Outras Notícias” não apresentam qualquer peça com carácter exclusivo.

Regra geral, as grandes investigações têm tendência negativa e ultrapassam sempre os 10 minutos de antena do bloco informativo, sendo que os exclusivos que obtiveram maior duração no decorrer da nossa análise, 35 e 25 minutos, respetivamente, dizem respeito a duas grandes investigações da temática “Sociedade”, intituladas “Máfia do Pinhal” e “Segredo dos Deuses”.

7.3.7. Abertura e fecho do *Jornal das 8*

A primeira notícia a ser emitida no *Jornal das 8* representa um valor considerável para o editor que estiver a coordenar o telejornal, uma vez que é a partir da notícia de abertura que o canal vai conseguir a atenção da audiência. Desta forma, era essencial analisarmos quais as temáticas, assuntos e respetivas tendências que moldam as notícias de abertura do bloco informativo da TVI, assim como as peças que compõem o fecho do mesmo.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Tabela 7 - Abertura do *Jornal das 8*

	Temática	Assunto	Tendência	Desenvolvimento de notícias anteriores	Exclusivos
12 de março	Economia	Suspeitas sobre o concurso da Câmara Municipal de Lisboa (investigação TVI)	Negativa	Não	Sim
14 de março	Sociedade	Casos de sarampo no Hospital de São João	Negativa	Sim	Não
16 de março	Desporto	Processo E-Toupeira divulgado na internet	Negativa	Sim	Não
18 de março	Política	Barreiras Duarte demite-se	Negativa	Sim	Não
20 de março	Sociedade	Série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	Negativa	Não	Sim
22 de março	Sociedade	2º episódio da série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	Negativa	Sim	Sim
24 de março	Sociedade	Operação FIZZ: Auditoria arrasa conduta de Cândida Almeida (investigação TVI)	Negativa	Sim	Sim
9 de abril	Sociedade	Acidente com parapente no Meco	Negativa	Não	Não
11 de abril	Internacional	EUA preparam ataque na Síria	Negativa	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

13 de abril	Sociedade	Investigação TVI: "Máfia do Pinhal"	Negativa	Sim	Sim
15 de abril	Desporto	FCP vence Benfica por 1-0	Neutra	Sim	Não
17 de abril	Política	Marcelo no parlamento espanhol	Positiva	Não	Não
19 de abril	Sociedade	"O segredo dos Deuses": novo episódio (investigação TVI)	Negativa	Sim	Sim
21 de abril	Política	Costa afasta bloco central	Neutra	Não	Não

Tabela 8 - Fecho do *Jornal das 8*

	Temática	Assunto	Tendência	Desenvolvimento de notícias anteriores	Exclusivos
12 de março	Sociedade	Rádio Comercial comemora 39 anos	Positiva	Não	Não
14 de março	Outras Notícias	Comemoração dia internacional do π	Neutra	Não	Não
16 de março	Cultura	Mercado da Ribeira premiado	Positiva	Não	Não
18 de março	Cultura	Dia de São Patrício	Positiva	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

20 de março	Sociedade	Padre de freguesia onde saiu o Euromilhões pede donativo para a Igreja	Neutra	Sim	Não
22 de março	Sociedade	Sobreiro português distinguido	Positiva	Não	Não
24 de março	Sociedade	Último episódio da série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	Negativa	Sim	Sim
9 de abril	Desporto	Crise no Sporting: Em debate na TVI24	Negativa	Sim	Não
11 de abril	Cultura	Antestreia do "Soldado Milhões"	Neutra	Não	Não
13 de abril	Sociedade	Investigação TVI: "Máfia do Pinhal"	Negativa	Sim	Sim
15 de abril	Internacional	Isabella Rossellini volta a ser a cara de uma marca francesa aos 65 anos	Neutra	Não	Não
17 de abril	Sociedade	Plástico no mar gera preocupação: Quercus junta-se à campanha da Organização do Ambiente	Positiva ¹¹⁶	Sim	Não
19 de abril	Sociedade	"O Segredo dos Deuses": novo episódio (investigação TVI)	Negativa	Sim	Sim
21 de abril	Cultura	Novo disco de Carolina Deslandes	Neutra	Não	Não

¹¹⁶ Denominamos a tendência desta peça positiva, uma vez que a peça em si se centra numa campanha da Quercus que visa sensibilizar as pessoas para o problema do plástico no mar.

“Sociedade” é a temática de abertura dominante do *Jornal das 8*, abrindo o bloco informativo sete vezes ao longo dos 14 dias de análise. Dentro desta categoria, o assunto que mais mereceu destaque na abertura dos telejornais foi o de “Justiça”, vigorando em quatro das sete peças noticiosas apresentadas.

A categoria temática “Política” abriu o *Jornal das 8* apenas três vezes, e “Desporto” e “Economia” e “Internacional” duas e uma vez, respetivamente. Significa isto que “Cultura”, “Ciência e Tecnologia” e “Outras Notícias” não mereceram qualquer visibilidade na abertura informativa da TVI.

A tendência dominante de abertura do programa noticioso é maioritariamente negativa, como podemos perceber pela tabela acima exposta, contabilizando um conjunto de 11 peças negativas. Oito das 14 primeiras notícias do *Jornal das 8* constituem desenvolvimentos de notícias anteriores, sendo que seis delas são exclusivos da estação.

Observando, agora, a tabela de análise referente às notícias de encerramento do *Jornal*, verificamos que, tal como acontece com a temática de abertura dominante, também a que se destaca no fecho do bloco informativo é “Sociedade”, sendo que o assunto que mereceu mais evidência foi a subcategoria “Outros”. “Cultura” foi a segunda temática mais destacada no fecho do *Jornal das 8*, somando um total de quatro peças. Seguem-se, com igual número de peças exibidas (um), as categorias temáticas “Outras Notícias”, “Desporto” e “Internacional”.

Contrariamente à tendência que vigora na abertura do telejornal, o encerramento do mesmo é, maioritariamente, constituído por peças de cariz neutro e positivo. Verificamos, ainda, que seis fechos são desenvolvimentos de notícias anteriores e que três são peças exclusivas da estação. Duas delas correspondem a duas das aberturas exclusivas do canal, nomeadamente, «Investigação TVI: “Máfia do Pinhal”» e «“O Segredo dos Deuses”: novo episódio (investigação TVI)» - duas grandes investigações que, como constatámos anteriormente, mereceram, durante o nosso período de análise, maior tempo de antena no *Jornal das 8*.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Capítulo 8.

Discussão de resultados e conclusão

O presente capítulo, como evidencia o próprio título, tem como objetivo apresentar e discutir as principais conclusões a que chegamos durante a nossa investigação. Conclusões essas que, naturalmente, serão sempre conclusões situadas num período de tempo muito específico, os três meses do nosso estágio na redação da TVI no Porto, e que, por esse motivo, nunca irão apresentar uma realidade totalmente fechada sobre o canal.

As notícias são, como de resto já analisámos, o género informativo mais rápido e eficaz de colocar a audiência a par de muito que se passa no país e no mundo. No caso do meio televisivo, em concreto, alvo do nosso objeto de estudo, as notícias são dadas, regra geral, por um período de tempo muito curto, não superior a três minutos. Apenas as grandes investigações, também conhecidas como grandes reportagens, e que têm uma visibilidade significativa na informação da TVI, usufruem de mais tempo, como tivemos a oportunidade de testemunhar na análise de conteúdo ao *Jornal das 8*.

Assim sendo, e tendo em conta a elevada importância das peças noticiosas, quer para os órgãos de informação, que, logicamente, pretendem lucrar com aquilo que vendem, quer para a audiência, que ambiciona ser informada, é fundamental que os responsáveis editoriais façam uma seleção das notícias que vão compor o alinhamento do bloco informativo. Uma seleção que, desde sempre, apresentou alguma dificuldade, dada a ampla quantidade de acontecimentos que irrompem na sociedade, mas que acreditamos ter-se vindo a agravar com a abundância informativa que vigora atualmente. Por esse motivo, decidimos aprofundar esta temática, tentando perceber quais são, efetivamente, os critérios de noticiabilidade que prevalecem na informação da TVI, em particular no *Jornal das 8*, o noticiário com maior número de audiências.

Os espectadores são diariamente ‘bombardeados’ com uma quantidade imensa de informação, vinda tanto dos canais de televisão generalistas como dos temáticos, das rádios, jornais, sites e redes sociais de cada órgão de informação. Significa isto que, ainda que involuntariamente, todos os cidadãos consomem, quotidianamente, uma quantidade significativa de informação - noticiosa ou não. Assim surgiu a ideia desta dissertação, que tem como objetivo perceber como é que, dada essa vasta informação à qual hoje em dia a população tem acesso através de todos os meios, a TVI seleciona aquilo que vai estar no agendamento do principal programa noticioso? Ou seja, quais são os critérios que estão subjacentes à escolha daquilo que deve ou não ser noticiado?

Neste sentido, o estágio curricular, de três meses consecutivos na redação informativa da TVI no Porto, tornou-se uma mais valia para a concretização do presente estudo. Antes de tudo porque a nossa integração no meio permitiu-nos uma melhor familiarização com a estação televisiva e a sua respetiva forma de trabalho e, depois, porque, através das nossas deslocações ao terreno e das inúmeras conversas tidas com os diferentes profissionais da redação, conseguimos esclarecer algumas dúvidas que existiam numa altura ainda prematura da investigação.

Na fase inicial, procurámos perceber de que forma os dois editores da redação do Porto, em conjunto com os de Lisboa, debatiam, de entre um número abundante de acontecimentos que, diariamente, ocorriam, quais eram aqueles que pretendiam que as suas equipas de trabalho dessem cobertura. Um momento que, desde sempre, vimos como primordial no interior da redação informativa e que tivemos a oportunidade de comprovar assim que começámos a recolher o material para a formulação do enquadramento teórico. Como há uma superabundância de acontecimentos e nem todos podem ser noticiados e, conseqüentemente, tornados públicos em blocos noticiosos com tempos estabelecidos, os responsáveis editoriais dos órgãos de informação vêm-se obrigados a selecionar somente aqueles que consideram ser mais importantes. Para o fazerem, automaticamente, recorrem aos critérios de noticiabilidade, que, como já sabemos, são fundamentais no campo do jornalismo, e que são adquiridos através de conhecimentos intrínsecos ao mesmo e da experiência profissional dos jornalistas, nunca descurando, claro, da linha editorial do órgão informativo para o qual os profissionais trabalham.

Após esse momento seletivo, há um outro que se afirma de igual importância e que requiere, também, o uso de critérios de noticiabilidade: a construção da agenda noticiosa. Esta é, indiscutivelmente, uma das maiores preocupações dos responsáveis editoriais, senão mesmo a maior. E porquê? Porque, muitas vezes, o espaço ou o tempo das publicações se revela reduzido comparado ao número de acontecimentos que os órgãos de informação cobriram, sendo por isso mesmo, necessário, proceder a uma seleção das notícias que vão compor o bloco informativo. Ora, num momento como o que atravessamos, em que é clara a abundância informativa, essa escolha informativa ganha ainda mais relevância, uma vez que mostra quais são as notícias mais importantes para determinado órgão informativo. E assim surgiu o título desta dissertação: *A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa*.

Considerando o papel preponderante dos média na sociedade, uma vez que, como teorizamos, a construção da agenda noticiosa tem influência direta na agenda da audiência, entendemos que este seja um assunto de extrema importância. Desta forma, nasceu a problemática que espoletou o presente estudo: “Quais são os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*, o noticiário com maior número de audiências da TVI?” Os dados obtidos na observação etnográfica, na análise de conteúdo ao *Jornal das 8* e nas entrevistas realizadas a três

profissionais seniores da estação televisiva permitiram-nos chegar a uma série de indicações conclusivas.

Os objetivos aos quais nos propusemos dar resposta aquando do término da presente investigação foram os seguintes:

- Identificar a estratégia editorial da TVI na era da abundância informativa;
- Perceber quais são os critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção e divulgação das notícias da TVI;
- Verificar quais são os critérios a que as notícias têm que corresponder para serem destacadas para a abertura do *Jornal das 8*;
- Analisar as temáticas que detêm maior preponderância no *Jornal das 8* e as razões para que isso aconteça.

Tendo em conta a questão de investigação formulada bem como os objetivos mencionados, foram estabelecidas as seguintes hipóteses, a saber:

H1: A TVI, sendo a estação que, usualmente, consegue o maior número de audiências, tanto no entretenimento como na informação, tem critérios exclusivos para escolher as notícias que devem ou não ser alinhadas no *Jornal das 8* (noticiário com maior número de audiências) bem como para definir a sua ordem hierárquica ao longo de todo o programa informativo;

H2: As decisões dos responsáveis editoriais da TVI, no que respeita às notícias que são divulgadas no *Jornal das 8*, são sempre tomadas tendo em atenção um dos critérios universais do jornalismo, que têm em conta, na essência, o do interesse público, mas também nunca descurando de uma das variáveis que consideramos determinante numa estação privada, a medição das audiências.

Os dois primeiros objetivos - identificar a estratégia editorial da TVI na era da abundância informativa e os critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção e divulgação das suas notícias - levaram-nos a colocar a hipótese número um, sendo que para a testar foram fundamentais a análise de conteúdo ao *Jornal das 8* e as entrevistas exploratórias. Através dos dados recolhidos durante a análise, conseguimos traçar um quadro geral da informação que é processada no principal programa noticioso do quarto canal generalista da televisão portuguesa, verificando, assim, que a temática dominante do *Jornal das 8*, quer em número de peças, quer no total de tempo dispensado às mesmas, é “Sociedade”. Dentro desta temática houve assuntos que foram mais vezes destacados em número de peças e outros que o foram no que diz respeito a tempo de antena. Assim sendo, dadas as discrepâncias existentes, verificamos a existência de dois assuntos dominantes da categoria “Sociedade”: um quanto ao

maior número de peças exibidas (“Outras”) e outro relativamente ao maior número de tempo ocupado no telejornal (“Justiça”).

Esta foi uma conclusão que, em nada, nos surpreendeu, a partir do momento que recebemos as respostas do diretor de informação da TVI, Sérgio Figueiredo, às nossas questões, dando conta de que todos os temas transversais à sociedade, como “a saúde, a escola, a economia, a segurança dos cidadãos, o futebol e até as notícias sobre o tempo” são sempre assuntos com forte possibilidade de destaque no *Jornal das 8*. Uma situação que acreditamos dever-se ao facto de, segundo o mesmo referiu, a relevância e a abrangência serem critérios indispensáveis para a estação televisiva em causa. Contudo, também a questão das imagens, de uma boa imagem, tem um peso significativo na escolha informativa da TVI. E se, como constatámos ao longo da nossa revisão teórica, António Fidalgo (2015) referia que uma das potências da televisão estava, obviamente, na imagem, a tese, podemos testemunhar, não passa despercebida ao responsável máximo da informação do quarto canal, que defende não ser possível “fazer televisão sem mostrar o que aconteceu, quem fez acontecer, como e onde”.

Estes mesmos critérios são, igualmente, partilhados no que diz respeito a acontecimentos de última hora e das notícias que são destacadas para fazerem a abertura do bloco informativo, sendo que não nos podemos esquecer que, a esta última, é acrescentado um outro critério primordial: a exclusividade da informação. Nesse sentido, a TVI tem feito uma aposta evidente, sendo significativo o número de notícias exclusivas dadas pela estação ao longo do nosso período de análise, o que entendemos evidenciar a preocupação do canal em primar pelo jornalismo de investigação, comumente associado a um jornalismo de qualidade. Mais de metade dos exclusivos alvos do nosso estudo dizem respeito à categoria temática de “Sociedade” e correspondem a um período de antena considerável.

A seleção informativa prossegue até ao momento de os responsáveis editoriais definirem a ordem hierárquica de entrada das notícias no *Jornal das 8*, tendo, por isso, uma vez mais, que recorrer aos critérios de noticiabilidade. No entanto, nesta fase, crescem outras variáveis aos valores-notícia mencionados anteriormente, como, de resto, já verificamos: a proximidade, a questão das emoções e a do elemento surpresa. Este é, talvez, uma das variáveis mais importantes no jornalismo atual, dado que é uma forma de permitir ao órgão de informação distinguir-se dos demais no conjunto de notícias que transmite para os seus espectadores.

