

## O PAP: A DÉCADA EM QUE O ENTRETENIMENTO CONQUISTOU O ESPAÇO DA INFORMAÇÃO

*Felisbela Lopes*

Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho

1993 é o ano em que o Panorama Audiovisual Português (PAP) integra um novo canal de televisão em aberto: a TVI. Trata-se da segunda estação privada, que se junta à SIC, que iniciara as suas emissões em Outubro de 1992, e ao operador público quase com 40 anos de existência. Ao longo de uma década, a programação televisiva passou por várias alterações. Uma das mais significativas será a progressiva ocupação do horário nobre por parte do entretenimento e o consequente esvaziamento que essa franja regista no que diz respeito às elites (políticas, culturais, sociais...) mais vocacionadas para participar em programas de informação que, ao longo dos anos, vão sendo excluídos das estações generalistas, nomeadamente das privadas. Neste texto, perspectivamos estas mudanças centrados em dois anos: 1993 e 2003. A década em que a televisão que emite em sinal aberto se tornou praticamente sinónimo de diversão.

### 1 1993: OPÇÕES PARA A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DO PANORAMA AUDIOVISUAL PORTUGUÊS

O ano de 1993 é marcado pelo início das emissões da TVI, a segunda estação privada que se evidencia pela sua ligação à Igreja católica. A RTP apresenta, nesse ano, uma programação competitiva, resultante de uma ideia de serviço público que se concentra, sobretudo, no cumprimento de um conjunto de obrigações do qual está excluído o modelo de programação. A SIC tenta, sem sucesso ao nível do «share», estratégias que abrem confronto com a TV pública, mas, apesar de a sua grelha não reunir substanciais índices de audimetria, este canal propõe formatos televisivos inovadores.

#### *1.1 RTP: uma certa ideia de serviço público de televisão*

A RTP opta, nos primeiros tempos de coabitação com os canais privados, por uma política de confronto que se torna visí-

vel ao nível dos conteúdos. No entanto, os respectivos responsáveis apresentam um discurso que insiste em desligar o seu trabalho de uma lógica concorrencial, referindo o serviço público como um conjunto de obrigações fixadas pelo Contrato de Concessão do Serviço Público, celebrado, em Março desse ano, entre o Estado e a RTP.

Antes do aparecimento da SIC a 6 de Outubro de 1992, a RTP coloca no ar um «spot» em que da barriga de uma mulher nasce uma televisão. Não se trata de mera retórica. Um mês antes da entrada em funcionamento do primeiro canal privado de televisão, a RTP apresenta uma grelha para a temporada de Outono/Inverno cheia de novos programas. Numa entrevista concedida ao *Público* (13 de Setembro de 1992), o director-coordenador dos Programas e Informação da RTP diz que o orçamento previsto para esse ano destinado às áreas de informação e programação da RTP ronda os 16 milhões de contos, três milhões dos quais são para a informação e para o desporto<sup>1</sup>. Ao contrário do director da SIC, que fala da sua programação em termos de «confronto» com a TV pública, José Eduardo Moniz assume um discurso isolado das mudanças que se avizinham para o PAP: «Estamos preocupados connosco. Não estamos contra ninguém», garante. À desvalorização da concorrência, Moniz contrapõe a preocupação com o aumento das audiências, assegurando que «não faz sentido haver uma estação de serviço público que não seja capaz de chegar aos seus espectadores» (*Público*, 13 de Setembro de 1992). Justificava-se, assim, a natureza «popular» da RTP. Um ano depois, deparamo-nos novamente com o mesmo quadro.

Embora os programas informativos continuem a ter um espaço assinalável nas grelhas da RTP, nomeadamente no Canal 1, em 1993 a aposta em horário nocturno divide-se por três géneros: as telenovelas brasileiras, as «sitcoms» e os programas de apanha-

1. A SIC arranca a 6 de Outubro de 1992 com um investimento inicial de seis milhões de contos, aumentado nos meses seguintes devido, segundo o presidente do Conselho de Administração do canal, ao facto de as receitas publicitárias ficarem aquém do esperado (*Se7e*, 30 de Setembro de 1993).

dos. É, aliás, dos dois primeiros géneros que saem os programas mais vistos nesse ano. No que diz respeito à informação não-diária, há uma certa preocupação em reservar-lhe algum espaço no horário nobre, particularmente à terça-feira, quinta-feira e domingo, juntando-se, posteriormente, o serão de sábado. Em Setembro, juntam-se dois novos «talk-shows», ambos apresentados por jornalistas.