Assim sendo, no que concerne a esta hipótese, concluímos então que, efetivamente, a TVI apresenta critérios próprios para proceder à escolha daquilo que vai ou não noticiar no *Jornal das 8* bem como para definir a ordem de entrada das peças no programa informativo. Concluímos, assim, que os critérios de noticiabilidade da estação se centram na relevância, abrangência e surpresa dos acontecimentos e que a linha editorial da TVI na era da abundância informativa atual se rege, essencialmente, pelas questões da sociedade, o que significa que atribui ao cidadão-comum o papel de agente noticioso em destaque. Por esse motivo,

acreditamos que a estratégia editorial da estação televisiva pode ir ao encontro de um dos critérios propostos por Galtung e Ruge - a amplitude - uma vez que a maior parte das peças que compõem a sua grelha informativa dizem respeito a acontecimentos que afetam um grande número de pessoas, como as notícias alusivas ao sarampo, ao mau tempo, entre outras, que tivemos a oportunidade de ver serem discutidas na redação do Porto e registadas nos diários de campo que fomos redigindo.

Em relação à segunda e última hipótese colocada, que refere a possibilidade de, a par com um dos critérios universais do jornalismo, o do interesse público, a TVI não prescindir, também, da variável audimétrica durante a sua escolha informativa, testámo-la através das três metodologias utilizadas na presente investigação, embora tenha sido a observação etnográfica, e consequente escrita dos diários de campo, bem como as entrevistas exploratórias, em particular a da coordenadora chefe-adjunta da redação de informação do Porto, Ana Peixoto, que mais nos elucidaram sobre o pressuposto.

Efetivamente, o interesse público está patente nos critérios que norteiam as decisões tomadas pela TVI, e que por essa razão direcionam, como vimos na análise de conteúdo ao *Jornal das 8* e na primeira hipótese colocada, a grelha informativa para os assuntos referentes à temática “Sociedade”, tendo, por isso mesmo, o cidadão-comum como alvo dos agentes noticiosos em destaque. O que acreditamos acontecer porque, como referiu Sérgio Figueiredo, “as notícias de uma televisão generalista devem ter em linha de conta as motivações e os interesses de uma esmagadora maioria da população”, divulgando, assim temas que tenham “impacto na vida das pessoas”. Tese que vai ao encontro de algumas conclusões a que chegámos na nossa análise de conteúdo ao *Jornal das 8*, onde contabilizámos inúmeras peças noticiosas referentes quer a questões de saúde, como o surto de sarampo em Portugal durante o mês de março do presente ano ou as ocorrências relativas ao mau tempo.

No que concerne a propostas de reportagem relativas ao mau tempo, por exemplo, podemos garantir que este era um tema inúmeras vezes sugerido na redação informativa do Porto. Havia, desta forma, uma preocupação constante por parte da direção, e respetivos responsáveis editoriais da estação televisiva, em noticiar este tipo de casos porque, como sabemos, eram sinónimos de conseguir “sacar umas boas imagens”, o que vai ao encontro de uma das variáveis assinalada como prioritária na informação da TVI. Além de que, como sabemos, a captação e respetiva divulgação destas apresenta uma influência direta na subida do número de audiências do programa informativo.

Como explica Ana Peixoto, “a escolha de uma notícia [na TVI] tem sempre a ver com os princípios básicos do jornalismo versus audiências”, e talvez por essa razão, os telejornais, onde se inclui, naturalmente, o *Jornal das 8*, estejam carregados de assuntos de cariz negativo, uma vez que estes têm uma capacidade única de prender o telespectador ao ecrã, seja pela novidade, seja pela espetacularidade, seja pela emotividade dos factos noticiados. No que diz

respeito à imagem, o cariz mantém-se, tendo em conta que, como afirma Nuno Goulart Brandão (2006), os acontecimentos que produzem imagens com impacto, tais como, situações de violência e catástrofe, sobrepõem-se na atualidade.

Muitas vezes, os quadros negativos da informação são apresentados em notícias exclusivas do canal, uma aposta clara da informação TVI na era da abundância informativa e que é fundamental para aumentar o número de audiências do *Jornal das 8*. Primeiro porque o facto de ser uma notícia exclusiva da estação e que, muitas vezes, é até destacada com um número de dias significativos de antecedência, vai fazer com que o telespectador anseie por esse momento para poder ficar ao corrente da atualização de determinado assunto. Atualização essa que sabe que, à partida, não será anunciada por qualquer outro órgão de informação, dado que, como o próprio nome indica, é um exclusivo da TVI. Chegado o dia da emissão do exclusivo, a chamada de atenção para o mesmo é feita, imediatamente, no início do telejornal, mas o seu conteúdo é, quase sempre, divulgado no final do *Jornal das 8*, uma vez que, dessa forma, se conseguirá garantir os espectadores até ao final da emissão do programa noticioso.

Assim sendo, e tendo em conta toda a discussão de resultados consequente desta hipótese, verificamos que a preocupação pelas audiências é, efetivamente, uma realidade do quarto canal da televisão generalista portuguesa e que, naturalmente, assombra os responsáveis editoriais no momento da seleção informativa para o *Jornal das 8*. Facto que tivemos a oportunidade de observar aquando da nossa presença na principal régie informativa do canal, enquanto um dos editores da redação de Lisboa estava a editar o *Jornal da Uma*, e era claramente perceptível que a razão de toda a azáfama dentro daquelas quatro paredes era proporcionada pelas notícias que os outros canais estavam a dar, e que, conseqüentemente, poderia estar a fazer com que a TVI pudesse perder alguma da sua audiência. Nesse momento, recordámos uma das teses defendidas pelo autor Pierre Bourdieu (1997), que afirma que “para fazer o jornal televisivo do meio-dia, preciso de ter visto os títulos do das vinte horas da véspera e os diários da manhã” e que para fazer os “títulos do jornal da tarde preciso de ter lido os jornais da manhã. Faz parte das exigências tácitas da profissão” (p. 19).

A componente audimétrica está, então, vinculada à informação da TVI, o que entendemos ser perfeitamente aceitável, sendo esta uma estação de televisão de cariz privado. Desta forma, podemos validar a hipótese colocada, segunda a qual: “As decisões dos responsáveis editoriais da TVI, no que respeita às notícias que são divulgadas no *Jornal das 8* são sempre tomadas tendo em conta um dos critérios universais do jornalismo, o do interesse público, mas também nunca descurando de uma das variáveis determinante numa estação privada, a medição das audiências”.

A seleção de notícias do quarto canal de televisão generalista no que diz respeito ao programa informativo da noite, que apresenta uma duração média de 66 minutos, é muito diversificada, como tivemos a oportunidade de comprovar através da análise de conteúdo realizada. O

telejornal em causa emite, geralmente, peças noticiosas das oito categorias temáticas que identificamos (“Sociedade”, “Política”, “Economia”, “Internacional”, “Desporto”, “Cultura”, “Ciência e Tecnologia” e “Outras Notícias”), embora, como sabemos, atribua uma elevada visibilidade à temática “Sociedade” pelos motivos já expostos. A temática “Internacional” é, a seguir a “Sociedade”, aquela que parece adquirir maior importância para os responsáveis editoriais da TVI, retratando, assim, uma realidade, em muito, distinta daquela que vigorava nos primórdios do jornalismo. Como destacamos na revisão teórica, quando a informação televisiva ainda estava no seu início era muito pouco comum serem emitidas notícias de carácter internacional. Estas só começaram a integrar o alinhamento dos telejornais numa fase mais tardia, sendo que nos dias que correm, e no caso do *Jornal das 8*, como verificamos, esta é uma realidade, estando a audiência totalmente familiarizada com as notícias de assuntos internacionais.

Tendo em atenção que os telejornais se assumem como os programas informativos mais populares e visionados do meio televisivo, é natural que, para que consigam proporcionar ao telespectador uma informação o mais atualizada possível, seja necessário, muitas vezes, terem que recorrer a notícias anteriores, de forma a poder apresentar os seus desenvolvimentos. No *Jornal das 8* esses desenvolvimentos acontecem de forma significativa, desenrolando-se quase metade do conteúdo do programa noticioso em torno de atualizações de notícias anteriores, o que não estávamos à espera de concluir. O mesmo não aconteceu no que concerne à tendência do telejornal que, ainda antes de iniciarmos a análise de conteúdo, já suspeitávamos que fosse essencialmente negativa, dado o nosso interesse pela informação veiculada no meio televisivo. A verdade é que os assuntos negativos são aqueles que maioritariamente são selecionados para ser alinhados no *Jornal das 8*. Através deles, os responsáveis editoriais procuram, na nossa opinião, atrair a atenção dos espectadores, motivados quer pelas imagens que transmitem, muitas vezes espetaculares, quer pelo apelo consciente que fazem às emoções dos mesmos. Desta forma, o canal tem mais probabilidade de conseguir prender os telespectadores ao ecrã, o que, conseqüentemente, vai ter uma influência direta nas audiências da estação televisiva para o programa em questão.

Conscientes disso mesmo, os responsáveis editoriais guardam “as melhores notícias” para a abertura do noticiário. Durante o nosso período de análise, constatámos que a categoria dominante das mesmas é “Sociedade” e que a tendência é negativa, sendo que das 14 aberturas estudadas, seis são relativas a notícias exclusivas da estação. Desses seis exclusivos, três foram emitidos apenas no final do programa informativo, uma vez que correspondiam a grandes investigações da TVI. Neste seguimento, verificamos, ainda, que a tendência que vigora no encerramento do telejornal já não é negativa, mas sim neutra, sendo que a temática dominante continua a ser, novamente, a “Sociedade”.

Em jeito de finalização deste capítulo podemos, desde já, assegurar que a observação etnográfica na redação informativa da TVI no Porto, a análise de conteúdo realizada ao *Jornal*

das 8 e as entrevistas exploratórias foram fundamentais para que dessemos resposta a todos os objetivos a que nos propusemos no início da presente dissertação, assim como para conseguirmos chegar a uma conclusão no que concerne à nossa pergunta de partida - “Quais são os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*, o noticiário com maior número de audiências da TVI?”.

Em suma, concluímos, então, que existem vários critérios que norteiam as decisões dos responsáveis editoriais da TVI no momento em que estes são obrigados a selecionar quais são os acontecimentos que consideram mais importantes para serem cobertos e, consequentemente, desses quais são os mais relevantes para integrar o *Jornal das 8*.

Os critérios da abrangência e da relevância estão, indiscutivelmente, presentes em qualquer peça noticiosa do noticiário em análise: primeiro porque, como salientou o diretor de informação, as notícias transmitidas pelo canal têm sempre em conta os interesses da esmagadora maioria da população, e daí termos “Sociedade” como a categoria dominante do programa informativo, e os assuntos que dizem respeito ao cidadão-comum, como questões de saúde, segurança, etc., estarem sempre no centro das preocupações dos editores da redação informativa do Porto; e segundo porque é necessário que os temas noticiados produzam impacto na vida dos telespectadores. O critério da atualidade é, também, um dos que está no cerne do jornalismo e que, naturalmente, vigora em todos os telejornais, não sendo diferente no que diz respeito ao telejornal da TVI, principalmente numa altura em que é vasta a informação, e por isso mesmo, como verificamos nos diários de campo, há uma preocupação constante dos editores em produzirem informações atuais e que apresentem alguma novidade. O elemento surpresa é, também, muito relevante, pois caso o *Jornal das 8* não surpreenda o telespectador, é muito fácil que este troque de canal e procure outro tipo de informação. A par dos critérios enunciados, existem duas variáveis que, como podemos perceber ao longo desta dissertação, têm um peso considerável na seleção informativa: as imagens e as audiências. É fundamental que a TVI consiga dar uma notícia apoiada numa boa imagem, sendo, igualmente, importante que, através delas, e dos assuntos noticiados, adquira as audiências que ambiciona para o seu programa informativo e que lhe permitam ser o canal líder de audiências em Portugal.

Desta forma, concluímos que a abrangência, a relevância e a atualidade são os principais critérios utilizados pela TVI para definirem o agendamento do *Jornal das 8*, sendo, estes, sempre apoiados pela variável audimétrica e pela utilização de “uma boa imagem”. É importante reforçar, aqui, uma vez mais, que estas conclusões se reportam, essencialmente, aos meses de fevereiro, março e abril de 2018, período em que decorreu a nossa observação e recolha de dados empíricos, e à equipa editorial que, nessa altura, estava responsável pelo principal jornal do canal, o *Jornal das 8*. Não vamos extrapolar estes dados, que foram muito situados no tempo, como referimos no início do presente capítulo, para todo o canal nem para todo o jornalismo televisivo. Contudo, acreditamos que esta investigação pode sugerir indícios fortes daquilo que é o estado atual do jornalismo televisivo em Portugal, tendo em conta este

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

peso tão considerável das notícias sobre sociedade, o apelo à imagem forte e às emoções dos espectadores que, naturalmente, se traduzem em algo tão simples - e altamente pernicioso - para uma televisão privado-generalista: quanto mais audiências, mais lucro.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Referências

Abreu, K. C. K. (2010). *Script: a organização da produção audiovisual no telejornalismo*. Consultado em 15 de janeiro de 2018 através de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-kraemer-jornalismo.pdf>

Aguiar, L., & Baroni, A. (2009). O acontecimento e o sensacional no jornalismo. *Estudos em Comunicação*, N^o5, 135-149. Consultado em 1 de junho de 2018 através de <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/07-baroni-acontecimento.pdf>

Aguiar, S. (2016). *Como decidir o que é notícia?*. Relatório de estágio apresentado ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Jornalismo da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra. Consultado em 29 de julho de 2018, através de <https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/32451/1/Como%20decidir%20o%20que%20%C3%A9%20not%C3%ADcia.pdf>

Almeida, J. (2005). *Breve História da Internet*. Consultado em 15 de novembro de 2017, através de <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/3396/1/INTERNET.pdf>

Assunção, L. F., & Ehrenberg, K. C. (2015). Velocidade, Apuração e Credibilidade: provocações e reflexões acerca da prática jornalística na internet. *Estudos de Jornalismo*, N^o5, Vol. 1, 49-59. Consultado em 5 de julho de 2018 através de <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/download/11344/9187>

Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta Editora.

Brandão, N. G. (2002). *O espectáculo das notícias: a televisão generalista e a abertura dos telejornais*. Lisboa: Editorial Notícias.

Brandão, N. G. (2006). *Prime time: do que falam as notícias nos telejornais*. Lisboa: Casa das Letras.

Brandão, N. G. (2010). *As notícias nos telejornais: Que serviço público para o século XXI?*. Lisboa: Guerra e Paz, Editores S.A.

Brandão, N. G. (2016). *Os media e o Território Televisivo*. Lisboa: Escolar Editora.

Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o jornalismo. *Brazilian Journalism Research*, Vol. 7, 119-140. Consultado em 10 de junho de 2018 através de <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/315>

Cádima, F. R. (1996). *O fenómeno televisivo*. Lisboa: Círculo de Leitores.

Cádima, F.R. (1996a). *Salazar, Caetano e a televisão portuguesa*. Lisboa: Presença.