### 1.2 SIC: uma programação de confronto com o Canal 1

Apenas com três meses de existência, a SIC inicia o ano de 1993 com «shares» pouco expressivos, sendo ainda bem longo o caminho a percorrer para cumprir os objectivos traçados: alcançar a estação de maior audiência (o que aconteceria no ano seguinte). Enquanto os responsáveis da Quatro falam do seu canal em termos de «alternativa», a SIC assumiu, mesmo antes de iniciar as suas emissões, a estratégia de «confronto» com o Canal 1 da RTP, que Pinto Balsemão encara como o «verdadeiro adversário» (*Público*, 24 de Setembro de 1992). Assegurando que «com menos duas horas de emissão (a SIC) produz mais informação do que o Canal 1 da RTP», o director de Informação e Programação da SIC garante que a informação da sua televisão «e muito mais credível (do que a da TV pública)» e promotora de uma inovação na forma de fazer jornalismo. Um dos exemplos apontados é *Praça Pública*, um programa diário vocacionado para tratar do ponto de vista jornalístico problemas sociais (*Público*, 6 de Dezembro de 1992). A informação foi, de facto, uma das apostas assumidas ainda a SIC estava em projecto. Sinal disso foi o facto de a abertura do canal, a 6 de Outubro de 1992, ter sido feita com um noticiário cujo pivot de lançamento da primeira notícia foi: «Estudantes em luta contra as propinas». Estava dado o mote de um jornalismo interventivo, grande parte dele feito à revelia das fontes institucionais.

Embora não deixando de privilegiar a informação, no primeiro ano de funcionamento da estação privada quem ditou as estratégias de programação foram as telenovelas da Rede Globo. Refira-se a promoção, feita em Novembro de 1992, à novela *De*

*Corpo e Alma*, que desencadeou, aliás, o primeiro grande confronto de contra-programação do Canal 1, que, na noite de 15 de Novembro, antecipou inesperadamente a estreia da sua novela *Pedra sobre Pedra* a fim de desviar a atenção das audiências da SIC (Lopes, 2000). Acrescente-se ainda a mudança de horário do *Jornal da Noite*, que, em Junho de 1993, andou a reboque da programação estipulada para uma outra novela, desta vez *Renascer*. A tática era obrigar os telespectadores a escolherem entre a RTP e a SIC que, a determinadas horas, emitiam programas do mesmo género televisivo («telejornal contra telejornal e novela contra novela») ou dividir audiências («telejornal contra novela»). A par das novelas, a SIC tenta explorar um tipo de programação pouco adoptada por outros canais. Exemplo disso são os programas eróticos. Paralelamente a emissões mais ousadas, esta estação privada introduziu formatos que revolucionaram alguns conteúdos televisivos. Em 1993, destaca-se o *Chuva de Estrelas*, estreado em Outubro e que foi o programa mais visto do ano.

No que diz respeito à informação semanal, a SIC introduziu formatos que vieram dar conferir outros traços ao jornalismo. No campo desportivo, conseguiu contornar a exclusividade da TV pública no que diz respeito à transmissão de jogos de futebol, criando um programa de debate, *Donos da Bola*, que, ao longo do tempo, marcou parte da agenda do desporto futebolístico. Para discutir/criar a actualidade noticiosa, promoveram-se debates e entrevistas (*Conta Corrente*, *Terça à Noite*, *Conversas Curtas*). A estes programas de informação geral, juntaram-se outros temáticos: *Internacional SIC*, para assuntos que ocorriam fora de fronteiras; *Tostões e Milhões*, para temas económicos; e *Casos de Polícia*, para destacar factos onde a justiça e a segurança estavam em causa. Paralelamente a um jornalismo que trata quer o colectivo para reflectir o individual, quer o pessoal para perceber aquilo que é comum, reserva-se também um espaço para a voz individual cujo testemunho vale por si. Referimo-nos aos programas de Paula Moura Pinheiro, o *Sexo Forte* e, posteriormente, *O Pecado Mora Aqui*.

### 1.3 TVI: a influência das instituições religiosas

A natureza católica é a marca mais visível do quarto canal nos seus primórdios. Criada como uma sociedade anónima, a TVI conta, entre os seus accionistas, com importantes instituições ligadas à Igreja (a Rádio Renascença, a Universidade Católica Portuguesa e a União das Misericórdias são três de vários exemplos). Essa identidade religiosa da estação evidencia-se no logótipo em que o número «quatro» não serve apenas para assinalar o canal, mas também para marcar a conhecida Cruz de Cristo. Ainda que a ligação a instituições religiosas seja uma realidade, nota-se uma preocupação permanente em traçar uma fronteira entre a natureza dos accionistas e a actividade a desenvolver pelos trabalhadores da estação, nomeadamente por parte dos jornalistas. Todavia, a ligação à doutrina social da Igreja é clara e a atenção aos assuntos religiosos evidencia-se, desde logo, ao ser criada uma editoria específica para a religião.