Canavilhas, J. (2001). *Televisão, o domínio da informação-espetáculo*. Consultado em 28 de dezembro de 2017 através de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.pdf>

Canavilhas, J. (2010, outubro). *Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático*. Comunicação apresentada no II Congreso Internacional Comunicación 3.0, Universidade de Salamanca. Consultado no dia 5 de maio de 2018 através de <http://campus.usal.es/~comunicacion3punto0/comunicaciones/061.pdf>

Canavilhas, J., & Rodrigues, C. (2012). O cidadão como produtor de informação: estudo de caso na imprensa online portuguesa. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 9, Nº2, 269-283. Consultado em 5 de junho de 2018 através de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p269/23345>

Correia, J. C. (2009). *Teoria e Crítica do Discurso Noticioso*. Covilhã: Livros Labcom. Consultado em 25 de junho de 2018 através de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110819-correia_teorica_critica_discurso_noticioso.pdf

Correia, J. C. (2011). *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. Covilhã: Livros Labcom. Consultado em 8 de junho de 2018 através de http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110524-correia_manual_noticial.pdf

Correia, J. C. (2012). A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada. In I. F. Cunha, A. Cabrera, & J. P. Sousa (Orgs.), *Pesquisa em Media e Jornalismo - Homenagem a Nelson Traquina* (pp. 80-102). Covilhã: LabCom. Consultado em 23 de julho de 2018 através de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121127-jorgepedrosousa_homenagem_traquina.pdf

ERC. (2016). *As novas dinâmicas do consumo televisivo em Portugal*. Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social. Consultado em 18 de agosto de 2018 através de http://www.erc.pt/documentos/Estudos/ERC2016_AsNovasDinamConsAV_PT/Internet/ERC2016_AsNovasDinamConsAV_PT_web/assets/basic-html/toc.html

Esteves, J. P. (2012). Agenda-setting e efeitos dos Media: o desenvolvimento paradoxal da teoria e o regresso a uma perspetiva comportamentalista. In I. F. Cunha, A. Cabrera, & J. P. Sousa (Orgs.), *Pesquisa em Media e Jornalismo - Homenagem a Nelson Traquina* (pp. 108-137). Covilhã: LabCom. Consultado em 23 de julho de 2018 através de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20121127-jorgepedrosousa_homenagem_traquina.pdf

Fidalgo, A. (2015). O consumo de informação. Interesse e curiosidade. In A. T. Peixinho, C. Camponez, I. Vargues, & J. Figueira (Orgs.), *20 Anos de Jornalismo Contra a Indiferença* (pp. 203-213). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Consultado em 12 de novembro de 2017, através de https://books.google.pt/books?id=FaiECwAAQBAJ&pg=PA203&lpg=PA203&dq=o+consumo+da+informa%C3%A7ao+interesse+e+curiosidade+20+anos+de+jornalismo&source=bl&ots=mNw1yOy1oJ&sig=QCZhRvqzL3R_W-1XvCGzc2H7vJA&hl=pt-PT&sa=X&ved=2ahUKEwjgsuWigM3dAhUvyYUKHRqyD8QQ6AEwAXoECAkQAQ#v=onepage&q=o%20consumo%20da%20informa%C3%A7ao%20interesse%20e%20curiosidade%20%20anos%20de%20jornalismo&f=false

Fortin, M. F (2006). *Fundamentos e etapas do processo de investigação*. (pp.25-307). Loures: Lusodidacta.

Friedrich, E. A. (2011). *Os valores-notícia e a espetacularização na cobertura da morte de Michael Jackson, o “rei do pop”, nos principais telejornais do Brasil* (pp. 8-26). Trabalho final de graduação apresentado à Universidade Franciscana, Santa Maria. Consultado em 3 de maio de 2018 através de <https://lapecjor.files.wordpress.com/2011/04/mj.pdf>

Galtung, J. & Ruge, H. (1993). A estrutura do noticiário estrangeiro: a apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e estórias* (1ª ed.) (pp.61-73). Lisboa: Vega.

Gomes, A. (2012). *Nos bastidores dos telejornais: RTP1, SIC e TVI* (1ª ed.). Lisboa: Tinta da China.

Gomes, I. M. M. (2007). Questões de método na análise do telejornalismo: premissas, conceitos, operadores de análise. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós*, 1-31. Consultado em 10 de novembro de 2017 através de <http://e-compos.org.br/e-compos/article/download/126/126/0>

Gradim, A. (2000). *Manual de Jornalismo. Livro de estilo do Urbi et Orbi*. Covilhã: Universidade da Beira Interior. Consultado em 19 de janeiro de 2018 através de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/gradim-anabela-manual-jornalismo-1.pdf>

Gradim, A. (2015). A televisão no seu labirinto. In P. Serra, S. Sónia, & W. Souza Filho (Orgs.), *A Televisão Ubíqua* (pp. 69-81). Covilhã: Livros Labcom books. Consultado em 29 de junho de 2018 através de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150529-201507_pserrassawfilho_tvubiqua.pdf

Gradim, A. (2016). *Framing: o enquadramento das notícias* (pp. 59-67). Lisboa: Livros Horizonte.

Hackett, R. A. (1993). Declínio de um paradigma? A parcialidade e a objectividade nos estudos dos media noticiosos. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e estórias* (1ª ed.) (pp. 101-130). Lisboa: Vega.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Herreros, M. C. (1998). *Informacion televisiva. Mediaciones, contenidos, expression y programacion*. Madrid: Sintesis.

Jespers, J. (1998). *Jornalismo televisivo. Princípios e Métodos*. Coimbra: Minerva Editora.

Jesus, P. (2004). *A selecção dos acontecimentos como ritual estratégico da Agenda de Investigação e Planeamento da TVI*. Relatório de estágio apresentado à Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa.

Jost, F. (2010). *Compreender a Televisão* (pp.21-106). Porto Alegre: Editora Sulima.

Lopes, F. (2000). *O Panorama Audiovisual Português. O passado recente e o futuro próximo*. Consultado em 24 de julho de 2018 através de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-felisbela-panorama-audiovisual-portugues-2000.pdf>

Lopes, F. (2007). *A tv das elites: estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005)*. Porto: Campos das Letras.

Lopes, F. (2008). *Da pós-neotelevisão: a reconfiguração do prime-time nos canais generalistas portugueses*. Consultado em 6 de janeiro de 2018 através de https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/41093/1/MP_SM_media-em-Portugal_2008_FL_cap.pdf

Machado, A. (2000). *A televisão levada a sério* (pp.99-141). São Paulo: Editora Senac.

Miller, T. (2009). A televisão acabou, a televisão virou coisa do passado, a televisão já era. In J. Freire Filho, *A TV em Transição - Tendências de Programação no Brasil e no Mundo* (pp. 9-24). Porto Alegre: Editora Sulina.

Molotch, H., & Lester, M. (1993). As notícias como procedimento intencional acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e estórias* (1ª ed.) (pp. 34-51). Lisboa: Vega.

Morais, D. (2015). *A Teoria do Gatekeeper aplicada ao Departamento de Agenda e Planeamento da TVI*. Relatório de estágio apresentado à Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real. Consultado em 10 de junho de 2018 através de https://repositorio.utad.pt/bitstream/10348/5959/1/msc_dpsmorais.pdf

Obercom. (2016). *A imprensa em Portugal. Performances e indicadores de gestão: consumo, procura e distribuição* (4ª ed.). Lisboa: Observatório da Comunicação. Consultado em 14 de novembro de 2017 através de https://obercom.pt/wp-content/uploads/2016/07/2016_OBERCOM_A_Imprensa_em_Portugal.pdf

Oliveira, J. N. (2007). *Manual de Jornalismo de Televisão* (1ª ed.). Lisboa: CENJOR. Consultado em 28 de outubro de 2017 através de <http://opac.iefp.pt:8080/images/winlibimg.aspx?skey=&doc=73220&img=458>

Reuters (2017). *Reuters Institute Digital News Report 2017*. Oxford: Reuters Institute. Consultado em 2 de junho de 2018 através de https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

Rodrigues, A. D. (1993). O acontecimento. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e histórias* (1ª ed.) (pp. 27-33). Lisboa: Vega.

Ruivo, M (s.d.). *Repensar a televisão: uma visão positiva sobre o papel da televisão como elo social, veículo de cultura e espaço de lazer*. Consultado em 20 de outubro de 2017 através de <http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/04/ruivo-miguel-repensar-a-televisao.pdf>

Sá, S. (2015). A televisão no seu labirinto. In P. Serra, S. Sónia, & W. Souza Filho (Orgs.), *A Televisão Ubíqua* (pp. 145-167). Covilhã: Livros Labcom books. Consultado em 29 de junho de 2018 através de http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150529-201507_pserrassawfilho_tvubiqua.pdf

Sá, S. (2017). *Jornalismo integrador: O noticiário televisivo na era da abundância informativa*. Tese de doutoramento apresentada à Universidade da Beira Interior, Covilhã. Consultado em 5 de junho de 2018 através de https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/4455/1/TESE_DEFINITIVA_SSA_ABRIL_2017.pdf

Schudson, M. (2011). As notícias como um género difuso: a transformação do jornalismo na contemporaneidade. *Comunicação & cultura*, N^o12, pp. 139-150. Consultado em 5 de maio de 2018 através de <http://comunicacaoecultura.com.pt/wp-content/uploads/08.-Michael-Schudson.pdf>

Silva, G. (2005). Para pensar critérios de noticiabilidade. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Vol. 2, N^o1, pp. 95-107. Consultado em 29 de junho de 2018 através de <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/viewFile/2091/1830>

Silveira, J. F., Cardoso, G., & Belo, A. (2010). *Telejornais no início do século XXI*. Lisboa: Edições Colibri.

Sindicato dos Jornalistas. (1993). *Código Deontológico dos Jornalistas*. Lisboa: Sindicato dos Jornalistas. Consultado em 12 de fevereiro de 2018 através de <http://www.jornalistas.eu/?n=24>

Soares, H. R., & Oliveira, J. S (2007, agosto e setembro). *A construção da notícia em telejornais: valores atribuídos e newsmaking*. Comunicação apresentada no XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasil. Consultado em 10 de junho de 2018 através de <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0744-2.pdf>

Sousa, H. (2000). Políticas da Comunicação: Reformas e Continuidades. In M. Pinto (coord.), *A Comunicação e os Media em Portugal (1995-2000): Cronologia e Leituras de Tendências* (pp.31-51). Braga: Departamento de Ciências da Comunicação.

Sousa, H., & Santos, L. A. (2005). RTP e Serviço Público, um percurso de inultrapassável dependência e contradição. In M. Pinto (coord.), *A Televisão e a Cidadania, contributos para o debate sobre o serviço público* (pp. 61-80). Braga: Departamento de Ciências da Comunicação

da Universidade do Minho. Consultado em 30 de janeiro de 2018 através de <http://hdl.handle.net/1822/41881>

Sousa, J. P. (2006). *Elementos de Teoria e de Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa. Consultado em 10 de junho de 2018 através de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>

Teves, V. H. (1998). *História da Televisão em Portugal: 1955/1979* (1º Vol.) (pp. 5-59). Lisboa: Tv Guia Editora.

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

Torres, N. C. (2011). *Televisão, o Nosso Medium Preferido. Ensaios, Memórias e História*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.

Tourinho, C., & Lopes, F. (2011, dezembro). *Existe interatividade no telejornalismo português? Análise dos informativos do prime-time*. Comunicação apresentada no VII Congresso SOPCOM na Universidade do Porto. Consultado em 4 de janeiro de 2018 através de https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/36637/1/FL2_vii-sopcom.pdf

Traquina, N. (1993). As notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e estórias* (1ª ed.) (pp. 167-176). Lisboa: Vega.

Traquina, N. (2000). *O poder do Jornalismo: análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Livraria Minerva.

Traquina, N. (2004). *A tribo jornalística: uma comunidade transnacional*. Oeiras: Editorial Notícias.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Vizeu, A. (2002). *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Dissertação apresentada à Universidade Federal de Pernambuco, Brasil. Consultado em 18 de fevereiro de 2018 através de <http://bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-decidindo-noticia-tese.pdf>

Vizeu, A. (2002a). *Telejornalismo, audiência e ética*. Consultado em 19 de janeiro de 2018 através de <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-telejornalismo-audiencia-etica.pdf>

Weaver, P. H. (1993). As notícias de jornal e as notícias de televisão. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e estórias* (1ª ed.) (pp. 294-305). Lisboa: Vega.

White, D. M. (1993). O *Gatekeeper*: uma análise de caso na selecção de notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: questões, teorias e estórias* (1ª ed.) (pp. 142-151). Lisboa: Vega.

Wolf, M. (2009). *Teorias da Comunicação* (10ª ed.). Queluz de Baixo: Editorial Presença.

Wolton, D. (1994). *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão* (pp. 21-80). Porto: Edições ASA.

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Anexos

Anexo 1. Guião para as entrevistas aos responsáveis editoriais da TVI

1. Quais são os critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção dos acontecimentos na TVI?
2. Há alguma hierarquia de critérios? Por exemplo, no que toca à área geográfica, às personalidades em destaque ou ao tema?
3. Em relação a eventos de última hora como acidentes ou, às vezes, manifestações, quais são os critérios de escolha? Porque às vezes se escolhe ir a um sítio e não a outro?
4. As notícias têm que corresponder a algum critério em concreto para serem destacadas para a abertura do Jornal das Oito?
5. Há determinadas temáticas que detêm maior preponderância na cobertura jornalística....como é feita essa gestão das temáticas que devem ou não ser mais abordadas?
6. Quando escolhem determinados temas em detrimento de outros, não sentem, de alguma forma, que podem estar a transmitir metade da informação para o público?
7. Ao fim de semana há uma diferença evidente no funcionamento da redação. Há coisas produzidas previamente? Quais os temas diferentes que passam ao fim de semana? Quais os temas que não passam tanto ao fim-de-semana?

Anexo 2. Entrevista a Sérgio Figueiredo, diretor de informação da TVI

1. Quais são os critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção dos acontecimentos na TVI?

Relevância, abrangência e imagens. Os temas devem ter impacto na vida das pessoas, ser algo que toda a gente percebe porque direta ou indiretamente lhes diz respeito. Quando digo toda a gente, evidentemente que é uma forma de expressão, mas as notícias de uma televisão generalista devem ter em linha de conta as motivações e os interesses de uma esmagadora maioria da população. Por fim, as imagens porque não é possível fazer televisão sem mostrar o que aconteceu, quem fez acontecer, como e onde. Muitas vezes é a imagem que faz a notícia (ex: bebé afogado à beira mar tornou o tema dos refugiados um drama mundial, embora ele já existisse há muito tempo). É isso que continua a fazer a grande diferença entre a televisão e todos os outros meios de comunicação.

2. Há alguma hierarquia de critérios? Por exemplo, no que toca à área geográfica, às personalidades em destaque ou ao tema?

A proximidade é determinante. Um grande acontecimento internacional é normalmente destaque quando se torna evidente que ele afeta a nossa vida. Mas também as emoções. As boas e as más. O resgate dos meninos na gruta da Tailândia não teve impacto na nossa vida, mas a história sensibilizou as pessoas.

O elemento surpresa ganha igualmente muita importância, num mundo em que todos disputam o escasso tempo que as pessoas têm para dedicar a atenção a determinada coisa. Um noticiário deve surpreender o espetador para evitar a sensação de que não lhe dá nada de novo. É fácil partir para outra alternativa, nomeadamente nos conteúdos digitais que, nessa medida, tiram muita gente da televisão se esta não lhes dá razões suficientes para elas lá ficarem.

3. Em relação a eventos de última hora, como acidentes ou manifestações, quais são os critérios de escolha? Quais os critérios para se escolher ir a um sítio e não a outro?

Há uma “agenda provável”, que consiste na mobilização de equipas e meios de diretos para a cobertura de eventos previstos. Os critérios aqui são seguramente alinhados com os que acima descrevi. Mas o fascinante do jornalismo na televisão está no imprevisto. Onde os critérios são naturalmente subjetivos, embora o segredo esteja sempre na tentativa de uma redação sintonizar com a população nos acontecimentos que querem acompanhar no momento.

As situações que configuram uma enorme mobilização de massas humanas (um jogo da seleção portuguesa no Mundial, por exemplo) consomem horas de direto nas televisões, antes e depois dos jogos, porque é através da televisão que o país inteiro comunga sentimentos e expectativas comuns. Decidir enviar uma equipa de reportagem para o outro lado do mundo, sem controlar o tempo nem os factos e as decisões que alteram o desenrolar dos acontecimentos (novamente o caso dos jovens tailandeses) é algo que, como referi, combina o critério jornalístico (o assunto é relevante), a intuição de antever que o assunto vai despertar a atenção mundial (como despertou) e também a sorte (porque nunca se sabe o que a equipa vai encontrar realmente no terreno).

4. E em relação a eventos sazonais, por exemplo, a queima das fitas, as viagens de finalistas ou a época balnear, qual o critério utilizado?

Os mesmos da resposta à questão 1.

5. As notícias têm que corresponder a algum critério em concreto para ser destacadas para a abertura do Jornal das Oito?

As mesmas da resposta à questão 1. No entanto, neste caso, acrescento um outro fator relevante: a exclusividade. Se a história for só nossa, sendo naturalmente também impactante, é normal que seja a abertura do Jornal desse dia.

6. Há determinadas temáticas que detêm maior preponderância na cobertura jornalística. Como é feita essa gestão das temáticas que devem ou não ser mais abordadas?

Todos os temas transversais à sociedade: a saúde, a escola, a economia, a segurança dos cidadãos, o futebol e até as notícias sobre o tempo. As pessoas vêem televisão para serem informadas mas também como entretenimento. O jornalismo cumpre também esta função quando, por exemplo, faz a cobertura de uma festa do título de um clube de futebol ou quando transmite o contágio que a música promove em quase todos os segmentos da população que vão a um Festival de Verão.

7. Quando escolhe determinados temas em detrimento de outros, não sente, de alguma forma, que pode estar a transmitir metade da informação ao público?

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Qual é alternativa? Não se pode dar tudo ao mesmo tempo. Por isso é que há diretores e editores, para fazerem opções que cumpram, o mais possível, os critérios de escolha que temos vindo a falar.

8. Num dia normal, quantas reuniões de editores costumam fazer?

Duas: às 9h para escolher os temas do dia (e pré-alinhamento do Jornal da Uma) e às 15h para definir a estrutura-base do Jornal das Oito. Outras reuniões de planeamento acontecem de forma regular, mas não diárias.

9. O sr. diretor participa em todas as reuniões? Quem mais costuma estar presente?

De manhã, praticamente todas. Direção, Editor e Pivot do Jornal da Uma, editores da manhã TVI24, coordenador TVI24 online, editores secções (Sociedade, Economia/Política/Internacional e Desporto), editor do Porto (videoconferência), coordenador grafismo, um elemento da Agenda e outra da Produção. À tarde, é circunscrita ao Editor do Jornal das 8 e pivot, editores de secções, um membro da Direção de Informação e mais responsável do grafismo e realizador do Jornal.

10. Há alguma reunião em concreto para discutirem o Jornal das Oito ou o alinhamento vai ficando decidido ao longo do dia? As decisões tomam-se todas nestas reuniões?

Já respondido. Mas as decisões são tomadas a minutos do jornal arrancar, muitas vezes enquanto decorre.

11. Todas as decisões tomadas pelos editores passam, primeiramente, por si?

Todas, impossível. As principais. Por mim ou pelo director-adjunto.

12. Ao fim de semana, por exemplo, qual é a diferença no sistema de funcionamento na redação? Há coisas produzidas previamente? Quais os temas diferentes que passam ao fim-de-semana? Quais os temas que não passam tanto ao fim de semana?

Os fins-de-semana têm rotinas completamente diferentes. A redação “divide-se” em duas grandes secções, que correspondem à gestão de antena dos jornais para o canal generalista (em que a coordenação desta equipa cabe ao Editor do Jornal da Uma e Jornal das 8); outra que está fundamentalmente assente nos jornais da TVI24 e na gestão do site.

13. Voltando aos critérios de noticiabilidade, considera que existe alguma diferença entre os telejornais do prime time da RTP, por exemplo, estação pública, e da TVI?

São mais curtos, o que faz logo uma tremenda diferença. Mas também são mais institucionais, por razões que se compreendem (a obrigação de ser mais “equilibrado” no espaço que dão à agenda em antena). Por exemplo, se um líder político não produziu nada de novo ou de especial, é mais fácil perder “tempo de antena” num canal privado do que na RTP. O mesmo é válido para outras organizações (se “entra” o representante dos patrões também deve entrar o dos sindicatos). Não se trata do princípio do contraditório, porque essa é uma obrigação geral. É mesmo coisas de “compensação”, se demos deste temos de dar daquele. Na TVI não nos guiamos por isso, mas pelo valor da notícia.

14. Considera que existe sensacionalismo no Jornal das Oito da TVI?

Não!

15. Hoje recorre-se mais ao sensacionalismo? Se sim, porquê? Estamos a aproximar-nos de um “telejornal-show”?

Não considero nada disso.

16. Em Portugal, ao contrário de outros países, os telejornais arrastam-se no tempo, tendo às vezes mais de uma hora de duração. Nesse aspeto, o nosso país já é até um case-study. Quais as razões para que isso aconteça?

São razões históricas, que devem ser sempre reavaliadas. Mas Portugal tem uma especial apetência por Informação: jornais maiores, muitos canais de Informação no cabo. Se não houvesse procura, muitos já tinham acabado. Tem acontecido o contrário, todos os anos nascem novos (incluindo especializados em Desporto/Futebol).

Anexo 3. Entrevista a Ana Peixoto, coordenadora chefe-adjunta da redação de informação do Porto

1. Quais são os critérios de noticiabilidade que mais influenciam a seleção de notícias da TVI?

Isso é uma pergunta muito difícil. É assim, uma notícia é uma notícia, ponto final...e os critérios da notícia, da escolha da notícia, têm sempre a ver com os princípios básicos do jornalismo e depois, versus audiências. Ou seja, o que é que isto quer dizer? Quer dizer que muitas das vezes nós podemos partir do princípio que há uma notícia que é mais importante do que outra, por exemplo: o dia de hoje. Nós podemos considerar que se calhar é mais importante, imagina, o número do desemprego desceu e há uma notícia de futebol do Porto eventualmente estar próximo de ser campeão. Ou seja, para a vida das pessoas, de todos os portugueses, é importante saber que o desemprego atingiu níveis históricos. No entanto, a possibilidade de o Porto estar a um passo de ser campeão e de ter havido muitos adeptos no aeroporto para os receber, é provável que para uma televisão comercial dê mais audiência a questão do futebol. Não significa que a notícia seja mais importante, ou seja, tem que haver sempre aqui um critério. Por isso é que uma informação, por exemplo, de um serviço público, como é o canal um....infelizmente parece que muitas das vezes estão muito próximas, mas deveria ser ligeiramente diferente. Percebes? Ou seja, nós damos as mesmas notícias, podemos é hierarquiza-las de forma diferente, mas damos as mesmas e não falhamos as notícias. A questão às vezes é a da hierarquia “qual é que vem primeiro, qual é que vem a seguir”. Portanto, a forma como nós vamos organizando o jornal e depois também, mesmo o jornal, quando é organizado, é organizado também do ponto de vista da notícia. Mesmo quando se fazem destaques, estamos a fazer apelos à atenção do telespectador para notícias que vêm mais à frente que, com certeza, vão captar a atenção deles.

2. E em relação a notícias de última hora, manifestações, greves, acidentes, como é que escolhem ir a um sítio e às vezes não ir a outro?

Tem a ver também sempre com os critérios da notícia. Primeiro tem a ver com o tipo de acidente, se é um acidente, se esse acidente é um acidente vulgar que pode acontecer na estrada, se é uma tragédia que envolve mortos e feridos, não é? Tem a ver com as dimensões das manifestações, por exemplo se tivermos os polícias todos na rua, as forças policia, como no outro tiveram, que pararam Lisboa, é importante. Não há discussão possível sobre a importância de termos a PSP, a GNR e os profissionais do SEF, por exemplo, todos na rua. Ou seja, isso indiscutivelmente....há um país ou uma capital que está paralisada com uma greve enorme ou por exemplo da função pública, não temos duvidas nenhuma. Isso não vai nunca tirar a abertura a um acidente qualquer na estrada ou à viragem de um camião, percebes? A não ser que, imaginemos, há um acidente grave ou um comboio que descarrilou, um autocarro

cheio de gente que houve um acidente isso aí é diferente, envolve muitas pessoas, etc. Ou seja, tem a ver também com a gravidade da situação, do acidente, o número de pessoas que atingiu e, portanto, basicamente tem que haver sempre este tipo de critérios. O que é que interessa às pessoas, a quem interessa mais e depois também o que é que está em causa.

3. Muitas vezes quando estão a fazer essa escolha, ir a um sítio e não poder ir a outro, não sentem de alguma forma que podem estar a passar “metade da informação” para o público?

Às vezes pode haver essa noção. Em regra, aliás, tu tiveste a oportunidade de ver, que nós em regra, nem que vá um buscar parte da informação a um sítio, outra pessoa monta, nós acabamos por cobrir isso. Os jornalistas acabam por funcionar de forma quase turbo. Conseguimos ir recolher aos vários sítios para depois termos tudo. Ou seja, pelo menos quando falamos de coisas importantes, em regra, nunca abandonamos uma coisa importante. O que podemos é eventualmente, coisas de menor importância, que podem também ser notícia, serem passadas para segundo plano. No caso de uma que é mais importante obrigar a uma requisição de meios mais elevados do que a normal. Se há uma situação, um acontecimento muito importante que requer, por exemplo, duas equipas, aconteceu uma outra coisa qualquer, um acidente....a nossa aposta é neste porque este é mais importante, tem mais peso noticioso, afeta mais pessoas do que o outro que foi apenas, por exemplo, um acidente de viação como há muitos e todos os dias acontecem. Portanto nessa altura, não temos que dar todas, temos que dar aquelas que efetivamente têm mais importância e dizem mais respeito à vida das pessoas.

4. E em relação às notícias de abertura do jornal, há algum critério a que as notícias têm que corresponder para serem destacadas para fazerem a abertura do *Jornal das Oito*, por exemplo?

Há sempre uma linha editorial e há sempre o critério do editor. Quem decide os destaques é sempre o editor do jornal e o editor do jornal escolhe mediante aquela notícia que sabe que vai trazer audiência. Ou seja, hoje em dia é possível e com as novas tecnologias, que era uma coisa que era impensável aqui há uns anos, saber ao minuto que tipo de notícias é que habitualmente têm mais audiência. Ora, se há um tipo de notícia que tem bastante audiência, ele naturalmente, que é o género de informação, ele vai com certeza destacar esta porque sabe que vai capitalizar...ou por exemplo utiliza, sabe que é o tipo de informação...no outro dia estavam a falar sobre o casamento real. Chama a atenção para depois dar no final do jornal e as pessoas vão ficar ali à espera para poder ver no jornal.

5. Há uma diferença evidente, cá no Porto, do funcionamento da redação, durante a semana e ao fim de semana. Ou seja, há coisas que são produzidas previamente...quais são, por exemplo, os temas que passam mais ao fim de semana e aqueles que não passam tanto?

Sim. Os que passam mais ao fim de semana, como há menos agenda política, a maior parte das instituições estão fechadas, as empresas estão fechadas, etc. Portanto, durante a semana tem que se preparar notícias e informação, muitas das vezes na área mais da educação, de entretenimento, mas que são peças que requerem, que se pode fazer com outro cuidado, e que não tem que ser com o stresse do dia a dia num minuto e meio, em que saís às 9h da manhã e às 13h a peça tem que estar pronta. Há coisas que se pode fazer com mais tempo, com outra calma e dar importância a determinado tipo de assuntos que de outra forma, se fosse durante a semana, nunca o teriam.

Anexo 4. Entrevista a Patrícia Jesus, membro do Departamento de Agenda da TVI

1. Como é que a informação chega à redação?

A TVI é um corpo e a Agenda é o cérebro, é como se fosse o centro, é ali que se inicia tudo. É dali que é enviada a informação. Como é que isto funciona? A agenda é como se fosse uma central onde chega toda a informação. Essa informação chega através da Lusa, que envia takes e envia duas agendas por dia - a primeira edição que chega por volta das quatro horas da tarde e a segunda edição que chega por volta das oito da noite - isto não é linear, mas normalmente é assim; há quarta feira a Lusa envia também uma agenda semanal, que é a agenda da semana seguinte; para aí a meio do mês, a 15, a Lusa envia uma agenda mensal, que é do mês seguinte.

Para além dos takes e das agendas, a Agenda recebe informação através do e-mail, do telefone, por carta, que hoje em dia é pouco ou nada. O Departamento de Agenda visiona os jornais que trazem colóquios, seminários, também às vezes uma notícia que fala sobre uma decisão de um Sindicato e nessa notícia vem a falar de uma greve que vai acontecer no dia tal e se ainda não temos em agenda, colocamos. Dos jornais são retiradas também propostas de reportagem.

Depois, o que é que a Agenda faz com toda esta informação que nos chega? A Agenda seleciona. Essa seleção é feita da seguinte forma: ou vai para o lixo, ou é agendada ou é feita proposta. O que é que são as propostas? São propostas de reportagem, são temas intemporais ou denúncias que chegam por carta, por telefone ou por e-mail, em que muitas vezes estas propostas são propostas que a Agenda sabe que os editores não vão conseguir fazer naquele momento, mas essas propostas até servem de base de pesquisa. Ou seja, eu recebo uma denúncia de uma pessoa a falar de um tema qualquer, mas na mesma denúncia a pessoa informa que está desempregada, o tema que a pessoa está a denunciar pode não interessar para reportagem e quem sabe até posso reenviar para o “Você na TV” e/ou para a “Tarde é Sua” - que são temas que se calhar interessam mais a esse tipo de programa -, mas se eu colocar na base das propostas em como aquela pessoa está desempregada, um dia, quando um jornalista precisar de fazer uma reportagem em que precise de casos de pessoas que estão desempregadas, nós temos ali mais um contacto, por exemplo.

2. Chega uma informação de última hora à redação, como se aciona tudo a partir daí?

Imaginemos que foi um acidente ou uma explosão ou uma cheia, é preciso perguntar “quantos feridos”, “quantos mortos”, “para onde é que foram transferidos”, “quantos meios estão no local”, “a que horas foi acionado o alarme”, “o que é que isso está a pôr em causa”; Se foi transferido para um hospital, pedir autorização ao hospital que o jornalista está a caminho para

podermos entrar, se tem alguém no hospital que possa falar connosco, receber o jornalista e dar-lhe uma entrevista.

Além disso, temos que avisar, automaticamente, os editores e o Desk - departamento que põe logo a nota de “última hora” no ar - e, caso a informação não seja oficial, avisá-los disso mesmo. Depois, devemos confirmar todas as informações que temos com fontes oficiais (onde, quando, como, quantos feridos, mortos, meios no local, hora do alerta) e passar novamente de imediato a informação atualizada aos editores e jornalista que estiver de saída para o terreno. Caso seja necessário, a Agenda tem, também, a responsabilidade de pedir autorização às entidades competentes para “passar” porque a estrada pode estar cortada, para entrarem ao telefone em direto se for o caso, etc.

Já, quando acontece alguma coisa no estrangeiro, quando essa situação de última hora acontece fora do nosso país, para além de confirmar toda a informação também sobre isso, arranjar portugueses que estejam lá, que entrem ao telefone, que enviem vídeos para o “Eu vi”.

3 - Que outras funções o Departamento de Agenda tem mais?

A Agenda faz dossiers para entrevista, faz pesquisa e faz dossiers de estudo para os *pivots* se prepararem para grandes entrevistas. Por exemplo, muitas das entrevistas que a Judite de Sousa já fez foi a Agenda que fez a pesquisa e o dossier para ela estudar. Quem diz a Judite de Sousa diz outro jornalista. O que é que faz também? Por exemplo, em altura de eleições é a Agenda que faz mapas em Excel com números eleitorais dos anos anteriores para os jornalistas se prepararem. Muitos desses mapas em Excel são usados, às vezes, para grafismo, outros são só para base, para quem está, por exemplo, em estúdio, conseguir comentar com base naqueles dados, seja autárquicas, legislativas, presidenciais.

Além disso a Agenda faz também o planeamento semanal e mensal. Nesse planeamento semanal e mensal, destacamos coisas como, por exemplo, efemérides. Nós sabemos, por exemplo, que para a semana vai ser o dia do alzheimer. Então, sabemos que à partida vão pedir casos e últimos estudos sobre esse tema e a Agenda já faz essa preparação. Para além disso, faz também os convidados que vêm a estúdio. Portanto, tem uma base com especialistas e sugere pessoas para vir a estúdio. Somos nós que fazemos o convite e tratamos de toda a comunicação interna, desde a chegada do convidado à segurança, saber onde estaciona, à receção saber que vamos ter aquele convidado, as relações públicas saberem que o têm que ir buscar à receção e que o têm que acompanhar à maquilhagem e a estúdio, a maquilhagem saber que vai ter aquele convidado, os próprios colegas de estúdio saberem que vamos ter aquele convidado e que é preciso mais um microfone e, provavelmente, um copo com água, a própria produção que vai

estar na régie e o próprio editor e o próprio pivot do programa também saber que vamos ter aquele convidado e sobre que tema é que vem falar. Estes convidados são pedidos pelo editor do programa do noticiário em questão. O editor pode pedir aquele convidado em específico ou pode pedir à Agenda um convidado para falar sobre aquele tema.