Ao contrário da SIC, que faz das novelas brasileiras uma aposta da tira diária do horário nobre, a TVI opta por uma novela portuguesa (*Telhados de Vidro*) e por outra venezuelana (*Lágrimas*). Paralelamente ao cinema, a oferta da estação centra-se em programas produzidos em Portugal. A partir da temporada Outono/Inverno de 1993, nota-se alguma renovação, resultante essencialmente da entrada de dois profissionais da RTP, Manuel Luís Goucha e Artur Albarran. O primeiro torna-se o responsável por *Momentos de Glória*, um programa de entretenimento que a Quatro anuncia como uma grande aposta do horário nobre; o segundo é colocado à frente de um debate semanal ao qual é dado o nome do jornalista. A estes dois programas juntam-se ainda, na área do entretenimento, a telenovela brasileira *Rosa Baiana* (uma produção da TV Bandeirantes), uma outra venezuelana (*Topázio*) e o concurso *Queridos Inimigos*.

Em termos de informação não-diária, há um número razoável de programas que percorre (quase) todo o ano de 1993, embora com permanentes mudanças horárias. É o caso dos formatos de desporto, que se reparte entre o futebol (*Prolongamento*), desportos

radicais (*Na Maior*) e as modalidades automóveis (*Quarta a Fundo e Telemotor*). No primeiro semestre do ano, salientam-se ainda um magazine que se centra numa figura do chamado «jet set» (*Olhares*) e um formato voltado para as novidades do universo da informática, nomeadamente jogos electrónicos (*Janelas Virtuais*). No que diz respeito a debates, a Quatro coloca no ar *Referendo*, um programa feito em colaboração com a Universidade Católica (uma das principais accionistas do canal) e apresentado por Graça Franco; e *Frontal*, um programa conduzido pelos jornalistas Paula Magalhães e Jorge Nuno Oliveira. Em Outubro, desaparecem da grelha estes dois últimos debates e *Olhares*, surgindo, por outro lado, um programa religioso apresentado por um jesuíta (*Caixa de Perguntas*), uma emissão vocacionada para notícias regionais (*País Real*) e um debate generalista (*Artur Albarran*).

#### 1.4 Algumas tendências da informação não-diária em 1993

Há vários estudos, europeus e norte-americanos, que demonstram que a programação televisiva, principalmente em horário nobre, está ao serviço não daquilo que é importante para o público, mas daquilo que faz reverter audiências e, consequentemente, receitas publicitárias para o canal. Informação incluída. Em *Inside Prime Time*, Todd Gitlin – para além de apresentar a televisão como um agente de controlo e coacção, que molda percepções, estrutura expectativas e neutraliza uma acção real sobre os factos – constata que os programas são valorizados na justa medida do seu potencial de venda aos anunciantes. Estudando as grelhas de programação entre as 20h e as 23h, este professor de Jornalismo e Sociologia da Columbia University reiterou aquilo que, anos antes, Adorno havia defendido: os canais de TV uniformizavam a oferta televisiva tanto ao nível do conteúdo como da forma, com a finalidade de atrair o maior índice de audiência que garantisse a presença dos anunciantes. Cumpria-se, assim, a lógica do mercado do sistema capitalista. Esta força do paradigma económico encontra uma grande rentabilidade na lógica funcional dos canais generalistas posta em prática em 1993.

Neste período, os três canais generalistas tenderam a alterar os horários de programas que não apresentavam as audiências esperadas. Os directores do Canal 1, da SIC e da TVI – uns mais do que outros, é certo – ensaiam estratégias de programação que visam, acima de tudo, rentabilizar índices audimétricos. O que significa que, no primeiro ano de coabitação dos sectores público e privado, a informação constituía uma área através da qual se pretendia atrair a atenção do público para determinado segmento horário. As tácticas começavam logo na concepção do formato, pensado estrategicamente para determinado horário. Essa cumplicidade com as audiências e, conseqüentemente, com os anunciantes foi, por vezes, reconhecida pelos próprios jornalistas com funções de apresentadores<sup>2</sup>. Se um programa não resultava em termos de aceitação do público, a opção feita acabava por ser a sua exclusão da grelha. Não se tratará, pois, de uma novidade lusa.