4 - Como é que tudo isso se processa?

Existe uma reunião, todos os dias, que é a reunião das 9h. Nessa reunião estão todos os editores, de todas as editorias - economia, política, internacional, desporto, etc. - uma pessoa da produção, uma pessoa da Agenda e está sempre o editor do jornal da uma, o editor do jornal das oito e um responsável da TVI24; chefes de redação, pelo menos um deles; o diretor, por norma, também está e alguém responsável pelo site da TVI e TVI24.

Há uma mesa grande, uma sala...cada uma das pessoas está sentada nessa sala e tens o editor do jornal no computador que vai alinhando o alinhamento. E esse alinhamento é alterado durante a reunião, durante a manhã e durante o próprio jornal. Esse editor consulta cada editor de cada editoria a perguntar “o que é que tem hoje?” e cada editor, por exemplo, o de economia diz “Olha hoje como temas temos um jornalista a fazer na Assembleia da República uma decisão sobre isto, temos outro jornalista que foi recolher os dados do Banco de Portugal” ou o que seja; sociedade tem julgamentos, as greves, os seminários, as manifestações, isto são temas de agenda e não só. Porque é que está uma pessoa da Agenda? Para confirmar alguma situação, para tratar logo dos convidados que também são pedidos, mediante os temas que estão a ser falados são pedidos logo convidados para o dia para a TVI24, convidados de hora a hora para os vários noticiários, se for necessário um convidado para o Jornal da Uma ou para o Jornal das Oito ou um debate especial que vai haver nessa noite na TVI24, a pessoa da Agenda canaliza, logo, essa informação para o Departamento e os vários colegas do Departamento começam logo a tratar dos vários convidados durante o dia ou de confirmar situações de última hora. Por exemplo, tínhamos em Agenda uma reunião qualquer na Assembleia da República, mas entretanto soube-se que vai haver uma conferência de imprensa que não estava prevista sobre aquele tema, o editor pede à Agenda para confirmar se vai haver *briefing* senão vai, onde é que é a conferência de imprensa, quem é que vai falar...Neste caso, a Agenda está na reunião para a produção de conteúdos e a produção está para a produção de meios.

O editor do jornal decide o alinhamento, isto implica descartar peças que estejam previstas serem feitas ou que estão a ser feitas ou que estão prontas e/ou que já foram alinhadas ou pedir peças que a editoria não tinha previsto fazer. Por exemplo, naquele dia há um tema novo e pede-se uma peça qualquer, alguém da Agenda tem que ajudar a arranjar casos sobre aquele assunto e, se justificar, trazer alguém a estúdio também para comentar. Nessa reunião o chefe de redação e o diretor têm poder e autoridade para mudar o alinhamento e decisões editoriais.

O representante da TVI24 vai aproveitar as peças para os noticiários e decidir juntamente com o diretor e chefia de redação os debates e convidados nos vários programas de informação da TVI24.

Resumindo, os editores consultam a agenda e dali decidem o que é que os jornalistas vão cobrir e o que é que não vão cobrir. E depois o editor do jornal decide, daquilo que o editor daquela editoria mandou fazer ou pensou mandar fazer, o que é que quer e o que é que não quer. Imagina, o editor de sociedade diz “Olha eu tenho a Inês no julgamento, tenho o Tomás numa manifestação e tenho o Pedro num seminário...” e o editor do jornal pergunta “Então mas esse seminário é quê?” e o editor de sociedade responde “Opa é não sei o quê, o gajo está lá porque vai lá um ministro.”, mas o editor do jornal vai dizer “Tá bem, mas eu não quero isso. Eu não vou pôr isso e eu quero que ele vá fazer uma reportagem sobre este tema”. O editor do jornal tem a decisão sobre o editor da editoria sobre o que é que quer e o que é que não quer para o jornal dele.

5 - Porque a função do editor do jornal é vender o jornal, certo?

Precisamente. O editor do jornal, ou seja, o diretor de informação da TVI tem como finalidade para o grupo ter audiências televisivas e, por sua vez, tem como responsáveis dos jornais essa missão. São eles - o diretor, a chefia de redação e os editores dos jornais e a chefia da TVI24 - que sabe quais são as linhas editoriais do momento, a linha estratégica editorial para que os jornais tenham audiências. Portanto, este é o funcionamento da redação.

Depois, os jornalistas chegam com o material recolhido - o jornalista e o repórter de imagem - , o material é injestado (chamamos injestado porque o sistema com que trabalhamos é o Injest), o material fica nos servidores e o jornalista vai editar a peça, escrevendo e depois gravando o texto, editando a reportagem que depois é alinhada. É alocada no alinhamento pela produção e durante o jornal o editor vai gerindo o alinhamento mediante decisões estratégicas editoriais e com base em ganhar audiência.

Anexo 5. Fotografias ilustrativas

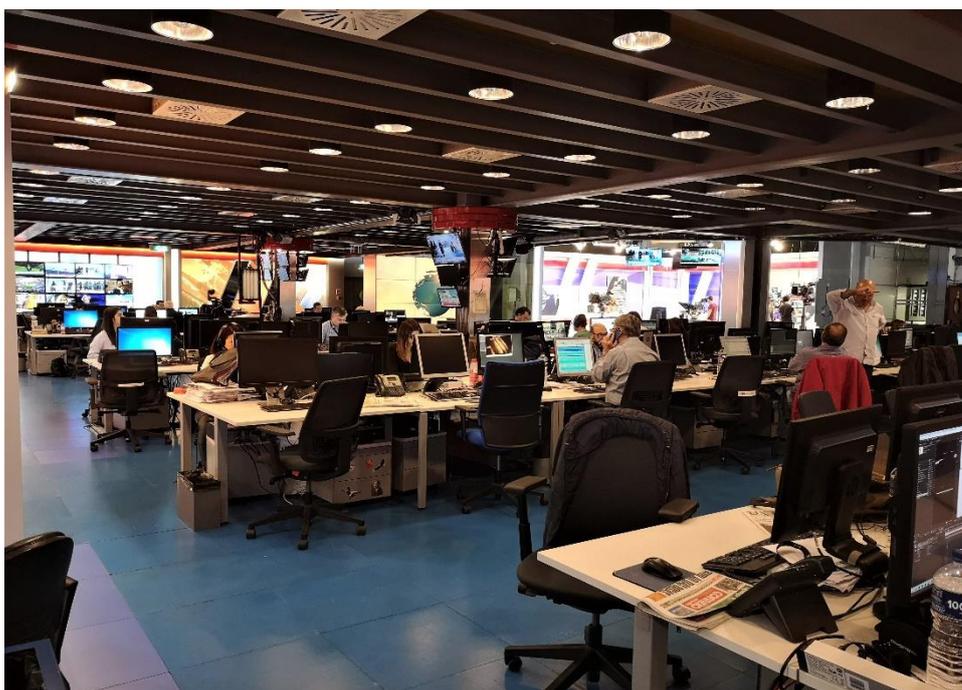


Foto 1 - Visão geral do primeiro andar da redação principal

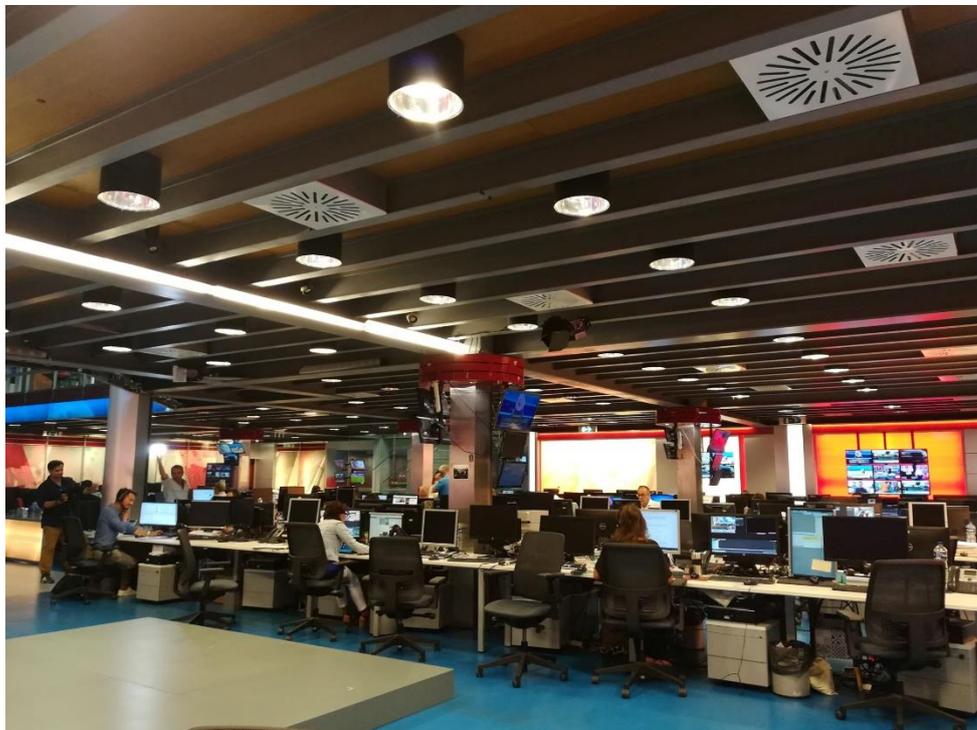


Foto 2 - "Geringonça"

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*



Foto 3 - Editoria de Sociedade



Foto 4 - Secção dos editores da TVI24, Desk e Online

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*



Foto 5 - Produção de Informação e Edição de Imagem



Foto 6 - VideoLab

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*



Foto 7 - Departamento de Agenda



Foto 8 - Secção destinada aos elementos diretivos

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*



Foto 9 - Estúdio de gravação do Jornal da Uma e do Jornal das 8



Foto 10 - Régie

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*



Foto 11 - Editoria de Desporto



Foto 12 - Local das reuniões de alinhamento do Jornal da Uma e do Jornal das 8

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

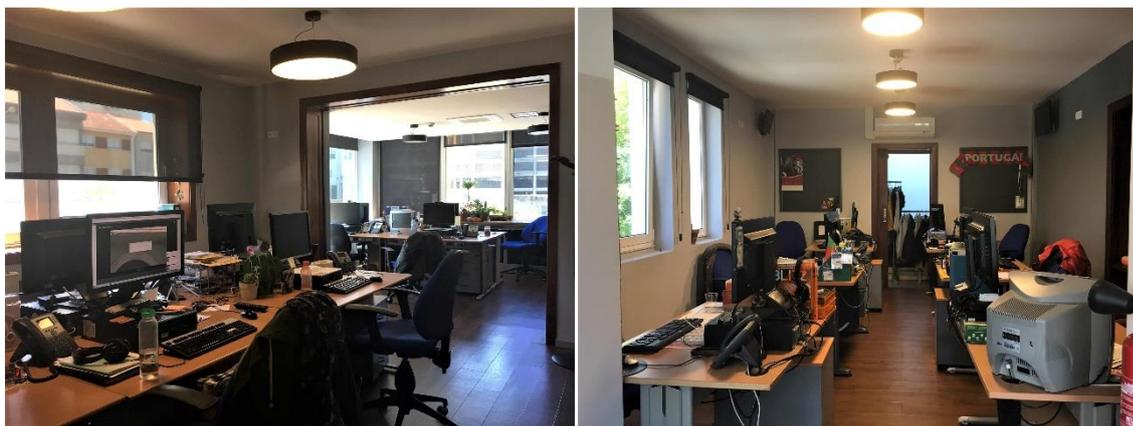


Foto 13 - Redação do Porto



Foto 14 - Uma das ilhas de edição de imagem da redação do Porto

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

Anexo 6. Tabelas de análise de conteúdo

Data	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	PERSONAGENS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

12 de março	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
OFF N°1	Economia	Suspeitas sobre concurso da Câmara Municipal de Lisboa (investigação TVI)	0'37"	Direto	Negativa	Membros da Câmara Municipal de Lisboa	Não	Sim
PEÇA N°1	Sociedade	Incêndio	01'51"	Diferido	Negativa	Corporação de bombeiros e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°2	Sociedade	Greve CP	02'18"	Diferido	Negativa	Trabalhadores da Infraestruturas de Portugal	Não	Não
PEÇA N°3	Sociedade	Greve função pública	01'55"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde	Não	Não
PEÇA N°4	Sociedade	Navio encalhado no Tejo	01'47"	Diferido	Negativa	Representante da Autoridade Marítima Nacional	Sim	Não
OFF N°2	Sociedade	Mau tempo	00'54"	Direto	Negativa	Tempo	Sim	Não
PEÇA N°5	Sociedade	Julgamento de uma professora	01'52"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°6	Sociedade	Droga encontrada na praia	01'41"	Diferido	Negativa	Representante da Autoridade Marítima Nacional	Não	Não
PEÇA N°7	Política	Presidente da República em visita oficial à Grécia	01'42"	Diferido	Positiva	Presidente da República	Não	Não
PEÇA N°8	Economia	Novo pagamento Grécia	01'46"	Diferido	Positiva	Presidente EuroGrupo e vice-presidente Comissão Europeia para o Euro	Não	Não
PEÇA N°9	Economia	NOS recusa responsabilidades nos casos de clientes que ficaram sem telecomunicações nos incêndios 2017	02'01"	Diferido	Negativa	Grupo Altice e profissionais da NOS	Sim	Não
PEÇA N°10	Economia	Mudanças no BCP	01'08"	Diferido	Positiva	Presidente do BCP	Não	Não
INTERVALO								
PEÇA N°11	Sociedade	Mau tempo causa estragos	02'30"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum e tempo	Sim	Não
COMENTÁRIO SEMANAL "PORQUÊ", JOSÉ MIGUEL JÚDICE								
PEÇA N°12	Internacional	Formação do novo governo alemão	01'42"	Diferido	Positiva	Chanceler alemã	Não	Não
PEÇA N°13	Internacional	Queda de avião no Nepal	02'00"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°14	Internacional	Rapaz de oito anos morto em Espanha	03'08"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum e corpo policial	Não	Não
PEÇA N°15	Desporto	Paços de Ferreira derrota FCP	01'43"	Diferido	Neutro	Plantel do FCP	Não	Não
OFF N°3	Desporto	Sporting vence ao Chaves (notícia de última hora)	00'18"	Diferido	Neutro	Plantel do Sporting	Não	Não
PEÇA N°16	Desporto	Gabinete de crise do Benfica	02'07"	Diferido	Negativa	Presidente do clube SLB	Sim	Não
PEÇA N°17	Desporto	Má fase na carreira de André Gomes	01'50"	Diferido	Negativa	André Gomes	Não	Não
PEÇA N°18	Desporto	Campeonato grego suspenso depois de episódio de violência	01'22"	Diferido	Negativa	Presidente do PAOK	Não	Não
PEÇA N°19	Política	Protesto "Geração à rasca" (Celebrações 25 anos TVI)	02'09"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum e José Sócrates	Não	Sim
PEÇA N°20	Economia	Suspeitas sobre concurso da Câmara Municipal de Lisboa (investigação TVI)	13'59"	Diferido	Negativa	Membros da Câmara Municipal de Lisboa e da empresa de publicidade JCDecaux	Não	Sim
PEÇA N°21	Internacional	Morte de costureiro Givenchy	02'28"	Diferido	Negativa	Hubert de Givenchy	Não	Não
PEÇA N°22	Sociedade	Rádio Comercial comemora 39 anos	01'50"	Diferido	Positiva	Locutores da Rádio Comercial e artistas musicais	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

14 de março	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA Nº1	Sociedade	Casos de sarampo no Hospital de S. João	02'06"	Deferido	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº2	Sociedade	Tornado em Esposende	02'02"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº3	Sociedade	Aluimento de terras em Coimbra	01'54"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº4	Sociedade	Queda de telhado da Porto Editora	02'04"	Diferido	Negativa	Funcionários da Porto Editora	Sim	Não
PEÇA Nº5	Sociedade	Mau tempo causa estragos em Sintra	02'28"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº6	Sociedade	Tempestade Gisele em Portugal	01'04"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº7	Sociedade	Navio encalhado no Tejo moveu-se	01'20"	Diferido	Positiva	Representante da Autoridade Marítima Nacional	Sim	Não
PEÇA Nº8	Economia	Centeno analisa serviço de saúde	01'29"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde e ministro das finanças	Não	Não
PEÇA Nº9	Política	Rui Rio preocupado com o estado da saúde	01'46"	Diferido	Negativa	Bastonário da Ordem dos Médicos, profissionais de saúde e líder do PSD	Não	Não
PEÇA Nº10	Política	Currículo de deputado Barreiras Duarte sob suspeita	02'29"	Diferido	Negativa	Presidente do PSD e deputado Barreiras Duarte	Sim	Não
PEÇA Nº11	Economia	Crédito fiscal à Associação Mutualista Montepio	01'48"	Diferido	Neutra	Ministro das finanças	Sim	Não
PEÇA Nº12	Economia	Contas da Associação Montepio	02'03"	Diferido	Neutra	Representantes do Parlamento	Sim	Não
INTERVALO								
OFF Nº1	Sociedade	Prazo para limpeza de terrenos	00'44"	Direto	Neutra	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº13	Sociedade	Prazo para limpeza de terrenos	02'41"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº14	Sociedade	Agricultores pedem mais apoios	01'36"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Sim	Não
OFF Nº2	Política	Governo abre concurso para obter aeronaves de combate a incêndios	00'40"	Direto	Positiva	Representantes do Governo	Não	Não
PEÇA Nº15	Política	Relatório dos fogos de Pedrogão	02'17"	Diferido	Negativa	Representantes do Governo	Sim	Não
PEÇA Nº16	Economia	Atrasos nas verbas para obra da travessia do Tejo	02'08"	Diferido	Negativa	Ministro das finanças e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº17	Economia	Défice de 2017	02'03"	Diferido	Positiva	Primeiro-ministro	Não	Não
PEÇA Nº18	Política	Presidente da República termina visita à Grécia	02'15"	Diferido	Neutra	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA Nº19	Internacional	Morte de Stephen Hawking	03'08"	Diferido	Negativa	Stephen Hawking	Não	Não
PEÇA Nº20	Internacional	Mensagens de condolência a Stephen Hawking	02'49"	Diferido	Positiva	Stephen Hawking e líderes partidários estrangeiros	Sim	Não
OFF Nº3	Internacional	Morte de Berry Brazelton	00'27"	Direto	Negativa	Berry Brazelton	Não	Não
PEÇA Nº21	Desporto	Pinto da Costa ataca Benfica	01'37"	Diferido	Neutra	Presidente do FCP	Não	Não
OFF Nº4	Desporto	Guarda-redes FCP castigado	00'33"	Direto	Negativa	Elementos da Federação Portuguesa de Futebol	Não	Não
PEÇA Nº22	Desporto	Sporting joga na República Checa	01'52"	Diferido	Neutra	Plantel do Sporting	Não	Não
PEÇA Nº23	Desporto	Mourinho afastado da Champions	01'40"	Diferido	Negativa	Plantel do Manchester United	Não	Não
PEÇA Nº24	Desporto	Roma elimina Shakhtar	01'12"	Diferido	Neutra	Plantel da Roma e do Shakhtar	Não	Não
OFF Nº5	Desporto	Carreño-Busta no Estoril Open	00'27"	Direto	Positiva	Carreño-Busta	Não	Não
PEÇA Nº25	Política	14 de março de 2004 (celebrações 25 anos TVI)	02'11"	Diferido	Neutra	Vladimir Putin	Não	Sim
PEÇA Nº26	Internacional	23 diplomatas russos expulsos	02'16"	Diferido	Negativa	Diplomatas russos e britânicos	Não	Não
PEÇA Nº27	Internacional	Crianças e doentes retirados da Síria	02'04"	Diferido	Negativa	Sírios	Não	Não
PEÇA Nº28	Internacional	Bomba descoberta em Itália	01'21"	Diferido	Neutra	Corpo policial	Não	Não
PEÇA Nº29	Internacional	Tempestade de neve nos EUA	01'22"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº30	Sociedade	Euromilhões sai em Penafiel	01'41"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº31	Cultura	Romarias quaresmais em S. Miguel	02'12"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº32	Sociedade	Campanha contra o abandono de animais	02'12"	Diferido	Positiva	Animais	Não	Não
PEÇA Nº33	Cultura	Filme "A idade da pedra" nos cinemas	02'39"	Diferido	Neutra	Filme "A idade da pedra"	Não	Não
OFF Nº5	Cultura	Audiências da Rádio Comercial	00'30"	Diferido	Positiva	Elementos da Rádio Comercial	Sim	Não
PEÇA Nº34	Outras notícias	Comemoração dia internacional do PI	02'03"	Diferido	Neutra	Comunidade escolar	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

16 de março	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA Nº1	Desporto	Processo E-Toupeira divulgado na internet	02'13"	Diferido	Negativa	Arguidos	Sim	Não
PEÇA Nº2	Sociedade	Confirmados mais casos de sarampo	02'17"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº3	Sociedade	Hospitais apelam a campanha nacional de vacinação	02'30"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº4	Sociedade	Ameaça de bomba em Lisboa	02'04"	Diferido	Negativa	Membros da Polícia de Segurança Pública	Não	Não
OFF Nº1	Sociedade	Autoeuropa volta a parar	00'44"	Direto	Negativa	Corpo diretivo da fábrica	Sim	Não
PEÇA Nº5	Sociedade	Manifestação da função pública	02'08"	Diferido	Negativa	Trabalhadores da função pública	Não	Não
PEÇA Nº6	Sociedade	Professores do Norte em greve	01'58"	Diferido	Negativa	Representante da FENPROF e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº7	Política	Prevenção e combate a incêndios	02'40"	Diferido	Negativa	Primeiro-ministro	Sim	Não
PEÇA Nº8	Política	António Costa critica comunicação social	02'56"	Diferido	Negativa	Primeiro-ministro e TVI	Sim	Não
PEÇA Nº9	Política	Parlamento chumba proposta da rede PT na esfera pública	01'46"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Não	Não
OFF Nº2	Sociedade	Altice vende 3 mil torres	00'50"	Direto	Positiva	Profissionais do Grupo Altice	Sim	Não
PEÇA Nº10	Política	50 anos da comunidade islâmica	01'31"	Diferido	Positiva	Presidente da República	Não	Não
INTERVALO								
PEÇA Nº11	Sociedade	Mulher assassinada em Vila Real	01'31"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº12	Internacional	Navio "Betanzos" desencalhado	02'03"	Diferido	Positiva	Representante da Autoridade Marítima Nacional	Sim	Não
PEÇA Nº13	Sociedade	Vento e chuva forte de regresso	01'42"	Diferido	Negativa	Proteção Civil	Sim	Não
PEÇA Nº14	Sociedade	Escolas fechadas devido à queda de neve	01'37"	Diferido	Negativa	Comunidade escolar	Sim	Não
PEÇA Nº15	Sociedade	Limpeza de barragens em risco	01'46"	Diferido	Negativa	Representante da Associação de Agricultores e Presidente da Câmara de Alcácer do Sal	Sim	Não
PEÇA Nº16	Sociedade	Incêndio em Leça da Palmeira	01'46"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº17	Sociedade	Consumo de calmantes aumentou	02'14"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº18	Internacional	Vereadora morta a tiro no Brasil	02'32"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº19	Internacional	20 feridos em Espanha	02'09"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº20	Internacional	Ponte desabou nos EUA	02'13"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº21	Internacional	Ex-espião russo envenenado	02'48"	Diferido	Negativa	Presidente da França, Chanceler alemã e ministros	Não	Não
PEÇA Nº22	Internacional	Guerra na Síria dura há sete anos	02'28"	Diferido	Negativa	Psicóloga	Sim	Não
PEÇA Nº23	Ciência e Tecnologia	Método inovador para hérnias	02'32"	Diferido	Positiva	Profissionais de saúde	Não	Não
PEÇA Nº24	Política	Apoios para cuidadores informais em debate	02'15"	Diferido	Positiva	Representantes do Parlamento	Não	Não
PEÇA Nº25	Sociedade	Cuidadores informais sem apoios	01'53"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
OFF Nº3	Desporto	Recurso de Rúben Semedo negado	00'27"	Direto	Neutra	Rúben Semedo	Sim	Não
PEÇA Nº26	Desporto	Rui Vitória analisa luta pelo título de campeão de futebol nacional	02'01"	Diferido	Neutra	Treinador do SLB e treinador do Feirense	Sim	Não
PEÇA Nº27	Desporto	FCP defronta Boavista	02'11"	Diferido	Neutra	Treinador do FCP e treinador do Boavista	Sim	Não
OFF Nº4	Desporto	Liga Europa: Sporting-Atético de Madrid	00'29"	Direto	Neutra	Equipas que vão defrontar os quartos de final da Liga Europa	Sim	Não
OFF Nº5	Desporto	Quartos de final da Champions	00'29"	Direto	Neutra	Equipas que vão defrontar os quartos de final da Liga Europa	Sim	Não
OFF Nº6	Internacional	Turistas feridos na Geórgia	00'59"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº28	Internacional	Bebé afegão chamado Donald Trump	01'24"	Diferido	Neutra	Donald Trump e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº29	Cultura	Mercado da Ribeira premiado	03'02"	Diferido	Positiva	Mercado da Ribeira	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

18 de março	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA Nº1	Política	Barreiras Duarte demite-se	02'30"	Diferido	Negativa	Deputado Barreiras Duarte	Sim	Não
PEÇA Nº2	Sociedade	Novos casos suspeitos de sarampo	01'43"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº3	Sociedade	Explosão em Peniche	01'29"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº4	Sociedade	Agitação marítima	01'02"	Diferido	Negativa	Representante da Proteção Civil	Sim	Não
PEÇA Nº5	Sociedade	Chuva e seca	02'16"	Diferido	Negativa	Investigadores	Sim	Não
PEÇA Nº6	Internacional	Eleições na Rússia	02'10"	Diferido	Neutra	Vladimir Putin	Sim	Não
PEÇA Nº7	Internacional	Incêndio em Manila	01'35"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº8	Desporto	FCP vence déربي da Invicta	01'41"	Diferido	Neutra	Plantel do FCP	Sim	Não
PEÇA Nº9	Desporto	Conceição e a arbitragem	01'03"	Diferido	Neutra	Treinador do FCP	Sim	Não
INTERVALO								
PEÇA Nº10	Desporto	Jogadores limpam floresta	02'13"	Diferido	Positiva	Seleção portuguesa de rugby	Sim	Não
PEÇA Nº11	Sociedade	Ex-votos de Elvas	02'35"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº12	Sociedade	Contraceção hormonal	02'39"	Diferido	Positiva	Mulheres e profissionais de saúde	Não	Não
OFF Nº1	Ciência e Tecnologia	Sonda Messenger entra na órbita de Mercúrio (Celebrações 25 anos TVI)	01'02"	Direto	Positiva	Profissionais da Nasa	Não	Sim
COMENTÁRIO EXCLUSIVO DE PAULO PORTAS ALUSIVO AO CENTÉSIMO ANIVERSÁRIO DE CHAMPALIMAUD								
PEÇA Nº13	Ciência e Tecnologia	Fundação Champalimaud	03'10"	Diferido	Positiva	Elementos da Fundação Champalimaud	Sim	Não
CONTINUAÇÃO DO COMENTÁRIO DE PAULO PORTAS								
PEÇA Nº14	Cultura	Dia de São Patrício	02'00	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

20 de março	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
OFF N°1	Sociedade	Série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	01'08"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Não	Sim
PEÇA N°1	Política	Estado vai pagar 31 milhões aos familiares das vítimas mortais dos incêndios de 2017	02'23"	Diferido	Negativa	Representantes do Governo	Sim	Não
PEÇA N°2	Sociedade	Vítimas dos fogos indemnizadas	02'02"	Diferido	Negativa	Membros da Associação de Vítimas dos Incêndios de 2017	Sim	Não
PEÇA N°3	Política	Relatório sobre fogos de Outubro	02'49"	Diferido	Negativa	Representantes do Governo	Sim	Não
PEÇA N°4	Sociedade	Surto de sarampo em Portugal	01'53"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°5	Sociedade	Prevenção de surtos de sarampo	01'50"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°6	Sociedade	Orlando Figueira em liberdade	02'38"	Diferido	Neutra	Orlando Figueira	Sim	Não
PEÇA N°7	Sociedade	Proença de Carvalho comenta Fizz	02'00"	Diferido	Neutra	Proença de Carvalho	Sim	Sim
INTERVALO								
OFF N°2	Economia	Centeno pediu mais bilhetes	00'46"	Direto	Negativa	Ministro das finanças	Sim	Não
OFF N°3	Sociedade	Investigação da operação "Bug"	00'49"	Direto	Positiva	Elementos da Polícia Judiciária	Não	Não
PEÇA N°8	Sociedade	340 kg de cocaína apreendidos	01'54"	Diferido	Negativa	Elementos da Guarda Nacional Republicana	Não	Não
OFF N°4	Economia	Toys'r'us convoca credores	00'51"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°9	Economia	Empresa têxtil fecha as portas	02'14"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°10	Política	Novo secretário-geral do PSD	02'08"	Diferido	Neutra	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA N°11	Política	Cimeira para a descentralização	01'40"	Diferido	Positiva	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA N°12	Política	O humor do Presidente da República	01'06"	Diferido	Positiva	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA N°13	Internacional	Caso do ex-espião envenenado	01'24"	Diferido	Negativa	Diplomatas russos	Sim	Não
PEÇA N°14	Internacional	Nicolas Sarkozy detido	02'12"	Diferido	Negativa	Nicolas Sarkozy	Não	Não
PEÇA N°15	Internacional	Tiroteio em escola nos EUA	02'08"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
OFF N°5	Internacional	Quebra na segurança do Facebook	00'53"	Direto	Negativa	Facebook	Sim	Não
PEÇA N°16	Internacional	Produtora "Weinstein" em falência	01'26"	Diferido	Negativa	Weinstein Company	Não	Não
OFF N°6	Desporto	William Carvalho fora da seleção	00'59"	Direto	Neutra	Equipa da seleção nacional de futebol	Sim	Não
PEÇA N°17	Desporto	Gala quinas de ouro em Lisboa	02'07"	Diferido	Positiva	Cristiano Ronaldo	Não	Não
PEÇA N°18	Sociedade	Série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	12'40"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Sim
COMENTÁRIO EXCLUSIVO DE SÉRGIO FIGUEIREDO AO PRIMEIRO EPISÓDIO DA SÉRIE DE REPORTAGENS "MÃES INTERROMPIDAS"								
PEÇA N°19	Internacional	Países mais felizes do mundo	02'36"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°20	Internacional	Ranking da qualidade de vida	02'36"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°21	Cultura	Primavera começou hoje	02'09"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Não	Não
OFF N°7	Cultura	NOS PRIMAVERA SOUND	00'24"	Direto	Neutra	NOS PRIMAVERA SOUND e TVI	Não	Não
OFF N°8	Cultura	Obra "A anunciação" apresentada	00'41"	Direto	Neutra	Obra "A anunciação"	Não	Não
PEÇA N°22	Internacional	Obama visitou Cuba há dois anos (celebrações 25 anos TVI)	01'37"	Diferido	Positiva	Barack Obama	Não	Sim
PEÇA N°23	Sociedade	Igreja gera polémica em Lisboa	02'56"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum e presidente de Junta de Freguesia de Telheiras	Sim	Não
PEÇA N°24	Sociedade	Padre de freguesia onde saiu o Euromilhões pede donativo para a igreja	02'05"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Sim	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