Elegendo a política como tema central e os políticos como interlocutores privilegiados, os debates emitidos em 1993 ocuparam um tempo substancial do horário nobre dos canais generalistas, constituindo-se como um espaço de reprodução de uma certa ideologia dominante. Aos políticos juntam-se especialistas que, de certa forma, deslocalizaram as emissões da área da persuasão (intrínseca ao discurso político) para a do saber e, com a sua presença, contribuíram para uma maior diversidade daqueles a quem se dá o direito à palavra. Com uma valorização clara das profissões que encontram no discurso público um vector estruturante do seu trabalho (detentores de cargos de relevância, académicos, juristas...), os debates dão sempre prioridade a pessoas conhecidas do ponto de vista mediático. Todos os responsáveis por programas de informação impõem como qualidade o convidado «ser interessante» para não aborrecer as audiências.

2. Por exemplo, Joaquim Letria afirma que *Conversa Afiada* (Canal 1) surgiu porque «haveria interesse em prolongar a própria emissão com outro tipo de publicidade» (*TV Guia*, n.º 743 de Maio de 1993). A propósito de Tostões e Milhões que coordena e apresenta na SIC, António Perez Metello afirma o seguinte: «sei que receitas directas se geram com a introdução deste produto na grelha da SIC e estou a lutar por atingir metas que foram discutidas comigo» (*TV Guia*, n.º 743 de Maio de 1993).

Se a extensão da razão no espaço público do séc. XVIII tinha excluído a grande massa daqueles que se encontravam privados deste raciocínio, em 1993 encontramos uma organização televisiva que impede a entrada nos debates televisivos a trabalhadores do sector produtivo, a técnicos e ao cidadão comum, integrando-os, no entanto, nos «talk-shows», embora aí (quase) nunca estejam associados a uma actualidade positiva. Em *La Sociétés de la Connivence*, Paul Beau (1984) assinala os media como o lugar de reformulação da hierarquia social. De facto, o espaço social televisivo apresenta uma natureza mais social do que cultural, reflectindo modos de sociabilidade dominantes. Não sendo palcos de igualdade, as arenas televisivas nunca poderão ser democráticas. Constatando idêntico quadro na TV francesa, Sébastien Rouquette (2001: 148) deixa a seguinte interrogação: «Como é que uma máquina que produz produtos culturais de massa tem tão pouco em conta uma larga parte da população quando se trata de lhe dar a palavra?»

Se os debates e as entrevistas televisivas tendem a excluir dos respectivos «plateaux» o cidadão comum, já o desenho dos estúdios reflecte uma preocupação de encenar espaços quotidianos que sejam bem conhecidos das audiências. Esta cumplicidade entre os cenários televisivos e o meio ambiente doméstico dos telespectadores é prolongada em vários programas de informação não-diária emitidos em 1993, o que ajuda a televisão a converter-se nesse objecto transaccional de que fala Roger Silvertone (1994), ou seja, num elo de ligação entre o social (aquilo que é mediatizado) e o individual (aquele que vê). Dos três canais que operam em regime aberto, é a SIC que evidencia uma maior preocupação em cultivar a proximidade com as audiências ao nível dos espaços que cada formato põe em cena. As outras estações foram progressivamente manifestando mais cuidado a esse nível. Aos poucos, percebia-se que, em televisão, a forma também comunica.

#### 2 2003: UMA OFERTA TELEVISIVA QUE DÁ PASSOS LARGOS EM DIRECÇÃO À ESFERA PRIVADA

Ao longo destes dez anos, o audiovisual português passou por modificações profundas. Em 2003, contam-se mais canais de

televisão: o operador público inaugurou a RTP Internacional e a RTP África; a SIC encontrou no cabo a plataforma ideal para expandir a empresa, abrindo a SIC Gold (depois transformada em SIC Comédia), a SIC Notícias, a SIC Mulher e a SIC Radical. No que diz respeito às grelhas de programas, há um alargamento daquilo que se considera ser o horário nobre que ultrapassa agora a meia-noite e um novo entendimento dos limites que (não) se podem traçar entre, por um lado, o espaço público e a esfera privada e, por outro, entre o que é informação e o que constitui a ficção: uns e outros estão cada vez mais próximos. No espaço social e, sobretudo, no espaço televisivo que a programação constrói através de formatos que encenam o quotidiano de gente comum como se a ficção pudesse ser mais real do que a vida de todos os dias.

### *2.1 RTP: uma oferta alternativa aos canais privados*

Dez anos depois do aparecimento da SIC e da TVI, o canal generalista público ocupa o terceiro lugar no que diz respeito à audimetria. Após um período inicial de contra-programação às estações privadas, nomeadamente à SIC, a RTP1 apresenta-se como alternativa, beneficiando no primeiro trimestre de 2003 da rápida resposta e permanente acompanhamento da guerra no Iraque. A RTP foi a única televisão do mundo a transmitir em directo o primeiro ataque americano através do trabalho desenvolvido no Kuwait pelos repórteres Carlos Fino e Nuno Patrício. Ainda que o público se aproximasse da TV privada para assistir a programas de entretenimento, era preferencialmente o canal público que sintonizava para se informar sobre aquilo que estava a acontecer, nomeadamente na região do Golfo. Segundo dados da Marktest, no «top 10» dos programas mais vistos em 2003, o *Telejornal* é o único que consta dessa lista para além dos jogos de futebol. Na verdade, a informação diária da RTP reuniu, ao longo do ano, altos índices de audiência, apesar de o canal generalista público perder um «share» substancial quando terminava o *Telejornal*.

No que diz respeito à informação não-diária em período nocturno, mantém-se praticamente inalterado o desenho do ano anterior, mas em 2003 foi a RTP1 quem somou semanalmente mais emissões, quando comparada com os outros canais: emissões especiais de informação, ditadas pela actualidade; um debate (*Prós e Contras*); um programa de entrevista e outro de reportagem, que se alternam à 5ª feira (*Grande Entrevista* e *Grande Repórter*). Este último género viria a ser substituído, a partir de Novembro, por um outro debate, intitulado *Estado da Nação*. Corresponderiam estas emissões a um investimento acrescido na informação não-diária? Não. Particularmente antes de 2000 houve sempre um número superior de programas no horário nobre do canal generalista público. Se neste período o operador público se torna mais visível neste tipo de programação, tal acontece devido ao desinvestimento das estações privadas neste campo.

### 2.2 SIC: uma programação que se desenha a partir do interesse do público

É nas novelas brasileiras da Rede Globo, em formatos de humor em português, em concursos musicais que se desenvolvem como se fossem uma novela e em programas que dão voz a convidados que se dizem vítimas de injustiças sociais que a SIC constrói, em 2003, grande parte do segmento horário nocturno aberto pelo *Jornal da Noite*. Esta oferta televisiva não será propriamente uma clonagem da grelha da TVI (a estação que, a partir de 2001, lidera as audiências em «prime-time»), mas desenvolve-se na mesma linha de atracção dos telespectadores: a das emoções através da qual se pretende criar um elo afectivo com o público. É nesta filosofia de programação que aparece em Setembro *Ídolos*, um formato diferente do *Big Brother* da TVI e com alguns elementos formais distintos de *Operação Triunfo* da RTP, mas com idêntico objectivo: fazer aproximar o telespectador de actores (jovens à procura de visibilidade mediática) que se apresentam em espectáculo (do corpo ou de voz) dentro do ecrã.

Escapa a esta lógica *Hora Extra*, que estreara no ano anterior e que, em 2003, se constitui como o único programa de infor-

mação não-diária emitido em período nocturno nos canais generalistas privados. Coordenado e apresentado por uma jornalista com uma vasta experiência neste género de emissões, *Hora Extra* é uma janela para a discussão de temas diversificados, com convidados de perfil variado, mas a direcção da SIC não o dirigiu ao grande público, colocando-o sempre depois da meia-noite. Interrompido em Junho para férias, este formato já não regressou na temporada de Outono. No seu lugar, apareceram *Grande Reportagem* e *País Real*, que se alternam semanalmente no mesmo segmento horário, mas que desaparecem da grelha antes do ano terminar.

É em emissões que se centram em pessoas a quem se reconhece o estatuto de vítimas e em relação às quais a televisão pretende assumir uma função reparadora de injustiças sociais que encontramos as principais novidades da SIC para o horário nocturno no início de 2003. Em Janeiro, aparecem *Bombástico* (dia 10), *Escândalos e Boatos* (dia 21) e *O Crime não Compensa* (dia 28), programas feitos por produtoras externas que colocavam semanalmente no ecrã o cidadão comum que dava conta de situações de que se dizia vítima, apontando aqueles que considerava serem os culpados, apesar de estes estarem ausentes do ecrã. Não se trata aqui de uma oportunidade de «pensar» casos de injustiça social, mas procura-se, sobretudo, ressaltar o «sentir» daqueles que falam e daqueles que assistem a esse «espectáculo da palavra» exposta com dramatismo. Sem uma longevidade assinalável, este género de programação, enquanto se manteve em antena, suscitou uma acesa polémica, nomeadamente o *Bombástico*, que encontrou na classe dos juizes uma severa oposição quanto à forma como era conduzido o programa. Estas emissões, apresentadas por profissionais da televisão sem carteira de jornalista, não poderão naturalmente integrar-se naquilo que se entende por informação televisiva: não seguem critérios jornalísticos, violam sistematicamente o princípio do contraditório e ultrapassam com bastante frequência princípios éticos, nomeadamente quando incitam os convidados a falarem de experiências íntimas, acusando terceiros que estão ausentes dos «plateaux». No entanto, foram estes formatos que a SIC colocou