22 de março	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
OFF N°1	Sociedade	2º episódio da série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	00'41"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Sim
OFF N°2	Sociedade	Autocarro despista-se na A6	00'37"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°1	Política	Relatório sobre fogos de Outubro	02'12"	Diferido	Negativa	Representantes do Governo	Sim	Não
PEÇA N°2	Sociedade	Relatório sobre furto em Tancos	01'56"	Diferido	Negativa	Ministério da Defesa	Sim	Não
PEÇA N°3	Política	Relatório sobre Tancos em debate	01'40"	Diferido	Negativa	Representantes do Governo	Sim	Não
PEÇA N°4	Política	Marcelo pede estratégia de combate à pobreza	01'32"	Diferido	Negativa	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA N°5	Política	Empréstimos à habitação	02'09"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA N°6	Economia	Taxa de proteção civil em Lisboa	02'04"	Diferido	Negativa	Corpo diretivo do Ministério das Finanças	Não	Não
OFF N°2	Sociedade	Silva Peneda na Altice	00'31"	Direto	Neutra	Grupo Altice	Não	Não
PEÇA N°7	Sociedade	Enfermeiros em greve de dois dias	02'03"	Diferido	Negativa	Profissionais de saúde	Sim	Não
OFF N°3	Sociedade	66 casos de sarampo confirmados	00'28"	Direto	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°8	Política	Caso Feliciano Barreiras Duarte	01'45"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Sim	Não
INTERVALO								
OFF N°4 (COM RECURSO A DIRETO)	Sociedade	Autocarro despistou-se na A6	01'46"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°9	Desporto	Atropelamento mortal na Luz	01'58"	Diferido	Negativa	Corpo diretivo do Ministério Público	Sim	Não
OFF N°5	Sociedade	340 kg de cocaína apreendidos	00'37"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°10	Sociedade	Assalto em Gondomar	00'58"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°11	Sociedade	Arguido do caso Lex suspenso	01'53"	Diferido	Negativa	Octávio Correia	Sim	Sim
PEÇA N°12	Sociedade	Fizz: Graça Proença de Carvalho	01'56"	Diferido	Negativa	Graça Proença de Carvalho	Sim	Não
PEÇA N°13	Política	Portugal assina projeto-piloto para qualificar adultos na área digital	02'24"	Diferido	Positiva	Representantes do Governo	Não	Não
OFF N°6	Internacional	Crise política na Catalunha	00'54"	Direto	Negativa	Jordi Turull	Sim	Não
PEÇA N°14	Internacional	Guerra comercial em curso	02'42"	Diferido	Negativa	Donald Trump	Não	Não
PEÇA N°15	Internacional	Facebook assume responsabilidade	02'14"	Diferido	Negativa	Marck Zuckerberg	Sim	Não
PEÇA N°16	Sociedade	2º episódio da série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	10'13"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Sim
PEÇA N°17	Internacional	Ataques à bomba nos EUA	01'33"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°18	Internacional	Atentado na Bélgica em 2016 (celebrações 25 anos TVI)	02'05"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Sim
PEÇA N°19	Internacional	Cate Blanchett apoia refugiados	01'34"	Diferido	Positiva	Cate Blanchett	Não	Não
PEÇA N°20	Desporto	Seleção prepara particulares	01'45"	Diferido	Positiva	Plantel da seleção nacional de futebol	Sim	Não
PEÇA N°21	Desporto	Escolhidos para o mundial 2018	01'53"	Diferido	Neutra	Plantel da seleção nacional de futebol	Sim	Não
PEÇA N°22	Sociedade	McNamara contra a poluição	01'59"	Diferido	Positiva	Garret McNamara	Não	Não
PEÇA N°23	Internacional	Kate em licença de maternidade	01'01"	Diferido	Neutra	Kate e William	Não	Não
PEÇA N°24	Cultura	Biografia "O príncipe rebelde"	02'21"	Diferido	Neutra	Príncipe Carlos e Camila	Não	Não
OFF N°7 (COM RECURSO A DIRETO)	Cultura	Bob Dylan atua em Lisboa	02'01"	Direto	Neutra	Bob Dylan	Não	Não
PEÇA N°25	Cultura	Rosa Cullèll e Javier Martín apresentam o livro "Lisboa, a tua e a minha"	02'07"	Diferido	Neutra	Rosa Cullèll e Javier Martín	Não	Não
PEÇA N°26	Cultura	Portugal Fashion começou hoje	01'40"	Diferido	Neutra	Representantes do Portugal Fashion	Não	Não
PEÇA N°27	Cultura	"Maria Madalena" nos cinemas	02'41"	Diferido	Neutra	Filme "Maria Madalena"	Não	Não
PEÇA N°28	Sociedade	Sobreiro português distinguido	01'47"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

24 de março	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
OFF N°1	Sociedade	Operação FIZZ: Auditoria arrasa conduta de Cândida Almeida (investigação TVI)	01'34"	Direto	Negativa	Cândida Almeida	Sim	Sim
PEÇA N°1	Sociedade	Rixa entre grupos rivais	02'15"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
OFF N°2 (COM RECURSO A DIRETO)	Sociedade	Rixa entre grupos rivais	02'03"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°2	Sociedade	Jovem em estado crítico	02'14"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°3	Sociedade	Terror em França	02'52"	Diferido	Negativa	Corpo policial	Sim	Não
PEÇA N°4	Política	Campanha de limpeza florestal	02'03"	Diferido	Negativa	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA N°5	Política	Trabalho de limpeza das matas	02'10"	Diferido	Negativa	Primeiro-ministro	Sim	Não
PEÇA N°6	Sociedade	Incêndios de outubro	02'12"	Diferido	Negativa	Elementos da Associação de vítimas	Sim	Não
OFF N°3	Sociedade	69 casos de sarampo	00'21"	Direto	Negativa	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°7	Política	Marcelo promulga lei	01'42"	Diferido	Neutra	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA N°8	Política	Taxa de rotatividade	00'49"	Diferido	Neutra	Representantes do Parlamento	Não	Não
PEÇA N°9	Política	Corrupção grupo GPS	02'21"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Sim	Sim
PEÇA N°10	Sociedade	Copiloto embriagado	01'29"	Diferido	Negativa	Profissional da TAP	Não	Não
PEÇA N°11	Sociedade	Água da base das Lajes	01'49"	Diferido	Negativa	Elementos da Força Aérea Portuguesa	Não	Não
INTERVALO								
PEÇA N°12	Sociedade	Tempestado já passou	01'20"	Diferido	Neutra	Representante do Instituto Português do Mar e da Atmosfera	Sim	Não
OFF N°4	Sociedade	Acidente em Vendas Novas	00'32"	Direto	Negativa	Militares	Não	Não
PEÇA N°13	Sociedade	Dois anos do acidente em França com 12 emigrantes portugueses	02'43"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA N°14	Outras notícias	Mudança para horário de Verão	02'03"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°15	Ciência e Tencologia	Indústria dos relógios	01'43"	Diferido	Neutra	Investigadores	Não	Não
OFF N°5	Internacional	Hora do planeta	00'36"	Direto	Positiva	Corpo profissional da Organização Internacional para a Conservação da Natureza	Não	Não
PEÇA N°16	Desporto	Seleção em Genebra	01'07"	Diferido	Positiva	Plantel da seleção nacional de futebol	Sim	Não
PEÇA N°17	Sociedade	Operação FIZZ: Auditoria arrasa conduta de Cândida Almeida (investigação TVI)	13'42"	Diferido	Negativa	Cândida Almeida	Sim	Sim
PEÇA N°18	Outras notícias	Folar de Valpaços	01'35"	Diferido	Positiva	Padeiro	Não	Não
PEÇA N°19	Outras notícias	Porco Alentejano	01'42"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°20	Outras notícias	Cozido à portuguesa especial	03'23"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°21	Outras notícias	Dia do Escanção	03'00"	Diferido	Neutra	Escanção	Não	Não
PEÇA N°22	Cultura	Festival do Contrabando	02'04"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°23	Sociedade	Último episódio da série de reportagens "Mães interrompidas" (investigação TVI)	11'06"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Sim

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

9 de abril	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA Nº1	Sociedade	Acidente com parapente no Meco	02'11"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
OFF Nº1 (COM RECURSO A DIRETO)	Sociedade	Acidente com parapente no Meco	01'49"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº2	Desporto	Crise no Sporting: Bruno de Carvalho afasta saída	02'26"	Diferido	Negativa	Direção do Sporting	Sim	Não
PEÇA Nº3	Desporto	Crise no Sporting: Bruno de Carvalho assobiado	02'22"	Diferido	Negativa	Direção do Sporting	Sim	Não
PEÇA Nº4	Desporto	Crise no Sporting: Jorge Jesus revela serenidade	02'02"	Diferido	Negativa	Direção e treinador do Sporting	Sim	Não
OFF Nº2 (COM RECURSO A DIRETO)	Desporto	Crise no Sporting	02'25"	Direto	Negativa	Plantel e direção do Sporting	Sim	Não
PEÇA Nº5	Economia	Preço dos carros poderá subir	01'45"	Diferido	Negativa	Membros da Comissão Europeia	Não	Não
PEÇA Nº6	Economia	Centeno faz lista de sucessos	01'39"	Diferido	Positiva	Representantes do Parlamento	Não	Não
INTERVALO								
PEÇA Nº7	Sociedade	Acidente com autocarro no IP2	02'16"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº8	Sociedade	Turista violada nos Açores	02'03"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº9	Sociedade	Prevenção de fogos florestais	02'22"	Diferido	Negativa	Representante da Proteção Civil e cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº10	Sociedade	Comandos vão a julgamento	02'15"	Diferido	Negativa	Militares	Sim	Não
PEÇA Nº11	Internacional	60 mortos e mais de 1000 feridos na Síria	1'57"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº12	Política	Soldados homenageados em França	02'16"	Diferido	Negativa	Presidente da República e Emanuel Macron	Não	Não
PEÇA Nº13	Sociedade	100 anos da batalha de La Lys	02'34"	Diferido	Negativa	Historiadores	Não	Não
COMENTÁRIO SEMANAL "PORQUÊ", JOSÉ MIGUEL JÚDICE								
PEÇA Nº14	Internacional	Rainhas de Espanha cúmplices	01'24"	Diferido	Positiva	Rainhas de Espanha	Sim	Não
PEÇA Nº15	Outras notícias	Judite de Sousa lança blogue	02'46"	Diferido	Neutra	Judite de Sousa	Não	Não
PEÇA Nº16	Outras notícias	Juditedesousa.pt apresentado	04'40"	Diferido	Neutra	Judite de Sousa	Sim	Não
PEÇA Nº17	Outras notícias	A "Herdeira" em Viana do Castelo	02'25"	Diferido	Neutra	Elenco da novela	Não	Não
OFF Nº2	Desporto	Crise no Sporting: Em debate na TVI24	00'38"	Direto	Negativa	Comentadores desportivos da TVI	Sim	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

11 de abril	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA Nº1	Internacional	EUA preparam ataque na Síria	02'56"	Diferido	Negativa	Donald Trump	Não	Não
ILUSTRAÇÃO DA DISTRIBUIÇÃO DAS FORÇAS NO TERRENO SÍRIO								
PEÇA Nº2	Sociedade	Polémica no hospital de São João	02'26"	Diferido	Negativa	Elementos da Administração hospitalar e da construtora	Sim	Não
PEÇA Nº3	Política	Pediatria sem condições no Porto	00'55"	Diferido	Negativa	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA Nº4	Economia	Centeno garante obras no São João	02'35"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA Nº5	Política	Marcelo não quer crise política	02'08"	Diferido	Negativa	Presidente da República	Não	Não
PEÇA Nº6	Política	Costa recusa crise política	02'02"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA Nº7	Política	Tensões à esquerda	02'19"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA Nº8	Política	Fim da penalização das reformas	01'54"	Diferido	Negativa	Representantes do Parlamento	Não	Não
INTERVALO								
PEÇA Nº9	Internacional	Desastre aéreo na Argélia	02'08"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
OFF Nº1	Desporto	Processos retirados a jogadores	01'02"	Direto	Positiva	Plantel e direção do Sporting	Sim	Não
PEÇA Nº10	Desporto	Sporting recebe Atlético de Madrid	01'59"	Diferido	Neutra	Plantel do Sporting	Sim	Não
PEÇA Nº11	Desporto	Contas do Sporting em risco	01'49"	Diferido	Negativa	Direção do Sporting	Sim	Não
PEÇA Nº12	Desporto	Clássico com lotação esgotada	02'02"	Diferido	Positiva	Plantel do FCP e do SLB	Não	Não
PEÇA Nº13	Sociedade	Homicídio de bebé em Corroios	02'04"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº14	Sociedade	Buscas na praia do Meco	01'44"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
OFF Nº2	Sociedade	Incêndio em armazém na Amadora	00'25"	Direto	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº15	Sociedade	Médicos mantêm greve em maio	01'25"	Diferido	Negativa	Elementos do Sindicato e do Ministério da Saúde	Sim	Não
PEÇA Nº16	Sociedade	Maus-tratos em Viana do Castelo	01'26"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº17	Sociedade	Julgamento do processo FIZZ	02'01"	Diferido	Negativa	Orlando Figueira	Sim	Não
PEÇA Nº18	Sociedade	Guardas protestam em Coimbra	01'44"	Diferido	Negativa	Guardas prisionais	Não	Não
PEÇA Nº19	Economia	Crédito à habitação aumenta	02'01"	Diferido	Positiva	Direção do Banco de Portugal	Não	Não
PEÇA Nº20	Sociedade	Queixas sobre acusações "falsas"	02'14"	Diferido	Negativa	Profissionais da Ryanair	Sim	Não
PEÇA Nº21	Sociedade	Cuidados paliativos pediátricos	02'35"	Diferido	Positiva	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº22	Sociedade	Apoio a crianças com cancro	02'02"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº23	Ciência e Tecnologia	Pérola inovadora substitui gotas	02'05"	Diferido	Positiva	Investigadores	Não	Não
PEÇA Nº24	Outras notícias	A origem de Santo António	01'48"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº25	Outras notícias	Restaurante "D'bacalhau" premiado	02'35"	Diferido	Neutra	Chef de restaurante	Não	Não
PEÇA Nº26	Ciência e Tecnologia	Cimeira da National Geographic em Lisboa	02'38"	Diferido	Positiva	Profissionais da National Geographic	Não	Não
PEÇA Nº27	Internacional	Casamento real britânico em maio	01'57"	Diferido	Neutra	Família real	Sim	Não
PEÇA Nº28	Internacional	Mariah Carey assume bipolaridade	01'49"	Diferido	Neutra	Mariah Carey	Não	Não
PEÇA Nº29	Outras notícias	M80 lança 11 rádios na internet	02'21"	Diferido	Positiva	Representantes da M80	Não	Não
PEÇA Nº30	Cultura	Antestreia do "Soldado Milhões"	02'36"	Diferido	Neutra	Filme "Soldado Milhões"	Não	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

13 de abril	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
OFF Nº1	Sociedade	Investigação TVI: "Máfia do Pinhal"	00'58"	Direto	Negativa	Madeireiros	Sim	Sim
OFF Nº2	Economia	Programa de estabilidade	00'59"	Direto	Negativa	Ministro das finanças	Não	Não
PEÇA Nº1	Política	Tensão na "geringonça"	00'56"	Diferido	Negativa	Primeiro-ministro	Sim	Não
PEÇA Nº2	Política	PR reduz tensão provocada pelo programa de estabilidade	00'39"	Diferido	Negativa	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA Nº3	Política	Nova lei da identidade de género	01'56"	Diferido	Neutra	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA Nº4	Política	Novo calendário de incêndios	02'25"	Diferido	Neutra	Primeiro-ministro	Sim	Não
PEÇA Nº5	Sociedade	Tornado em Albufeira	02'01"	Diferido	Negativa	Corporação de bombeiros e representante do Instituto Português do Mar e da Atmosfera	Não	Não
PEÇA Nº6	Sociedade	Carros apreendidos no Porto	01'47"	Diferido	Negativa	Elementos da Polícia de Segurança Pública	Não	Não
PEÇA Nº7	Sociedade	Lisboa vai ter mais radares	01'25"	Diferido	Positiva	Representantes da Câmara Municipal de Lisboa	Não	Não
PEÇA Nº8	Internacional	Crise síria sem fim à vista	01'20"	Diferido	Negativa	Representantes da Organização das Nações Unidas	Sim	Não
PEÇA Nº9	Desporto	Clássico na Luz com casa cheia	01'20"	Diferido	Positiva	Elementos da Polícia de Segurança Pública	Sim	Não
INTERVALO								
PEÇA Nº10	Sociedade	Investigação TVI "O Segredo dos Deuses": violação do segredo de justiça leva a queixa criminal	08'46"	Diferido	Negativa	Ministério Público e cidadão-comum	Sim	Sim
COMENTÁRIO EXCLUSIVO DE SÉRGIO FIGUEIREDO AOS DESENVOLVIMENTOS DA INVESTIGAÇÃO TVI "O SEGREDO DOS DEUSES"								
PEÇA Nº11	Sociedade	Investigação TVI: "Máfia do Pinhal"	36'06"	Diferido	Negativa	Madeireiros	Sim	Sim