no remate do horário nobre, subtraindo com eles o espaço para outro tipo de realidade: aquele que o jornalismo constrói com regras específicas.

### 2.3 TVI: uma grelha que avança (mais) em direcção ao espaço privado

Em 2003, a TVI retoma a engenharia de programação adoptada nos dois anos anteriores, nomeadamente no segmento do «prime-time» que se constrói essencialmente com o *Jornal Nacional* e com ficção nacional à qual se junta, a partir de 31 de Agosto, o *Big Brother*. Para além das telenovelas, o quarto canal continua a apostar em séries faladas em português, ainda que, por vezes, recorra a formatos internacionais, como é o caso de *Ana e os Sete*, que comprou à RTVE. Todavia, é a produtora NBP a principal fornecedora deste tipo de conteúdos, construídos a partir de uma sinopse simples que se desenvolve em várias cidades do país, promovendo-se uma proximidade a públicos que habitam diferentes regiões. É também uma produtora externa ao canal (a Endemol) a responsável por aquilo que foi para a TVI a locomotiva da sua grelha: o *Big Brother*, cuja edição de 2003 se apresenta mais arrojada do que as anteriores.

Em termos de informação não-diária, a TVI continua a não fazer aí grandes investimentos. Mas no início de 2003 coloca, em horário tardio, um formato que, apesar de não ser jornalístico, desenha em estúdio um espaço televisivo ocupado por actores que protagonizaram actos brutais sobre terceiros e por aqueles que foram vítimas de agressões de vária ordem. *Eu Confesso* surge, assim, para dar visibilidade a autores de crimes graves que, em estúdio, são confrontados com aqueles que agrediram ou com os respectivos familiares. A compreensão do que se retrata desenvolve-se com base nos sentimentos que agressores e vítimas constroem no «plateau». Porque o que importa são as emoções e a forma como elas podem ser integradas num Estado de Direito, a produção do programa secunda esses actores por um painel constituído por especialistas ligados à psicologia e ao direito criminal. Também

em Janeiro, há um programa que transita no segmento horário de final de tarde para o período nocturno: *Vidas Reais*, um formato construído através de depoimentos de convidados que, em televisão, falam essencialmente de vivências privadas que se cruzam com a intimidade de terceiros que, em estúdio, são (ou aparentam estar) surpreendidos pelos relatos que ouvem. É, sobretudo, o insólito, o estranho e o escândalo que essas narrações criam, sem que os respectivos autores manifestem qualquer arrependimento ou qualquer vontade de reconstituir uma normalidade quebrada por comportamentos socialmente reprováveis.

#### 2.4 Algumas tendências da informação não-diária em 2003

Não é na informação não-diária que os canais generalistas de televisão procuram capitalizar audiências em 2003. Nesse período, não há qualquer concorrência entre formatos similares. Os debates da RTP e da SIC são colocados em dias diferentes e em segmentos horários não coincidentes. No caso da SIC, o horário tardio em que *Hora Extra* ia para o ar dirigia o programa a um público que via televisão entre a meia-noite e a uma e meia da madrugada. Integrado no segmento horário em que habitualmente há mais telespectadores (por volta das 22h), o debate da RTP1 *Prós e Contras* estaria em condições de atrair mais público, mas a audiência média anual coincide com aquela registada pelo mesmo género de programa da SIC. Neste contexto, levantam-se algumas questões: o horário a que *Hora Extra* ia para o ar seria o mais adequado? Os índices registados por *Prós e Contras* correspondem a um desinteresse das audiências pelos debates em geral ou por aquele modelo em particular? Não havendo, neste período, outros formatos do mesmo género, torna-se difícil encontrar resposta para estas interrogações.

É para uma «zona de bastidores» que remetem as novidades que surgem na SIC e na TVI em Janeiro de 2003 e que, de certa forma, reflectem a lógica da oferta televisiva dessas estações, nomeadamente em horário nobre. Violando o espaço íntimo dos convidados, os novos programas colocam em cena pessoas anónimas

que representam um papel que lhes está previamente configurado: o de vítimas, mesmo quando estão ali para relatarem os crimes que cometeram. Essa visualização da «extimidade», ou seja, «o movimento que leva cada um a exteriorizar uma parte da vida íntima, física e psíquica» (Tisseron, 2001: 52-3), poderia ser uma oportunidade para multiplicar espelhos numa tentativa de se conseguir perceber melhor a respectiva identidade. Não é exactamente isso que se passa nesses programas. Sabendo que encontram no apresentador da emissão um coadjuvante ou um opositor àquilo que expõem, os convidados sentem-se na obrigação de representar um papel. Não é para a verdade que os depoimentos se orientam, mas para uma autenticidade que se pretende que comova aqueles que assistem a isso: apresentador, público no estúdio e, sobretudo, as audiências. Tal como acontece com as «novelas da vida real».

Numa conferência sobre «Cultura e Comunicação» realizada no Porto a 7 de Outubro de 2003, o presidente do Conselho de Administração da SIC, referindo-se às emissões culturais, reconhece que esse tipo de oferta televisiva passou a não caber canal generalista. Na sua perspectiva, «os programas têm de agradar ao maior número de pessoas e não têm necessariamente de ser enriquecedores, têm de divertir, entreter e libertar» (*Público*, 9 de Outubro de 2003). Esta lógica económica estende-se também ao discurso dos responsáveis da TVI. E como, nestes anos, certos programas de entretenimento – produção nacional, «sitcoms», formatos tipo *Big Brother* – revelaram boas performances audimétricas, o horário nobre encheu-se com este tipo de oferta televisiva, que esgotou o tempo disponível para programas de informação semanal.

### 3 ALGUMAS NOTAS SOBRE AS MUDANÇAS E OS DESAFIOS DO JORNALISMO TELEVISIVO

Porque ocuparam um grande espaço no interior das grelhas, os novos «reality shows» emitidos pelos canais privados foram os que mais influenciaram os restantes conteúdos televisivos. Os enredos desses formatos entraram noutros programas, deram origem a emissões especiais, tornaram alguma da ficção nacional semelhante a si e misturaram aquilo que é intrínseco ao entretenimento com aquilo que é idiossincrático ao jornalismo.

Os jornalistas criaram peças sobre as novelas da vida real e os que estavam envolvidos na produção desses «reality shows» fizeram aquilo que se pretendia que fossem reportagens sobre os respectivos concorrentes. Como se os noticiários passassem a ser um tempo de descontração e as emissões de entretenimento um momento de informação. Valorizando a ligação directa a factos cujas causas e consequências ainda estão por apurar, insistindo em assuntos quotidianos anódinos e privilegiando fontes anónimas que falam em registos emotivos, os noticiários distinguem-se cada vez menos das «novelas da vida real». E a informação não-diária apenas resiste na estação pública.

Num tempo de Mcdonalização do sistema audiovisual (Blanco Sampredo, 2003), os termos mais recorrentes para falar de televisão são a «tele-realidade», «tele-verdade» ou «espectáculo do real televisivo», onde a verdade dos enunciados cede lugar à verdade da enunciação. O visível sobrepõe-se ao inteligível, o emocional ao racional. Mas, como lembra Régis Debray (1992), ver não é sinónimo de entender. É exactamente a partir deste postulado que a informação televisiva deve procurar espaço para recuperar o terreno perdido nestes últimos anos. Percorrendo o horário nobre dos canais generalistas portugueses desde Setembro de 2000, reparámos que os programas de informação não-diária foram desaparecendo das estações privadas. Serão os telejornais suficientes para perceber o que se passa de mais importante? Constituindo-se como fragmentos da actualidade, as respectivas peças noticiosas terão capacidade de nos situar na complexidade daquilo que nelas é sumariamente relatado?