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

15 de abril	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA Nº1	Desporto	FCP vence Benfica por 1-0	01'40"	Diferido	Neutra	Plantel do FCP e do SLB	Sim	Não
OFF Nº1 (COM RECURSO A DIRETO)	Desporto	FCP vence Benfica por 1-0	02'18"	Direto	Neutra	Adeptos portistas	Sim	Não
COMENTADORES DA TVI SOBRE A VITÓRIA DO FCP FRENTE AO SLB								
OFF Nº2 (COM RECURSO A DIRETO)	Desporto	FCP vence Benfica por 1-0	02'30"	Direto	Neutra	Adeptos benfiquistas	Sim	Não
PEÇA Nº2	Desporto	Manchester City campeão	00'48"	Diferido	Neutra	Plantel do Manchester City	Sim	Não
PEÇA Nº3	Internacional	Crise síria	02'24"	Diferido	Negativa	Vladimir Putin e Donald Trump	Sim	Não
PEÇA Nº4	Internacional	Manifestação em Barcelona	01'47"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº5	Política	Políticas na Europa	02'06"	Diferido	Negativa	Presidente da República	Não	Não
PEÇA Nº6	Política	Congresso da JSD	02'16"	Diferido	Neutra	Representantes da Juventude Social Democrata	Não	Não
PEÇA Nº7	Economia	Aumento nas pensões	01'26"	Diferido	Positiva	Pensionistas	Não	Não
OFF Nº3	Economia	Parcerias publico-privadas	00'36"	Direto	Neutra	Representantes do Governo	Não	Não
PEÇA Nº8	Sociedade	Entrada do novo bispo no Porto	01'44"	Diferido	Neutra	Diocese do Porto	Não	Não
PEÇA Nº9	Desporto	Portugal a correr em Monção	02'05"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
INTERVALO								
OFF Nº4	Desporto	Confrontos após clássico na Luz	08'08"	Direto	Negativa	Adeptos e elementos da Polícia de Segurança Pública	Sim	Não
PEÇA Nº10	Desporto	Estudo sobre anatomia de Ronaldo	02'47"	Diferido	Positiva	Cristiano Ronaldo	Não	Não
PEÇA Nº11	Sociedade	Homicídio em Valpaços	01'28"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Sim	Não
PEÇA Nº12	Sociedade	Repórter TVI: "Máfia do Pinhal"	02'14"	Diferido	Negativa	Elementos da associação de bombeiros	Sim	Não
PEÇA Nº13	Internacional	Angelina Jolie distinguida	01'44"	Diferido	Neutra	Angelina Jolie	Não	Não
PEÇA Nº14	Internacional	Isabella Rossellini volta a ser a cara de uma marca francesa aos 65 anos	05'10"	Diferido	Neutra	Isabella Rossellini e Jane Fonda	Não	Não
RÚBRICA SEMANAL "A MINHA É MELHOR QUE A TUA"								

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

17 de abril	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA N°1	Política	Marcelo no parlamento espanhol	03'04"	Diferido	Positiva	Presidente da República	Não	Não
PEÇA N°2	Política	Acordos entre governo e PSD	01'52"	Diferido	Positiva	Representantes do Governo	Não	Não
OFF N°1	Economia	Aumentos na função pública	00'59"	Direto	Positiva	Ministro das finanças	Não	Não
PEÇA N°3	Política	Reembolsos de viagens polémicas	02'01"	Diferido	Neutra	Representantes do Parlamento	Sim	Não
PEÇA N°4	Sociedade	Criança de 7 anos retirada à mãe	01'29"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°5	Sociedade	Rede de tráfico humano condenada	02'33"	Diferido	Positiva	Advogados	Sim	Não
INTERVALO								
PEÇA N°6	Sociedade	Sede da RTP alvo de buscas	02'13"	Diferido	Negativa	Direção da RTP	Não	Não
PEÇA N°7	Sociedade	12 detidos por tráfico de droga	01'49"	Diferido	Positiva	Elementos da Polícia de Segurança Pública	Não	Não
OFF N°2 (COM RECURSO A DIRETO)	Política	Marcelo em Espanha	04'17"	Direto	Positiva	Presidente da República	Sim	Não
PEÇA N°8	Sociedade	Agente da PSP absolvido	01'52"	Diferido	Neutra	Elementos da Polícia de Segurança Pública	Sim	Não
PEÇA N°9	Política	Doutoramento de Barreiras Duarte	00'49"	Diferido	Negativa	Deputado Barreiras Duarte	Sim	Não
PEÇA N°10	Sociedade	Congelamento de carreiras	01'46"	Diferido	Negativa	Corpo policial e militares	Não	Não
PEÇA N°11	Economia	Aumentos na função pública	01'57"	Diferido	Positiva	Ministro das finanças	Sim	Não
PEÇA N°12	Economia	Programa de apoio à habitação	02'10"	Diferido	Positiva	Representantes do Governo	Não	Não
PEÇA N°13	Sociedade	Manifestação na Jerónimo Martins	02'07"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°14	Economia	Cobrança de imposto petrolífero	02'10"	Diferido	Negativa	Revendedores de combustível	Não	Não
PEÇA N°15	Sociedade	Mudanças em educação física	01'57"	Diferido	Neutra	Representantes da Associação de Pais	Não	Não
PEÇA N°16	Internacional	Ataques deixam Síria em alerta	02'18"	Diferido	Negativa	Representantes da Organização das Nações Unidas	Sim	Não
PEÇA N°17	Internacional	Intervenção na Síria criticada	02'04"	Diferido	Negativa	Emanuel Macron e Marisa Matias	Sim	Não
PEÇA N°18	Internacional	Primeira pivô transgénero na televisão do Paquistão	02'23"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°19	Internacional	Massacre em Dili há 19 anos (Celebrações 25 anos TVI)	01'34"	Diferido	Negativa	Milícia	Não	Sim
PEÇA N°20	Desporto	Jogo Sporting-FCP	01'59"	Diferido	Neutra	Treinador do Sporting	Sim	Não
PEÇA N°21	Desporto	Sérgio Conceição ambicioso	01'38"	Diferido	Neutra	Treinador do FCP	Sim	Não
PEÇA N°22	Desporto	Adeptos leoninos criticados	01'47"	Diferido	Negativa	Direção e adeptos do Sporting	Sim	Não
COMENTADORES DA TVI SOBRE "CRISE NO SPORTING"								
PEÇA N°23	Desporto	2ª mão: Caldas - Desp. Aves	01'36"	Diferido	Neutra	Plantel do Caldas e do Desportivo das Aves	Sim	Não
PEÇA N°24	Desporto	Polémica com Maniche na Madeira	01'33"	Diferido	Negativa	Representante da Associação Desportiva da Camacha	Não	Não
PEÇA N°25	Ciência e Tecnologia	Enzima que "devora" plástico	01'42"	Diferido	Positiva	Investigadores	Não	Não
PEÇA N°26	Sociedade	Plástico no mar gera preocupação: Quercus junta-se à campanha da Organização do Ambiente	02'18"	Diferido	Positiva	Representantes da Quercus	Sim	Não

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

19 de abril	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
OFF N°1	Sociedade	"O Segredo dos Deuses": novo episódio (investigação TVI)	01'45"	Direto	Negativa	Membros da IURD e cidadão-comum	Sim	Sim
PEÇA N°1	Política	Reposição de salários divide PSD	02'00	Diferido	Negativa	Representantes do Partido Social Democrata	Sim	Não
PEÇA N°2	Política	Novas propostas para habitação	02'07"	Diferido	Neutra	Representantes do Parlamento	Não	Não
PEÇA N°3	Sociedade	Homem baleado em Felgueiras	01'51"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°4	Sociedade	Barco naufragou na Parede	01'38"	Diferido	Negativa	Representante da Autoridade Marítima Nacional	Não	Não
PEÇA N°5	Sociedade	Perigo nas estradas portuguesas	01'45"	Diferido	Negativa	Representante da Autoridade Nacional de Segurança Rodoviária	Não	Não
PEÇA N°6	Sociedade	16 detidos ouvidos em Sintra	01'48"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA N°7	Sociedade	Espaços para consumo de droga	01'53"	Diferido	Positiva	Representantes do Serviço de Intervenção de Comportamentos Aditivos e Dependências	Não	Não
PEÇA N°8	Sociedade	Droga incinerada em Lisboa	01'35"	Diferido	Negativa	Elementos da Polícia judiciária	Não	Não
PEÇA N°9	Sociedade	Combate ao tráfico de pessoas	01'36"	Diferido	Negativa	Elementos do Serviço de Estrangeiros e Fronteiras	Não	Não
PEÇA N°10	Economia	Negócio Santa Casa/Montepio	02'00"	Diferido	Neutra	Ministro das finanças e representantes do parlamento	Sim	Não
PEÇA N°11	Política	Programa de estabilidade	01'46"	Diferido	Neutra	Representantes do Parlamento	Sim	Não
OFF N°2	Economia	Negócio Altice/Media Capital	00'39"	Direto	Neutra	Grupo Altice e Direção da Media Capital	Sim	Não
INTERVALO								
PEÇA N°12	Desporto	Sporting na final da taça	01'44"	Diferido	Neutra	Plantel do Sporting e do FCP	Sim	Não
PEÇA N°13	Desporto	Treinadores em desacordo	01'24"	Diferido	Negativa	Treinador do FCP e do SCP	Sim	Não
PEÇA N°14	Desporto	Retorno ao banco de suplentes	01'50"	Diferido	Neutra	Presidente e treinador do SCP	Sim	Não
OFF N°3	Desporto	Sporting quer até 60 milhões	00'36"	Direto	Neutra	SAD leonina	Sim	Não
PEÇA N°15	Desporto	FIFA multa Sporting e Benfica	01'51"	Diferido	Negativa	Plantel do Sporting e do Benfica	Sim	Não
PEÇA N°16	Internacional	Novo presidente de Cuba	02'26"	Diferido	Neutra	Representantes do governo cubano	Não	Não
PEÇA N°17	Internacional	Crise Síria sem fim à vista	02'36"	Diferido	Negativa	Pentágono	Sim	Não
PEÇA N°18	Internacional	Presidente dos EUA reage ao caso com atriz pornográfica	01'46"	Diferido	Neutra	Donald Trump	Não	Não
PEÇA N°19	Internacional	Liderança da Commonwealth	02'26"	Diferido	Neutra	Rainha Isabel II e Príncipe Carlos	Não	Não
COMENTÁRIO DE ALEXANDRA BORGES SOBRE O NOVO EPISÓDIO DA INVESTIGAÇÃO "O SEGREDO DOS DESUES"								
PEÇA N°20	Sociedade	"O Segredo dos Deuses": novo episódio (investigação TVI)	25'11"	Diferido	Negativa	Membros da IURD e cidadão-comum	Sim	Sim

A seleção de notícias da TVI na era da abundância informativa
Os critérios que definem o agendamento do *Jornal das 8*

21 de abril	TEMÁTICA	ASSUNTO	DURAÇÃO	FORMA	TENDÊNCIA	AGENTES NOTICIOSOS EM DESTAQUE	DESENVOLVIMENTO DE NOTÍCIAS ANTERIORES	EXCLUSIVOS
PEÇA Nº1	Política	Costa afasta bloco central	01'50"	Diferido	Neutra	Primeiro-ministro	Não	Não
PEÇA Nº2	Política	Acordos entre PSD e Governo	02'09"	Diferido	Neutra	Presidente do PSD	Não	Não
OFF Nº1	Política	Acordos governo e PSD	00'39"	Direto	Neutra	Jerónimo Sousa	Sim	Não
PEÇA Nº3	Política	Lei de bases da saúde	00'50"	Diferido	Neutra	Catarina Martins	Não	Não
OFF Nº2	Política	Marcelo prepara veto: lei da mudança de género	00'40"	Direto	Neutra	Presidente da República	Sim	Não
OFF Nº3	Economia	DBRS sobre "rating" de Portugal	00'38"	Direto	Neutra	Estudo da DBRS	Não	Não
PEÇA Nº4	Política	Moção política ao Congresso	01'03"	Diferido	Positiva	Primeiro-ministro	Não	Não
PEÇA Nº5	Sociedade	Caso EDP	02'01"	Diferido	Negativa	Manuel Pinho	Sim	Não
OFF Nº4	Economia	Contas bancárias de Ricardo Salgado arrestadas	00'16"	Direto	Negativa	Ricardo Salgado	Sim	Não
OFF Nº5	Desporto	Benfica joga em casa do Estoril	00'34"	Direto	Neutra	Plantel do Benfica	Sim	Não
PEÇA Nº6	Desporto	Jorge Jesus e o balanço da época	01'35"	Diferido	Neutra	Treinador do Sporting	Sim	Não
OFF Nº6	Desporto	Renovação de Ronaldo em marcha	00'45"	Direto	Neutra	Cristiano Ronaldo	Não	Não
PEÇA Nº7	Internacional	Coreia do Norte anuncia suspensão de testes nucleares	02'32"	Diferido	Positiva	Líder norte-coreano	Sim	Não
INTERVALO								
PEÇA Nº8	Sociedade	Incêndio na baixa do Porto	01'28"	Diferido	Negativa	Corporação de bombeiros e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº9	Economia	Imóveis com preços históricos	01'59"	Diferido	Negativa	Consultor imobiliário	Não	Não
PEÇA Nº10	Economia	Bairros mais caros de Lisboa	02'18"	Diferido	Negativa	Consultor imobiliário	Não	Não
PEÇA Nº11	Sociedade	Condução segura: ação de sensibilização para motociclistas	02'42"	Diferido	Positiva	Representante da GNR e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº12	Ciência e Tecnologia	Mobilidade em Lisboa: novo serviço de "car-sharing"	02'50"	Diferido	Positiva	Representante da EMOV	Não	Não
OFF Nº7	Sociedade	Mau tempo: Abril águas mil	00'21"	Direto	Negativa	Representante da Proteção Civil	Não	Não
PEÇA Nº13	Sociedade	Sol de pouca dura	01'45"	Diferido	Negativa	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº14	Outras notícias	Feira outlet Lisboa	01'31"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº15	Sociedade	Morreu Avicii	02'59"	Diferido	Negativa	Avicii	Não	Não
OFF Nº8	Internacional	Isabel II faz 92 anos	00'45"	Direto	Positiva	Rainha Isabel II	Não	Não
PEÇA Nº16	Ciência e Tecnologia	Namorado sombra: empresa japonesa tem solução para mulheres que têm medo de viver sozinhas	01'46"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº17	Ciência e Tecnologia	Benefícios do café	02'05"	Diferido	Positiva	Profissionais de saúde e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº18	Outras notícias	Feira do queijo e do vinho	02'20"	Diferido	Neutra	Produtores e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº19	Outras notícias	S. Miguel: Bife à regional	01'51"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº20	Outras notícias	Dia da Tubra	02'18"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº21	Outras notícias	Mercado Medieval de Almodôvar	02'16"	Diferido	Neutra	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº22	Outras notícias	Brinquedos antigos em Lisboa	02'05"	Diferido	Neutra	Colecionadores	Não	Não
PEÇA Nº23	Ciência e Tecnologia	Colégio organiza "Lan Party" com inscrições pagas com alimentos	02'39"	Diferido	Positiva	Alunos de informática	Não	Não
PEÇA Nº24	Sociedade	Jóias de vidro: projeto de portuguesa está a mudar a vida das mulheres da Ilha do Príncipe	06'27"	Diferido	Positiva	Cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº25	Cultura	Concerto dos Modern Talking em Lisboa	03'55"	Diferido	Neutra	Thomas Anders e cidadão-comum	Não	Não
PEÇA Nº26	Cultura	Novo disco de Carolina Deslandes	02'55"	Diferido	Neutra	Carolina Deslandes	Não	Não
MINI-CONCERTO DE CAROLINA DESLANDES NO ESTÚDIO DO JORNAL DAS 8								