Em Portugal, nestes últimos anos, foram muitos os que, em conferências, em artigos de jornais ou em revistas científicas, se opuseram ao actual rumo do audiovisual. Das novelas da vida real, falou-se em atentados contra a privacidade ou de conteúdos abjectos. Da informação, aludiu-se à falta de rigor ou ao sensacionalismo. Argumentos de quem ambicionava outra oferta televisiva, principalmente um jornalismo com mais qualidade e com menos dependências de vária ordem. Os responsáveis pelos canais de televisão,

nomeadamente privados, defenderam-se das críticas, contrapondo os altos índices de audimetria atingidos pelas emissões alvo de maiores críticas. Era como se, de um lado, estivesse uma elite que pretendia uma televisão de minorias e, do outro, as massas que reclamavam uma TV democrática, ou seja, para a maioria. Na verdade, os novos «reality shows» só vieram comprovar o que todos pressentiam há muito: no audiovisual a oferta é determinada pelas leis do mercado. No entanto, uma televisão não pode – não deve! – estar apenas submetida a condicionamentos económicos, sob pena de se reproduzir sempre mais do mesmo e cada vez pior. Pela nossa parte, pensamos que os espaços informativos poderão ser uma alavanca fortíssima para restituir qualidade à oferta televisiva e para conferir ao espaço público contemporâneo uma nova vitalidade.

Reflectindo sobre o jornalismo no século XXI, José-Luis Martínez Albertos (1999) afirma que «a possível sobrevivência do jornalismo está em grande parte condicionada pela valorização da actividade jornalística como profissão», devendo esse trabalho assentar em dois pilares: assumir-se como um direito público e ser regulado por exigências éticas criadas pelos próprios profissionais. Seria utópico reclamar um jornalismo televisivo como aquele que era praticado ainda num passado recente. Vivemos um tempo diferente. Um tempo em que a vida pública se mistura com o espaço privado e em que a intimidade é exposta como se de um assunto social se tratasse. Um tempo em que nos construímos não só através de discursos racionais, mas em que nos percebemos, a nós e aos outros, através de registos emotivos. Mais do que modos de pensar, procuramos modos de sentir. Neste contexto, a informação televisiva vê-se perante o desafio de renovar os seus códigos de enunciação televisiva. Nos últimos anos, optou-se pelo caminho mais fácil. E mais perigoso. Rasgaram-se os limites da intimidade, promoveu-se o «voyeurism», criaram-se «pseudo-notícias» e instalou-se uma espécie de «jornalismo de causas», subserviente às leis do mercado, perdendo de vista o «bem comum».

Se hoje insistirmos em manter o jornalismo televisivo como um campo social autónomo, de que práticas e de que valo-

res poderemos falar? Será que ainda faz sentido haver redacções com profissionais formados em jornalismo? Será que necessitamos hoje de jornalistas que privilegiem factos de interesse público, que promovam um debate social pluralista e igualitário, que procurem informação junto de fontes credíveis, que respeitem o princípio do contraditório...? Será que queremos apenas divertir-nos, quando ligamos a TV? Será que não nos fará falta uma informação que seja simultaneamente de interesse do público, mas também de interesse público? Se as respostas parecem óbvias, não serão paradoxais as opções que os responsáveis pela programação dos canais generalistas têm vindo a tomar nos últimos anos?

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BEAUD, Paul (1984). *La Société de la Connivence: media, médiations et classes sociales*. Paris: Ed Aubier.
- BLANCO SAMPEDRO, Víctor (2003). «La McTele como industria de identidades lucrativas y de consumo. Análisis de Gran Hermano y Operación Triunfo». In BLANCO SAMPEDRO, Víctor (ed.), *La Pantalla de las identidades*. Ed. Icaria.
- DEBRAY, Régis (1992). *Vie et Mort de l'Image. Une histoire du regard en Occident*. Paris: Ed. Gallimard.
- GITLIN, Todd (1983). *Inside Prime Time*. New York: Pantheon.
- LOPES, Felisbela (2000). «Panorama Audiovisual Português: o passado recente e o futuro próximo». *4º Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação*, S. Vicente, Brasil, 19-22 de Abril.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José-Luis (1999). «El Periodismo en el siglo XXI: más allá del rumor y por encima del caos». *Rev. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n.º 5.
- PINTO, Manuel (dir.) (2000). *A Comunicação em Portugal: 1995-1999 – cronologia e leitura de tendências*. Coleção Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- ROUQUETTE, Sébastien (2001). *L'impopulaire télévision populaire – logiques sociales, professionnelles et normatives des palabres télévisées (1958-2000)*. Paris: Ed. L'Harmattan.
- SILVERTONE, Roger (1994). *Television and Everyday Life*. London: Ed. Routledge.
- TISSERON, Serge (2002). *L'intimité surexposée*. Paris: Ed. Ramsay.
- JORNAIS E REVISTAS
- Edições do *Público*: 13 de Setembro de 1992; 24 de Setembro de 1992; 6 de Dezembro de 1992; 9 de Outubro de 2003.
- TV GUIA: n.º 743, Maio de 1993.